

T.C.
DOKUZ EYLÜL ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
FELSEFE VE DİN BİLİMLERİ ANABİLİM DALI
FELSEFE VE DİN BİLİMLERİ PROGRAMI
YÜKSEK LİSANS TEZİ

POLİTİK RETORİĞİN
MANTIKSAL TEMELİ VE İŞLEYİŞİ

Mehmet Ali KAYNAR

Danışman
Prof. Dr. İbrahim EMİROĞLU

2023

T.C.
DOKUZ EYLÜL ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
FELSEFE VE DİN BİLİMLERİ ANABİLİM DALI
FELSEFE VE DİN BİLİMLERİ PROGRAMI
YÜKSEK LİSANS TEZİ

POLİTİK RETORİĞİN
MANTIKSAL TEMELİ VE İŞLEYİŞİ

Mehmet Ali KAYNAR

Danışman
Prof. Dr. İbrahim EMİROĞLU

İZMİR - 2023

TEZ ONAY SAYFASI

YEMİN METNİ

Yüksek Lisans Tezi olarak sunduğum “Politik Retoriğin Mantıksal Temeli ve İşleyişi” adlı çalışmanın, tarafımdan, bilimsel ahlak ve geleneklere aykırı düşecek bir yardıma başvurmaksızın yazıldığını ve yararlandığım eserlerin kaynakçada gösterilenlerden oluştuğunu, bunlara atıf yapılarak yararlanılmış olduğunu belirtir ve bunu onurumla doğrularım.

....../....../2023

Mehmet Ali KAYNAR

ÖZET
Yüksek Lisans Tezi
Politik Retoriğin Mantıksal Temeli ve İşleyişi
Mehmet Ali KAYNAR

Dokuz Eylül Üniversitesi
Sosyal Bilimler Enstitüsü
Felsefe ve Din Bilimleri Anabilim Dalı
Felsefe ve Din Bilimleri Programı

Politik retorik halkı ikna etmek ve halkın düşüncelerini yönlendirmek için kullanılan strateji ve teknikler ile dili etkili bir şekilde kullanma sanatıdır. Çalışmamızdaki amaç ise bu strateji ve teknikleri inceleyerek süreçte siyasi retorun da düşebileceği olası mantık yanlışlarını göstermektir. Bu minvalde retoriğe mantık perspektifi açısından yaklaşan Aristoteles'in, *Retorik* adlı eserinden yola çıkarak siyasi retorun mantık ilmine hâkim olmasının önemine değinilmiştir. Ayrıca demokrat toplumların siyasi başarısı, retorun ikna etme yeteneğiyle doğrudan ilişkilidir. Dolayısıyla retorun mantıksal bir temele dayalı olarak politik retorikte ikna için kullandığı çeşitli yöntem ve stratejilerin siyasete olan etkisinin ortaya konmasıdır. Çalışmanın birinci bölümü ikna araçları olan ethos, pathos ve logos kavramlarının siyasette kullanımı ve etkisi incelenmiştir. Bununla birlikte retorun bu stratejileri kullanırken dikkat etmesi gereken noktalar, sahip olması gereken özellikler ve bu özelliklerin iknayı nasıl etkilediği açıklanmıştır. İkinci bölümümüzde ise siyasi retorun, ikna etme sanatını güçlendirmek için başvurduğu yan unsurlar incelenmiştir. Retorların etik kuralların dışında halkı kandırmak için kullandıkları birtakım yöntemleri olabilir. Ancak bu noktada retorun mantık yanlışlarına düşmesinin ve etik kurallar dışına çıkmasının olası etkilerine değinerek halkın düşeceği bu manipülatif unsurlara karşı dikkatli olmanın önemi vurgulanmıştır.

Anahtar Kelimeler: Aristoteles, Mantık, Retorik, Siyaset, Retor, İkna, Ethos, Pathos, Logos

ABSTRACT
Master's Thesis
The Logical Basis and Functioning of Political Rhetoric
Mehmet Ali Kaynar

Dokuz Eylül University
Graduate School of Social Sciences
Department of Philosophy and Religion Sciences
Program of Philosophy and Religious Sciences

Political rhetoric is the art of using strategies, techniques, and language effectively to persuade and manipulate public opinion. The purpose of our study is to examine these strategies and techniques and to demonstrate the possible logical fallacies that political rhetoric may fall into. In this regard, we emphasize the importance of political rhetoric being grounded in the science of logic, as approached by Aristotle in his work "*Rhetoric*". Additionally, the success of democratic societies in politics is directly related to the persuasive abilities of rhetoric. Therefore, the aim is to reveal the impact of various methods and strategies used in political rhetoric for persuasion, based on a logical foundation. The first section of the study examines the use and impact of ethos, pathos, and logos - the tools of persuasion - in politics. It also explains the points that rhetoricians need to pay attention to when utilizing these strategies, the qualities they must possess, and how these qualities affect persuasion. In the second section, we explore the additional elements that political rhetoric employs to strengthen the art of persuasion. Rhetoricians may have certain methods to deceive the public outside of ethical norms. However, it is emphasized the importance of being vigilant against these manipulative elements and the possible effects of falling into logical fallacies and disregarding ethical rules.

Keywords: Aristotle, Logic, Rhetoric, Politics, Rhetor, Persuasion, Ethos, Pathos, Logos

POLİTİK RETORİĞİN MANTIKSAL TEMELİ VE İŞLEYİŞİ

İÇİNDEKİLER

TEZ ONAY SAYFASI	ii
YEMİN METNİ	iii
ÖZET	iv
ABSTRACT	v
İÇİNDEKİLER	vi
KISATMALAR	ix
GİRİŞ	1

BİRİNCİ BÖLÜM

POLİTİK RETORİĞİN MANTIKSAL ARKA PLANI

1.1. POLİTİK RETORİK KAVRAMI VE TARİHSEL SÜRECİ	7
1.2. POLİTİK RETORİKTE GÜDÜLEN AMAÇ	13
1.3. İKNA ARAÇLARINA POLİTİK RETORİK AÇISINDAN BAKIŞ	14
1.3.1. Ethos	15
1.3.2. Pathos	18
1.3.3. Logos	21
1.4. HATİBİN POLİTİK RETORİĞE HAS ÖZELLİKLERİ	23
1.5. POLİTİK SÖYLEVCİLERİN KONUŞMA ARAÇLARI	26
1.5.1. Yollar ve Araçlar	27
1.5.2. Savaş ve Barış	29
1.5.3. Ulusal Savunma	31
1.5.4. Dışalım (İthalat) ve Dışsatım (İhracat)	33
1.5.5. Yasalar	34
1.6. RETORİĞİN POLİTİK AÇIDAN ŞEKLİ	36
1.6.1. Üslûp	37
1.6.2. Düzenleme	39

İKİNCİ BÖLÜM
POLİTİK RETORİKTE KULLANILAN TEMEL ENSTRÜMANLAR VE
BUNLARIN KULLANIMI

2.1 ÖRTÜK KİYAS (ENTHEYMEN / MATVİ KİYAS)	46
2.2.1. Olumlu Kanıtlama	49
2.2.2. Olumsuz Kanıtlama (Sahte Örtük Kıyas)	51
2.2.ÖRNEK (MAKSİM-TEMSİL)	53
2.3. RETORUN KULLANDIĞI DİĞER YOLLAR	54
2.3.1. Belge	55
2.3.2. Yemin	60
2.3.3. Reklam	64
2.3.4. Sosyal Medya	69
2.4. RETORU YANLIŞA SEVK EDEN NEDENLER	80
2.4.1. Kıskançlık (Fallacies Of Jealousy)	84
2.4.2. Aşırı Rekabet	85
2.4.3. İktidar Hırsı	85
2.4.4. Ego	86
2.4.5. Popülerlik Sevdası (Ad Populum)	86
2.4.6. Ad Hominem (Kişiyi Hedef Alma)	88
2.4.7. Otoriteye Aşırı Bağlılık (Ad Verecundiam)	89
2.4.8. Tarafgirlik	90
2.4.9. Korkutma (Fallacies Of Threatening – Ad Baculum)	91
2.5. ÇAĞDAŞ RETORİKTE OLUMSUZLUKLAR VE ELEŞTİRİLER	93
2.5.1. Yalan	94
2.5.2. Sahte Bilgi Ve Belge	100
2.5.3. Çarpıtma	104
2.5.3.1. İstatistik Kandırma	106
2.5.3.2. Manipülasyon	108
SONUÇ	113
KAYNAKÇA	117

KISATMALAR

AKP	Adalet ve Kalkınma Partisi
Bkz.	Bakınız
CHP	Cumhuriyet Halk Partisi
Çev.	Çeviren
D.E.Ü	Dokuz Eylül Üniversitesi
Ed.	Editör
Hız.	Hazreti
İ.Ö	İsa'dan Önce
M.Ö	Milattan Önce
M.S	Milattan Sonra
MEB	Milli Eğitim Bakanlığı
MHP	Milliyetçi Hareket Partisi
ö.	Ölüm Tarihi
s.	Sayfa
Sav.	Sallallâhu Aleyhi Vessellem
ss.	Sayfa Sayıları
T.D.K	Türk Dil Kurumu
T.D.K.S	Türk Dil Kurumu Sözlük
T.C	Türkiye Cumhuriyeti
T.C.K	Türk Ceza Kanunu
Vb.	Ve benzeri
Vd.	Ve diğerleri

GİRİŞ

Retorik, konuşmacının¹ dinleyiciyi etkileme, onun düşüncelerini yönlendirme ve kendi iddialarına inandırmak için doğru strateji ve teknikler ile dili etkili bir şekilde kullanmasına denir. Aristoteles’e göre retorik “karşılaşılan durumlarda elde var olan inandırma yollarını kullanabilme yeteneği”² olarak tanımlanmaktadır. Retorik sanatı, Antik Yunan’da politik, adli ve sosyal olaylardan ötürü iknanın kritik bir konu haline gelmesi ile ortaya çıkmıştır. Retorik bireylerin/kitlelerin düşüncelerini, belli çıkarlar ve hedefler doğrultusunda yönlendirerek bireyleri ikna etmeyi amaçlar. Antik Yunan düşünürü ve mantık ilminin kurucusu Aristoteles (M.Ö 384-322), retorik’in önemli bir sanat olduğuna kendi eseri olan *Retorik*’te değinmiştir. Aristoteles eserinde, retorik sanatını temeli mantık çerçevesinde ele almıştır. İnsanları ikna etmek için aklın ve mantığın önemine dikkat çeken Aristoteles, retoriklerin doğru bilgiyi elde edebilmeleri için mantık ilmini kullanmaları gerektiğini savunmuştur. Ayrıca o bu sanatı doğru bir şekilde kullanabilmek için de mantık kurallarını bilmenin önemine de sık sık değinir. Aristoteles bu bağlamda, retorik sanatını kıyas formuna sokarak onun ağırlıkla entimem/örtük tasımla işlediğini belirtmiştir. Dolayısıyla Aristoteles ile birlikte retorik sanatı kıyas/tasım sanatı olarak değerlendirilmiştir. Klasik mantığın konuları arasına girmiş olan retorik sanatı için de en büyük kaynak yine Aristoteles’in kendi eseri olmuştur.

Aristoteles’in belirttiği gibi retorik sanatı mantıkta önemli bir yer tutmaktadır. Siyasi retorikler de halkı ikna çalışmalarında retorik stratejilerini kullanmıştır. Mantık yanlışlarını farkında olan siyasi retorikler bazı durumlarda bu yanlışları kasıtlı kullanarak halkı manipüle etmeye çalışırken bazı durumlarda ise farkında olmadan bu yanlışlara düşmüşlerdir. Yapılan tüm seçim çalışmalarında -miting, reklam, sosyal medya paylaşımları- kitlelere vaat edilen retorik stratejilerinin belirgin olduğunu belirtmekte fayda vardır. Ayrıca yine bu konuda uygulanan mantıksal ve duygusal stratejilerinin halk üzerindeki etkisi, incelenmesi gereken bir konudur. Çalışmamızın amacı bu doğrultuda politik retorikte halkı ikna etme ve halkın düşüncelerini yönlendirmek için kullanılan strateji ve teknikleri inceleyerek bu süreçte siyasi retoriklerin de düşebileceği olası mantık yanlışlarını ele aldık.

¹ Tezimizde geçen konuşmacı ve hatip ifadeleri retor kavramı ile aynı anlamda kullanılmıştır.

² Aristoteles, **Retorik**, çev. Mehmet H. Doğan, YKY, İstanbul 2020, s. 37 (1355b 30).

Politik retorik, siyaset alanında retorik sanatının uygulanmasıdır. Siyaset (ya da siyasa) kavramı Arapça kökenli at terbiyesi anlamında kullanılmıştır. Farabi (M.S 950), İbn Teymiye (M.S 1328), İbn Mukaffa (M.S 759) ve El-Mesudi (M.S 956) gibi düşünürlerin eserlerini incelediğimizde siyasa kavramının devlet işlerini ilgilendiren konuları temele aldığını fark ediyoruz. Ayrıca yine bu tartışmalarda siyaset kavramının odağı genel olarak iktidarın şekli ve iktidara sahip kişinin eylemlerinden oluşmaktadır.³ Bu durum da Aristoteles siyaseti, pratik bilimlerden görmekte ve etiğin (ahlâk) de onun bir alt dalı olduğunu amacının ise Nikomakhos’a Etik kitabındaki mutluluk (eudaimonia) olduğunu belirtmektedir.⁴ Farabi ise, siyaseti “*iradi fiil ve kanunlarla bunların kendilerinden kaynaklandığı meleke, huy, seciye ve mizaçları belirleyen ilim*”⁵ olarak belirtir. Dolayısıyla Politik retorik de Aristoteles’e göre bireysel konulardan daha çok devlet sorunları ile ilgilendiği için halkı, demokrasiyi ve geleceği etkileme bakımından diğer retorik türlerine göre daha yüce ve asildir.⁶

Bu doğrultuda politik retorik, siyasi retorların halkın desteğini kazanabilmesi ve üzerinde etki yaratabilmek için dil, sembolizm gibi ikna etme yönteminde kullanılan teknikler ile mantıksal argümanlar ve vaatler sundukları bir retorik çeşididir. Anlaşılacağı gibi politik retorik, siyasetçilerin fikirlerini ve iddialarını karşı tarafa en etkili biçimde ileterek yine onları ikna etmeyi amaçlayan güçlü bir araçtır.

İkna etmenin en etkili ve hızlı biçimde oluşturulabilmesi için retorikte ethos, pathos ve logos olmak üzere üç farklı ikna aracı bulunmaktadır. Ethos, retorun güvenilirliğidir. Eğer retor, karşı tarafa dürüst ve ahlaklı bir izlenim verirse dinleyicinin de ona inanması, ikna olması daha kolaydır. Pathos ise dinleyicide oluşturulan duyguların iknadaki rolü üzere kullanılan bir araçtır. Siyasi retor, dinleyici üzerinde ikna etmek istediği konuya ilişkin etkili duyguları uyandırabilirse ikna etmede başarılı olacaktır. Logos ise dinleyiciye sunulan sağlam kanıtlar ve mantıksal argümanlar ile dinleyiciyi akıl yürütme konusunda destekler. Böylece dinleyiciye sunulan bu destek aslında onun istenilen çıkarımlara ulaşmasını da

³ Emir Kaya, Siyaset Devleti, **Ankara Barosu Dergileri**, 2014/1, s. 228.

⁴ Aristoteles, **Nikomakhos’a Etik**, çev. Saffet Babür, Ayraç Yayınevi, Ankara 1997, s. 20-21 (1102a 10-30); W. David, Ross, **Aristoteles**, çev. Ahmet Arslan, Kabalcı Yayınları İstanbul 2011. s. 293; Fatih Toktaş, **Felsefe Tarihi**, Tıbyan Yayınları, İzmir, 2012, s. 148.

⁵ Farabi, **İlimlerin Sayımı**, çev. Ahmet Arslan, Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları, İstanbul 2019, s. 49.

⁶ İbrahim Emiroğlu, **Klasik Mantığa Giriş**, Elis Yayınları, Ankara, 2009 s. 228.

sağlayacaktır. Dinleyici istenilen sonuçlara ulaştırıldığında ise ikna etme konusunda siyasi retorlar başarılı olacaktır.⁷

Siyasi retor, sadece konuşmanın içeriğini düzenleyerek bu teknikleri başarılı bir şekilde uygulayamaz. Siyasi retorun konuşmasında kullanacağı üslup, ses tonu, dış görünüşü, jest ve mimik gibi unsurlar ikna etmede en az konuşmanın içeriği kadar etkilidir. Retor uygun ses tonu ve üslup kullanmazsa konuşmanın içeriğinin pek bir önemi kalmayacaktır. Bu nedenle konuşurken ses tonuna dikkat etmek oldukça önemlidir. Ancak monoton bir ses tonu da kullanmamalıdır. Yapılması gereken vurgular ve duygulara göre ses tonunu ayarlanmalıdır. Ses tonunun iyi ayarlanması ayrıca üslubu da etkilemektedir. Retor yanlış ses tonu ile agresif bir üslup kullanımına düşebilir. Üslubu kötü olan bir retoru ise dinleyiciler ciddiye almaz. Bu nedenle siyasi retorun ne dediği kadar nasıl dediği de önemlidir. Dolayısıyla retorun konuşma biçiminde saygılı davranması, farklı fikirlere açık olması, agresif bir konuşma tavrı sergilememesi ve kibirli bir konuşmayla hitap etmemesi oldukça önemlidir. Bu konuşma tarzı dinleyicinin/kitlenin, retorun karakteri hakkında fikir edinmesini de sağlayacaktır. Bu minvalde Aristoteles de bir retorun sevecen, sağgörülü, cesaretli, yüce gönüllü ve akıllı olması gerektiğini vurgulamıştır. Bununla birlikte ortama ve konuşma tarzına uygun bir dış görünüş sağlamazsa, retor ikna konusunda yetersiz kalır. Tüm bu unsurlar bir arada düzgün ve etkili bir şekilde uygulandığında ise iknanın gerçekleşeceği şüphesizdir. Böylelikle siyasi retorlar da istedikleri oy oranına hızlı bir şekilde ulaşabilecektir.

Kısaca başarılı biri ikna için kilit noktalar; konuşmanın içeriği, siyasi retorun konuşma tarzı ve dış görünüşüdür. Bu noktada konuşmanın içeriği tekniklere uygun olsa da anlatılan konu, halkın dikkatini çekme noktasında en önemli unsurdur. Siyasi retor, halka hitap edeceği konulara hâkim olmalı, alan bilgisini olabildiğince sergilemeye çalışmalıdır. Aristoteles siyasi retorların tekniklerini ve stratejilerini incelemiş ve halkı etkilemek için kullanılması gereken beş ana konu başlığı oluşturmuştur. Bu konular; savaş ve barış, yollar ve araçlar, dışalım ve dışatım, ulusal savunma ve yasalar⁸. Bu konular ekonomiyi, halkın refahı ve yaşam kalitesini, ülkenin geleceğini doğrudan etkilemektedir. Günümüzde görüyoruz ki bu beş ana konu siyasetin ana konusu olmaya devam etmektedir.

⁷ Aristoteles, **Retorik**, s. 38 (1356a 5-25).

⁸ Aristoteles, **Retorik**, s. 46 (1359b 20).

Siyasi retor dinleyici istediği sonuca başarılı bir şekilde yönlendirebilmesi için anlatacağı konularda iyi bir yol haritası belirlemelidir. Bu minvalde anlatıların etkili bir şekilde aktarılabilmesi için yapılan düzenleme Yunanca’da taksis olarak tanımlanır. Aristoteles de düzenleme konusunda konuşmayı Prothesis (Anlatı) ve Pisteris (Kanıt) olmak üzere iki parçaya ayırmıştır. Retorik sanatında ise Aristoteles, bu kısımlar ile birlikte exordium (giriş) ve epilogos (sonuç) kısımlarına da ihtiyaç duyulduğunu belirtmektedir. Bu minvalde retorik dört ana kısımdan oluşmaktadır. Akışa uygun olarak retor konuşmada ilk önce giriş sonrasında anlatı, kanıt ve sonuç olarak devam etmelidir.⁹

Çalışmamızın birinci bölümünde retoriğin anlamını siyaset ve mantık açısından ele alarak retorikte kullanılan stratejileri açıkladık. Ayrıca retoriğin siyaset alanında uygulanması üzerine çalışmaları aktardık. Bununla birlikte bir retorun sahip olması gereken özellikleri, retorik sanatını kullanırken dikkat etmesi gereken dil-dışı¹⁰ ve dilsel retorik unsurlarını açıkladık. Aristoteles’in, siyasi retorun kullanması gerektiğini söylediği beş ana konu başlığını teker teker açıklayarak siyasi retorikte nasıl kullanıldığını ele aldık. Birinci bölümümüzü retorikte üslubun önemini ve belli bir akışın diğer bir ifade ile düzenlemenin retoriğe olan etkisini ve gerekliliğini ele alarak bitirdik.

İkinci bölümümüze ise Aristoteles’in ele aldığı politik retorikte kullanılan akıl yürütme yolları olan analogi (temsil), tümdengelim (dedüksiyon) ve tümevarım (endüksiyon) olmak üzere üç temel akıl yürütme yöntemini ve bunların mantıksal niteliklerini işleyerek başladık. Bu bölümümüzde genel çalışmamızda olduğu gibi Aristoteles’in Retorik adlı eserinden yararlanarak bu akıl yürütme yöntemlerine uygun örnekler verdik. Eserde, konuya uygun yirmi sekiz adet kanıtlama örneği bulunmaktadır. Fakat konuya genel bir bakış sağlayabilmek adına bu örneklerden dokuz tanesini vermeyi yeterli gördük. Kanıtlama yöntemlerini örtük kıyas ve örnek başlıkları açıkladıktan sonra retorun kullandığı diğer yolları ele alarak ikinci bölüme devam ettik.

⁹ Aristoteles, **Retorik**, ss. 195-212 (1414a 30-1420b); Çiğdem Dürüşken, **Roma’da Rhetorica Eğitimi**, Arkeoloji ve Sanat Yayınları, İstanbul, 2001, s. 34.

¹⁰ Dil-dışı retorik, renkler, semboller kıyafetler, jest ve mimikler gibi görsel unsurlar ve koku, dokunma, göz teması gibi duyuşsal unsurların ikna sürecinde etkili bir şekilde kullanılmasıdır. Tezimizde de görsel retorik ile dil-dışı retorik aynı anlamda kullanılmıştır. Ayrıntılı bilgi için bkz. Coşkun Baba, **Retoriğin İkna Gücü**, Çizgi Kitap Evi, Konya 2018, ss. 25-35.

Retorun kullandığı diğer yolları belge, yemin, reklam ve sosyal medya olmak üzere dört alt başlık altında topladık. Siyasi retor, konuşmasında belgeleri kullanarak iddialarına sağlam kanıtlar sunabilir. Konuşmasında başarılı bir logos oluşturarak inandırıcılığı sağlayabilir. **Belgeler** kanıtlama yöntemleri olsalar da kullanılan belgenin türüne göre ethos ve pathos kurulmasında ayrıca etkili olmaktadır. Rakibinin yalanını ortaya çıkaracak bir belge retorun dinleyicide nefret, hayal kırıklığı gibi duyguları uyandırmasına yol açabilir. Diğer yandan retorun başarısını kanıtlayan belgeler, retoru sorumluluk sahibi ve halkını dikkate alan biri olarak gösterebilir. Bu nedenle belgeler retorikte belirleyici unsurlardandır. Bununla birlikte **yemin** bölümünde ise retorun vaat vermesinin ikna etme yöntemindeki etkisini ele aldık. Karşı tarafa **vaat** etme, iknada başarı oranını oldukça artıracak bir etken olduğu gibi tam tersi bir etki de yaratabilir. Bu nedenle retorun vaatte bulunurken nelere dikkat etmesi gerektiğine, bu konuda ölçülü olmasının önemine değindik. Bununla birlikte retor dinleyiciye vaat verirken aşırı ve ütöpik vaatlerde bulunmamalıdır.

Reklam bölümünde ise reklamın çok geniş kitlelere ulaşarak özellikle ethos ve pathos kurgusunda ne kadar etkili olduğunu inceledik. Siyasi reklamlar, genel anlamda ethos ve pathos ağırlıklıdır. Reklamlar belirli periyotlar ile oluşturulduğunda özellikle uzun vadeli başarılı bir ethos ortaya çıkmaktadır. Bu doğrultuda reklam hem geniş kitlelere ulaşabilmesi hem de rakibinin önüne geçebilmesi adına retorun kullandığı güçlü bir araçtır. **Sosyal medya**, özellikle dijital çağda/günümüzde gelişen milyonlara saniyeler içerisinde erişim sağlayabilen oldukça güçlü bir araçtır. Günümüzde sosyal medya, başarılı bir siyasi retorun kullanması zorunlu bir araç konumunda görülmektedir. Özellikle genç kitle pek çok bilgiyi ve gelişen olayları geleneksel kitle iletişim araçlarından takip etmek yerine bu mecralardan takip etmektedir. Siyasi retorun yapacağı her ikna çalışması saniyeler içinde milyonlarca kişiye ulaşacağından bu mecraları akıllıca kullandığında kısa sürede büyük bir kitlenin desteğini kazanabilir.

Retor elindeki tüm bu güçlü araçları halkın desteğini kazanmak ve onları ikna etmek için kullanır. Fakat bu süreçte dikkatli olmalıdır. Retor iktidar hırsı ve ego gibi duygulara yenik düşerek mantık yanlışlarını işlememelidir. Eğer retor mantık ilmine hakimse mantık yanlışlarının da farkındadır ve onlardan nasıl korunacağını

yöntemlerini de bilir. Bu nedenle başarılı bir siyasi retor zihnen hataya düşmemek ve düzgün bir şekilde akıl yürütmek için mantık ilmine de hâkim olmak zorundadır. Roma düşünürü Cicero (M.Ö 106-43) da “*De Oratore*” eserinde de siyaset alanında bir retorun eğer mantık ilkelerini hâkim değilse ideal bir retor olamayacağını belirtmiştir.¹¹

Çağdaş retorik ve yeni dijital çağ ile birlikte mantık yanlışlarına düşmek daha kolay bir hal almıştır. Özellikle dinleyici kitlesinin manipüle edilmesi veya kitlenin yanlış yönlendirilmesi, retorun kullandığı diğer unsurlar bölümünde bahsettiğimiz sosyal medya reklam gibi güçlü araçlar ile daha kolay hale gelmiştir. Eğer retor mantık yanlışlarına yenik düşerse elindeki güçlü araçları, etik olmayan yollar ile halkı ikna etmek için kullanabilir ve halkı kolayca kandırabilir. Bu durumu çağdaş retorikte olumsuzluklar ve eleştiriler başlığı altında inceleyerek ikinci bölümümüzü de sonlandıracağız.

¹¹ Ceyda Üstünel Keyinci, “Cicero’nun Retoriğinde Mantığın Yeri ve Önemi”, **In Memoriam Filiz Ötkem**, Dil ve Tarih-Coğrafya Fakültesi Eskiçağ Dilleri ve Kültürleri Bölümü Latin Dili ve Edebiyat Anabilim Dalı Yayınları No: 440, Ankara 2014, s. 139.

BİRİNCİ BÖLÜM

POLİTİK RETORİĞİN MANTIKSAL ARKA PLANI

1.1. POLİTİK RETORİK KAVRAMI VE TARİHSEL SÜRECİ

Retorik, yüzyıllar öncesinden günümüze kadar gelen sanatların kraliçesi olarak anılmaktadır. Antik Çağ'da, dilin ikna edici biçimde kullanılması sanatı olarak bilinen retorik, Yunan dünyasında siyasetçilerin, şairlerin ve konuşmacıların halkı ikna etmek ve onları coşturarak karar vermelerini sağlamak amacıyla oluşturdukları bir sanat dalıdır. Genel anlamda retorik, güzel ve ikna edici konuşma sanatı olarak kabul edilmektedir. Antik Yunan düşünürü Aristoteles de retorığı özgür hisseden insanların birbirlerini ikna etmek için oluşturdukları bilgi alanı olarak tanımlamaktadır.¹²

Aristoteles *Retorik* adlı eserinde, ikna ve inandırmanın ne kadar önemli olduğuna vurgu yapmıştır. İkna kavramı, zaman içinde değerini kaybetmemiş ve özellikle Antik Yunan döneminde demokrasinin ortaya çıkmasıyla birlikte insanlar birçok farklı rolü üstlenmek zorunda kalmışlardır. Bu roller arasında en etkili ve önemlisi ikna yöntemidir. İkna etme, karşı tarafın düşüncelerini, inançlarını ve davranışlarını retorik yoluyla etkileyerek istenilen yönde değiştirmek olarak adlandırılır. İkna etme kavramı aynı zamanda kanaat oluşturma, fikirleri benimsetme, inandırma, kandırma veya razı etme anlamlarını da taşır.¹³

Retorik, Yunanca bir kelime olan "*rhetorikos*" tan türetilmiştir ve "yetenekli bir konuşmacı olmaya uygun" anlamına gelir. Bu kelime, Antik Yunan'da "söylemek, konuşmak" anlamına gelen "*rheo*" fiilinden türetilmiş olan "*rhetor*" ya da "*rheter*" kelimesinden gelmektedir. Retor, toplum önünde rahat bir şekilde konuşabilen, dava savunucusu ve hitabet öğretmeni anlamlarına gelir. Rhetorikos'un asıl anlamı ise

¹² Ahmet Cevizci, **Paradigma Felsefe Terimleri Sözlüğü**, Paradigma Yayınları, İstanbul, 1999, s. 731; Çiğdem Dürüşken, **Antikçağ Felsefesi: Homeros'tan Augustinus'a Bir Düşünce Serüveni**, Alfa Yayınları, İstanbul, 2019, s. 259.

¹³ Coşkun Baba, **Retoriğin İkna Gücü**, Çizgi Kitap Evi, Konya 2018, ss. 89-92; Mehmet Ali Ağaoğulları, **Sokrates' ten Jakobenlere: Batı'da Siyasal Düşünceler**, İletişim Yayınları, İstanbul, 2015, ss. 69-70.

insana hitap etmeyi içermektedir. Antik dönemde yapılan konuşmaların doğru bir şekilde yapılmasını hedefleyen bilgi alanına ise "*rhethorike tekne*" denilmektedir.¹⁴

Retorik, Türkçe sözlüğüne göre “güzel söz söyleme sanatı ve söz sanatlarını inceleyen bilim dalı” olarak tanımlanır ve Türkçe’ye hitabet ve belagat olarak geçmiştir.¹⁵ Aynı zamanda mantık ilmi açısından da ele alınan retorik, kesin ve güvenilir bilgiler seviyesine çıkmamış olan makbulât ve maznunât cinsinden önermelerle kurulan kıyasa retorik, başka bir deyişle hitabet olarak adlandırılmaktadır. İslam mantıkçılarından Farabi (M.S 950) hitabeti, muhatabı en iyi şekilde ikna edebilecek güçte konuşma sanatı olarak tanımlarken, İbni Sina (M.S 1037) ise hitabeti iknayı üstlenme yetisi olarak açıklar. Müteahhirun dönemi mantıkçıları da genellikle hitabeti bu şekilde tanımlamaktadır. Ancak Aristoteles mantığına karşı eleştiriler getiren İbni Teymiyye (M.S 1328), bu sanatın önermelerini kabul etse de mâna açısından aksinin de mümkün olabileceği zannını içerebileceğini belirtmektedir.¹⁶

Osmanlı dönemi mantık eserlerinde de Farabi ve İbn Sina'nın tanımladığı hitabetin benzer bir şekilde tanımlandığı görülmektedir. Ali Sedâd (ö. 1857-1900) retoriği (Hatâbe) "*Makbûlât ve zanniyyâtın terekkeb eden kıyâsıdır. Nâsı, kendilerine fâideli olan şeylere terğîb ve muzırr olan şeylerden tenfîr için vâ'iz ve hatîblerin kullandıkları delâilin ekserîsi bu kabildendir.*"¹⁷ diye tarif ederken, Mustafa Râşid el-İstanbulî (ö. 1217/1802/3) ise "*Kendisine güvenilen bir şahıstan alınarak doğru kabul edilmiş öncüllerden ya da zannî olan öncüllerden oluşan kıyastır.*"¹⁸ şeklinde tanımlamaktadır.

¹⁴ George A. Kennedy, A New History Of Classical Rhetoric, Princeton University Press, 1994, p. 3; Baba, s. 36; Dürüşken, *Antikçağ Felsefesi: Homeros'tan Augustinus'a Bir Düşünce Serüveni*, s. 259; Aykar Sönmez, *Batı Retoriğinin Genel Terimleri Üzerine Bir Araştırma*, (Yayınlanmamış Doktora Tezi), Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yeni Türk Edebiyatı Anabilim Dalı, İzmir, 2008, s. 6; Atakan Altınörs, "Platon İle Aristoteles'in Retorik Anlayışlarının Karşılaştırılması", *Ekev Akademi Dergisi*, Sayı: 49, 2011, s. 82.

¹⁵ Türkçe sözlük, T.D.K.S , "**Retorik Maddesi**" <https://sozluk.gov.tr/> (22.06.2022)

¹⁶ İbrahim Emiroğlu, *Klasik Mantığa Giriş*, Elis Yayınları, Ankara, 2009, s. 221; Farabi, *Fusu'l-Medeni*, çev. Hanifi Özcan, Dokuz Eylül Üniversitesi Yayınları, İzmir, 1987, s. 48; Baba, s. 42; bkz. İbn Sînâ, *El-Hitabe Min Kitabı Şifa*, Thk. Ahmed Fuad El- İhvani, Abdurrahman Bedevi, c. IV, Kahire, 1966, s. 28.

¹⁷ Ali Sedâd, *Mîzânü'l-Ukûl Fi'l-Mantık Ve'l-Usûl*, Türkiye Yazma Eserler Kurumu Başkanlığı Yayınları: 63, 1. Baskı, İstanbul, 2015, s. 318; Ahmed Cevdet Paşa, *Mî'yar-ı Sedât*, Fecr Yayınevi, Sadeleştiren Hasan Tahsin Feyizli, Ankara, 1998, s. 169.

¹⁸ Mustafa Râşid El-İstanbulî, *İsâgûcî Tercümesi- Mantık Risâleleri*, Türkiye Yazma Eserler Kurumu Başkanlığı Yayınları: 64, 1. Baskı, İstanbul 2015, s. 177.

Cumhuriyet Dönemi Roma'sında, retorik özellikle politik bağlamda gelişim göstermektedir. Retorik, makro düzeyde bilgi birikimi olan kişilerden ziyade Yunan kolonileri aracılığıyla Roma'ya yayılmıştır. Cumhuriyet Dönemi'nde yaşamış olan Cicero ve İmparatorluk Dönemi'nde yaşamış olan Quintilianus (M.S 35-95) retoriğin yayılmasına öncülük etmişlerdir. Cicero, retoriğin sadece bir kişinin topluluğa hitabıyla sınırlı olmadığını, aynı zamanda insanlar arasındaki iletişimde ve insanların kitaplarla olan iletişimde de etkili olduğunu belirtmiştir. Bu durum, retoriğin hayatın her alanında ve eğitimin ayrılmaz bir parçası olduğunu göstermektedir.¹⁹

Cicero'ya göre, retorikte mantık kurallarının ele alınması oldukça önemlidir. Bu nedenle, ideal bir konuşmacının bu disiplinler hakkında donanımlı olması gerekmektedir. Cicero, "*De Oratore*" adlı eserinde, siyasette ideal bir hatibin mantık ilkelerini ve önemli olayları, yedi özgür sanatı ve dil bilgisine sahip olmayan kişilerin "ideal hatip" olamayacaklarını açıkça belirtmektedir.²⁰ Bu durum, hatipliğin sadece bir konuşma sanatı olmadığını aynı zamanda disiplinli bir eğitim ve bilgi birikimi gerektirdiğini göstermektedir. Dolayısıyla retorik, Roma toplumunda sadece politik alanda değil, genel olarak eğitim ve kültür hayatında da önemli bir yer tutmuştur.

Retorik ilk olarak, Sicilya'da İ.Ö V. yüzyılda tiran yöneticiler ve toprakları ellerinden alınan köylüler arasında çıkan çatışmadan sonra ortaya çıkmıştır. Tiran yöneticilerinin bertaraf edilmesinin ardından köylüler haklarını aramak için kurulan hak mahkemelerinde, hukuk bilgisi olmayan ancak olayları hatırlayan kişiler tarafından yönetilmiştir. Mağdur olanlar, konuşma yeteneklerini kullanarak yargıç kurulunu etkilemeye çalışmıştır. Bu sayede, etkili bir şekilde konuşabilen kişiler haklarını almış ve bu olay sonrasında konuşma yeteneğinin öğretilirliği fikri ortaya çıkmıştır. Bu fikrin öğretimi Agrigentum'lu Empedokles (M.Ö 434) tarafından gerçekleştirilmiştir ve Aristoteles'e göre retoriğin kurucusu Empedokles'tir.²¹

¹⁹ Dürüşken, **Roma'da Rhetorica Eğitimi**, Arkeoloji ve Sanat Yayınları, İstanbul 2001, ss. 10-11; Baba, s. 51; William M. Keith, Christian O. Lundberg, **He Essential Guide to Rhetoric** (First Edition), Boston, New York: Bedford/St. Martin's, 2008, pp. 27-28; Gorge Alexander Kennedy, **The Art of Persuasion in Greece**, New Jersey: Princeton University, 1963, pp. 12-13.

²⁰ Cicero, Marcus Tullius, **On Oratory and Orators**, Translated Or Edited John Selby Watson, New York: Harper and Brothers, Publishers, 1860, p. 11; Ceyda Üstünel Keyinci, "Cicero'nun Retoriğinde Mantığın Yeri ve Önemi", **In Memoriam Filiz Ötkem**, Dil ve Tarih-Coğrafya Fakültesi Eskiçağ Dilleri ve Kültürleri Bölümü Latin Dili ve Edebiyat Anabilim Dalı Yayınları No: 440, Ankara, 2014, s. 139.

²¹ Dürüşken, **Roma'da Rhetorica Eğitimi**, s. 7; Michel Meyer, **Retorik**, çev. İsmail Yerguz, Dost Kitabevi, Ankara, 2009, s. 7; Salih Aydemir, **Retorik ve Şiir**, Mizanpaj Yayınevi, İstanbul, 2020, s. 22.

M.Ö V. Yüzyıl, sofistler sayesinde retorik sanatının dönüm noktası olmuştur. Zira retorik üzerinde en çok duran ve onu geliştirelerin, Yunan coğrafyasında kendinden çokça bahsettiren, ilk avukat ve öğretmen olan sofistler olduğu görülmektedir. Sofistler, tarih sahnesinde para karşılığında bilgilerini satan kimseler olarak bilinmektedir. Onlar, insana ve bilgiye dair bu görüşlerini kullanarak retoriğe önem vermiş ve bu nedenle insanlara nasıl iyi bir hatip olunacağına dair dersler vermeye başlamışlardır. Sofistlerin insanlara para karşılığı hatiplik dersi vermesinin bir diğer önemli nedeni, Atina'daki siyasi ortamdır. Sofistlerin ortaya çıktığı dönemde, krallık yönetimleri sona ermiş ve demokratik devlet anlayışları gelişmeye başlamıştır. Bu siyasi ortam, sofistlerin retorik sanatını öğretmek için iyi hatipler yetiştirme talepleri almalarına olanak sağlamıştır. Çünkü demokrasi ile ortaya çıkan meclislerde ve mahkemelerde göreve seçilebilmenin yolu, insanlara hitap etmek ve onları etkilemekten geçmektedir. Bu bağlamda mahkemelerin, politik retoriğin oluşmasında ve retorik dalı olarak benimsenmesindeki rolü ve etkisi büyüktür. Çünkü politik retorik sanatını kullanma ihtiyacı, Atina'nın adli sisteminden ve mahkemelerinden kaynaklanmaktadır.²²

Yukarıda bahsedilen dersleri veren kişiler, gezginci öğretmenler olarak adlandırılırken bu eğitimi düzenli bir eğitim aracına dönüştüren düşünürler arasında Protagoras (M.Ö 420), Sokrates (M.Ö 399) ve Gorgias (M.Ö 375) gibi isimler öne çıkmaktadır. İlgili dönüşümün öncüleri arasında yer alan Gorgias; insanın doğası, kendisi ve toplum hakkında tamamen bilgisiz olduğunu savunmuştur. Bu bilgisizlik durumu, retoriği diğer tüm sanat dallarının önüne geçiren en önemli ve en üstün sanat haline getirmiştir. Çünkü insanlar gerçekten bilmedikleri için gerçek bilgidan bahsetmek mümkün olmadığından yalnızca etkileyici ve başarılı bir konuşmayla ikna edici bir konuşma arasındaki farkı bilmek mümkündür. Bu nedenle Gorgias'a göre retorik, başarılı ve etkileyici bir konuşma sanatıdır ve insanları özgürleştirirken onlara başkalarına hükmetme gücü kazandıran bir ikna sanatıdır.²³

²² Umberto Eco, **Antik Yunan**, çev. Leyla Tonguç Basmacı, Alfa Yayınları, İstanbul, 2018, s. 957; Antony Kenny, **Ancient Philosophy**, Oxford University Press, New York, 2004, p. 29; bkz. Platon-Longinos, **Siyaset ve Retorik**, Hazırlayan Ahmet Aydoğan, İz Yayıncılık, İstanbul 2003, ss. 57-59.

²³ Platon, **Gorgias**, çev. Furkan Akderin, Say Yayınları, İstanbul 2016, s. 21; Dürüşken, **Roma'da Rhetorica Eğitimi**, s. 8; Erkam Temir, **Siyasal İletişimde Retorik: Aleksey Navalny örneği**, (Yayınlanmamış Doktora Tezi), Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kayseri 2019, s. 75.

Gorgias retorik sanatının, en büyük sanat olduğunu her kim bu sanata sahipse bu sanatın o insana üstünlük sağladığını iddia etmektedir. Bu üstünlüğün, insanları kandırmadan geldiği, Platon'un (M.Ö 348/347) Gorgias diyalogunda belirtilmektedir. Diyalogda Sokrates, Gorgias'a "*Seni iyi anladıysam retorığın bir kandırma sanatı olduğunu ve onun tüm çabasının kandırmaya, inanç sağlamaya ya da elde etmeye yönelik olduğunu söylüyorsun.*" şeklinde bir ifadede bulunmuş ve Gorgias bunu onaylamıştır.²⁴ Dolayısıyla burada Gorgias'ın retorığı esasında bir kandırma sanatı olarak ele aldığı görülmektedir. Başka bir ifadeyle Antik Yunan'da sofistler nazarında etkili konuşma sanatı olan retorik, insanları kandırarak hükmetme gücü ve üstünlük kazandıran bir sanattır. Sofistlerin ortaya attığı bu yaklaşım Platon tarafından eleştirilmiştir.

Platon, sofistlerin hakikate ulaştırmayan ve manipülatif bir retorik anlayışına sahip olmalarını doğru bulmamıştır. Platon retorığın kullanımına karşı değildir fakat sofistler tarafından halkı kandırmak gibi kötü bir amacı gerçekleştirmek için kullanılmasına karşıdır. Retorığın bu tür kullanımları nedeniyle, dinleyicilerin manipüle edilmesi olarak tanımlayabileceğimiz bir retorik anlayışına karşı çıkmaktadır. Zira Platon'un retorığı kabul etmemesinin sebebi de retorığın gerçek bilgiye haiz olmadan toplumu inandırma yöntemi olarak kullanılmasıdır.²⁵

Platon'un öğrencisi Aristoteles ise hocasının eleştirilerine tam olarak katılmamaktadır. Aksine retorik sanatına, mantıklı ve hakikate götüren rasyonel bir araç perspektifi ile bakmaktadır. Aristoteles'e göre retorik "karşılaşılan durumlarda elde var olan inandırma yollarını kullanabilme yeteneği"²⁶ olarak tanımlanmaktadır ve retorığı kullanma yollarını üçe ayırmaktadır. Bunlar politik, adli ve törensel retorikdir. Adli retorik geçmişte yaşanmış konularla ilgilenirken, siyasi retorik gelecekte olacak konulara, törensel retorik ise şimdiki zamanla ilgili konulara odaklanmaktadır.²⁷

Aristoteles'in kendi dönemine kadar Yunan dünyasında var olan retorik anlayışlarına, en çok iki noktada eleştirisi olmuştur. Bu eleştirilerden ilki, retorığın uygulanmasında dinleyicinin duygularına ağırlık verilmesidir. Aristoteles bunu basit, ucuz bir yol olarak nitelendirir ve retorığın kanıtlara dayandırılarak uygulanması

²⁴ Platon, s. 54 (453a).

²⁵ Meyer, s. 9.

²⁶ Aristoteles, **Retorik**, s. 37 (1355b 30).

²⁷ Aristoteles, **Retorik**, s. 44 (1358b 10-20); Baba, s. 27; Aydemir, s. 30.

gerektiğini savunur. İkincisi ise retorik sanatının politikadan ziyade hukuk alanında yani mahkemelerde kullanılmasını eleştirir. Aristoteles'e göre politik retorik, daha soylu bir iştir ve yurttaş için daha uygundur fakat kendisinden önceki retorik anlayışları politik retorığı geri planda bırakmıştır. Bu ise retorığın hak ettiği değeri görmemesine neden olmuştur. Aristoteles bunun sebebini kendisinden önceki düşünürlerin politik retorik hakkında sessiz kalmaları ile açıklamış ve siyasi retorığın adli retorığe göre daha az ahlak dışı uygulamalara izin vermesine de bağlamıştır.²⁸

Aristoteles tarafından da vurgulandığı gibi politik retorik, diğer retorik türlerine göre daha asil bir sanattır. Çünkü gelecekle ilgili konuşmaların, diğer zamanlarda yapılan konuşmalara göre daha güç olduğu gerçeği nedeniyle politik retorik, diğer retorik türlerine göre daha zor kabul edilmiştir. Ancak bu retorik türü, sadece bireysel sorunlara değil devletin tümünün sorunlarına odaklanarak daha yüce ve değerli kabul edilmektedir.²⁹ Bu minvalde politik retorik, siyasi seçimlerde oy kullanımının artmasına yardımcı olmuş ve demokratik toplulukların gelişimine katkı sağlamıştır.

Politik retorik, siyasilerin halkı etkilemek için kullandığı bir stratejidir. Bu strateji, liderlerin dinleyicileri etmek ve kararlarını değiştirmek için vaatlerde bulunmalarını ve mantıklı argümanlar sunmalarını gerektirmektedir. Siyasetin temeli, insanları ikna etmek üzerine kurulu olduğuna göre politik retorik; dil, sembolizm ve ikna edici taktiklerin kullanımı yoluyla politikacıların, topluluklar üzerindeki etkilerini artırmak, desteklerini sağlamak ve hedeflerine ulaşmak için yaptıkları konuşmaları ifade eder.³⁰ Bu nedenle retorik, politikacıların fikirlerini etkili bir şekilde iletmelerine, insanları harekete geçirmelerine ve toplumları değiştirmelerine yardımcı olan güçlü bir araçtır.

²⁸ Aristoteles, **Organon I**, çev. Hamdi Ragıp Atademir, Milli Eğitim Basım Evi, Ankara 1963, s. 8; Ahmet Arslan, **İlkçağ Felsefe Tarihi 3**, İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları, İstanbul 2007, s. 327.

²⁹ İbrahim Emiroğlu, **Klasik Mantığa Giriş**, s. 228.

³⁰ Ayşe Nil Kireççi, "Reklamcılıkta Görsel İknanın Kuramsallaştırılma Çabaları ve Philips ve McQuarrie'nin Reklamcılıkta Görsel Retorik Sınıflandırması Üzerinden Reklam Analizleri", **Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi**, Cilt: 11, Sayı: 2, 2018, ss. 349-350; Teun Adrianus Van Dijk, **Discourse as Structure and Process: Discourse Studies: A Multidisciplinary Introduction**, Sage Publications, London 1997, p. 157; Uğur Batı, "Reklamlarda Retorik Figürlerin Kullanımı", **Öneri Dergisi**, Cilt: 7, Sayı: 28, 2007, ss. 327-328; bkz. Şaban Çobanoğlu, **Susluluk Sarmalı ve Siyasal İletişim**, Fide yayınları, İstanbul 2007, s. 157.

1.2. POLİTİK RETORİKTE GÜDÜLEN AMAÇ

İslam mantık alimlerinin eserlerine bakıldığında retoriğin burhan sanatından sonra ele alındığını ve bilgiye ulaşmada kıyas yollarından biri olarak işlendiği görülmektedir. Kur’ân-ı Kerim’deki şu ayetin meali “*Rabbinin yoluna hikmetle (burhan), güzel öğütlerle (hitabe) çağır; onlarla en güzel yöntemle tartış. (cedel)*”³¹ buna delil olarak sunulmaktadır.

Bu ayet, retoriğin önemini vurgulamaktadır çünkü burada retorik, etkili konuşma sanatı, insanları doğru yola yönlendirmek için önemli bir araç olarak öne çıkmaktadır. Güzel öğütlerle ve tartışma yöntemleriyle insanlar ikna edilebilir, doğru yola yönlendirebilir. Bu nedenle, İslam mantık alimleri de retorik sanatını önemli bir araç olarak görmüş ve burhan yöntemiyle birlikte kullanarak doğru bilgiye ulaşmaya çalışmışlardır.

İslam düşüncesinde retoriğin önemi vurgulanırken politik alanda da etkili konuşma sanatı olan politik retorik önemli bir yere sahiptir. Politikacılar, toplumu etkilemek ve ikna etmek için güçlü ve etkili bir retorik kullanırlar. Bu yüzden politikacıların hitabet becerileri ve konuşma tarzları, seçmenleri ve halkı etkilemede önemli bir rol oynamaktadır.³²

Dolayısıyla, İslam düşüncesinde vurgulanan retoriğin önemi, politik alanda da karşılık bulur ve politik retorik, etkili bir liderlik ve halkla ilişkiler aracı olarak görülmektedir. Bu nedenle politikacıların, güçlü ve ikna edici bir retorik kullanarak toplumu yönlendirmeleri ve halkın desteğini kazanmaları önemlidir. Çünkü politik retoriğin asıl amacı insanları belirli bir bakış açısını benimsemeye veya belirli bir eylemde bulunmaya ikna etmektir.

Retorun dinleyicileri bir eyleme yönlendirebilmesi için konuşmalarında neden-sonuç ilişkisi kurması gerekir. Çünkü insanların bir eylemi kabul etmesi için nedenlere ihtiyacı vardır. Aksi takdirde söylenen eylem tek başına ikna etmede yeterli olmayacaktır. Örneğin retor, halka sunacağı bir politikanın sadece içeriğini anlatarak yeterli bir ikna oluşturmamaktadır. Bu etkiyi oluşturabilmesi için politikacılar insanların duygularını, düşüncelerini ve davranışlarını etkileyen

³¹ Emiroğlu, **Klasik Mantığa Giriş**, s. 230; **Kur’ân-ı Kerim Meâli** (Nahl Sûresi, 16/125), Diyanet İşleri Başkanlığı Yayınları, Ankara 2011, s.300.

³² Emiroğlu, **Klasik Mantığa Giriş**, s. 231.

sözcükleri ve cümleleri seçmelidir. Ayrıca retorun mantığa dayalı sağlam argümanlar kullanması, inandırıcılığı istenilen düzeye getirmektedir. Bu nedenle politik retorik, politikacıların söylemlerinin içeriği kadar, söylem tarzı ve sözleri nasıl kullandığı kadar önemlidir. Genel olarak bakıldığında retorlar; cazibeli bir üslup, güvenilirlik ve kanıtlama gibi unsurları kullanarak inandırıcılığı artırmakta ve insanların inançlarını, düşüncelerini ve eylemlerini istedikleri hedef doğrultusunda onların düşüncelerini ve davranışlarını değiştirebilirler. Politikacılar aynı zamanda, toplumun belirli bir kesimine hitap ederek, oy potansiyelini arttırarak veya belirli bir kararı etkileyerek toplumda bir değişiklik yaratabilirler.³³

Sonuç olarak politik retorik, politikacıların seçmenler üzerinde etki uyandırmak ve amaçlarına ulaşmak için kullandıkları bir iletişim stratejisidir. Bu strateji, politikacıların görüşlerini ve düşüncelerini halka aktarmaları, seçmenlerin desteğini kazanmaları ve siyasi rakiplerine karşı üstünlük sağlamaları için birçok yöntem kullanmalarını içermektedir. Genel olarak politik retorik iktidarı elde etmek amacıyla kullanılmaktadır. Bu bağlamda, politik retorlar seçmenleri kendilerine destek vermeleri için ikna etmeye çalışmaktadırlar. Bu amaç doğrultusunda sağlam argümanlara, kanıtlara ve inandırıcı tekniklere başvurulması gerekmektedir. Bu nedenle bir retorik stratejisi oluştururken retorun güvenilirlik ve inandırıcılığına (ethos) odaklanması, dinleyicilerin duygularını harekete geçirerek onları etkilemeye (pathos) çalışması ve mantık yoluyla (logos) dinleyicileri etkilemesi gerekmektedir. Böylece retorik, kişilerin düşünce yapılarına ve duygularına etki ederek onların fikirlerini değiştirebilir ve istenilen düşünceyi veya davranışı benimsetebilir. Bu unsurların bir arada kullanılması başarılı bir retoriğin anahtarıdır.

1.3. İKNA ARAÇLARINA POLİTİK RETORİK AÇISINDAN BAKIŞ

İknada göz ardı edilemeyecek önemli bir unsur dinleyici ve konuşmacı arasında ortak bir frekansın oluşabilmesidir. Her iki tarafın da ortak noktada buluşabilmeleri durumunda ikna çok daha etkili olmaktadır. İknanın gerçekleşmesi, bu frekansın tutturulmasına ve iş birliğine bağlı olduğundan siyasi retorların bu iki duruma dikkat etmeleri gerekmektedir.

³³ Baba, ss. 90- 92; Uğur Batı, **Reklamın Dili**, Alfa Yayıncılık, 5. Baskı, İstanbul, 2019, ss. 105-106.

Retoriğin özü iknadır ve iknanın gerçekleşebilmesi için de retorikte üç ayrı ikna aracı bulunur. İlki hatibin kişisel karakterine, ikincisi muhatabı belli bir ruh haline sokmaya, üçüncüsü ise konuşmada iddia edilenlerin doğruluğunu kanıtlamaya bağlıdır. Aristoteles’in “artistik kanıtlar” şeklinde tanıttığı bu gruplandırmaya göre ethos; retorun güvenilir, ahlaklı, dürüst olması yani kişisel karakterinin etkisini ifade eder. Pathos, dinleyicilerin duygularını kullanarak belli bir ruh haline sokmayı temsil eder. Üçüncü araç olan logos ise muhataba, sağlam delillerle mantıksal çıkarımlar elde ettirmeyi ifade eder.³⁴

Sonuç olarak politik retorikte ethos, pathos ve logos gibi teknik ikna yöntemlerin doğru kullanımı, politikacıların hedefledikleri kitleleri etkilemede kritik önem taşımaktadır. Ethos, konuşmacının itibarını güçlendirerek güvenilirlik sağlar, pathos duyguları harekete geçirerek insanları etkiler, logos ise mantıksal argümanlarla düşünceleri destekler. Bu unsurların dikkatli bir şekilde kullanılması, politikacıların fikirlerini kitlelere başarılı bir şekilde aktarmalarını sağlar. Ancak yanlış kullanıldığında, bu araçlar manipülatif olabilir ve kitlelerin güvenini kaybetmelerine neden olabilir. Dolayısıyla bu araçların nasıl kullanılacağını bilmek, siyasi retorun başarılı bir retorik oluşturmasında kilit bir rol oynamaktadır. Burada retorikte ikna etme yolları olan ethos, pathos ve logosun politik açıdan önemini ele alacağız.

1.3.1. Ethos

Politik retor, dinleyicilerin güvenini kazanarak onları belirli bir fikre yönlendirmek için iyi bir karakter sergileyerek ethos oluşturur. Eski Yunan felsefesinde ethos terimi, kişinin karakteri, gelenekler, örf ve adetler ve hayat tarzı gibi unsurları ifade etmek için kullanılırdı. Herakleitos kişinin ethosunun onu daimon’u olduğunu belirtirken stoacılar ethosu, insanların göstermiş olduğu davranışların kaynağı olarak belirtmektedir. Platon bu kelimeyi, davranış tarzını betimleme anlamında kullanırken Aristoteles ise ethosu, entelektüel tutumdan ziyade

³⁴ Gorge Alexander Kennedy, **The Art of Persuasion in Greece**, p. 5; Aristoteles, **Retorik**, s. 38. (1356a 5-25); Joy Connolly, **The State of Speech Rhetoric and Political Thought In Ancient Rome**, Princeton University Press, England 2007, p. 46; Baba, “Retorikte Ethosun Yeri”, **Felsefe Dünyası Dergisi**, Sayı: 67, Ankara, 2018, s. 207.

ahlaki davranış, eylem tarzı ve karakteri olarak tanımlar. Retorik eserinin ikinci kitabında konuşmacıların kişilik türleri, etkileme yetenekleri ve ele aldıkları konular detaylı bir şekilde incelenmektedir. Konuşmacının kişiliği (ethos), ne söylediğinden bağımsız olarak doğrudan inandırıcılık özelliği taşır ve etkileme gücüne güç katar. Çağımızda ise ethos, bir ulusun kültürünü, topluluğun ya da oluşturulmuş olan grupların karakterini ve ruhunu ifade etmek için kullanılmaktadır.³⁵

Retorik hakkında eser yazan bazı düşünürler, iyi bir kişiliğin insanları etkileme ve inandırma noktasında hiçbir etkisinin olmadığı görüşündedirler. Fakat Aristoteles bu görüşe katılmamakla birlikte retorun iyi bir karaktere sahip olmasının, insanları etkilemede ve inandırmadaki en etkili yol olduğunu belirtir. Aristoteles gibi Roma düşünürü Quintilianus için de ethos, ikna araçları arasında birincil öneme sahiptir. Quintilianus'a göre, pathosun ve logosun etkisi, ethosun ne kadar iyi oluşturulduğuna bağlıdır. Zira Quintilianus ahlaki yönü eksik olan bir retorun iyi bir konuşma yapabilmesinin imkânsız olduğuna inanmaktadır.³⁶ Bu bağlamda siyasi bir arenada konuşma yapan hatibin, ilk olarak ethosu dinleyici kitlesine sunması gerekmektedir.

Siyasi retorların halk üzerinde başarılı bir ethos oluşturmaları, güvenilir ve erdemli bir karakter izlenimiyle oluşur. Oluşturulan ethos ne kadar etkili olursa kitleleri yönlendirme gücü de aynı oranda artar. Bu nedenle politik söylevlerde hatibin dürüst, güvenilir bir karakter izlenimi vermesi özellikle önemlidir. İnsanlar, retorun karakterini beğendiklerinde ve kendilerine yakın bulduklarında onunla bir bağ kurmaya çalışırlar. Karakterini beğenmedikleri veya öfke duydukları kişilerle ise ayrı düşüncelere sahip olurlar. Ethos oluşturma aşamasında dinleyicinin görevi ise şüpheci ve sorgulayıcı bir tutum sergilemesidir. Böylelikle dinleyici, retorun gerçekçi davranıp davranmadığını anlar. Retorun güvenilir bir insan olduğu kanaatine

³⁵ Dürüşken, **Roma'da Rhetorica Eğitimi**, s. 33; William M. Keith, Christian O. Lundberg, **The Essential Guide to Rhetoric** (First Edition 2008) Boston, New York: Bedford/St. Martin's, p. 38; Francis E. Petters, **Antik Yunan Felsefe Sözlüğü**, çev. Hakkı Hünler, Paradigma Yayıncılık, İstanbul, 2004, s. 120; Abdülkâki Güçlü, Erkan Uzun, Serkan Uzun, Ümit Hüsrev Yolsal, **Felsefe Sözlüğü**, Bilim ve Sanat Yayınları, Ankara, 2003, s. 500; bkz. Baba, **Retorikte Ethosun Yeri**, s. 208.

³⁶ Aristoteles, **Retorik**, s. 38 (1356a 5); Meyer, s. 12; Krista C. McCormack, "Ethos, Pathos, and Logos: The Benefits of Aristotelian Rhetoric in the Courtroom", **Washington University Jurisprudence Review**. 2014 Volume: 7, Issue: 1, p. 136.

varılması sonucunda ise retorun dinleyicinin üzerindeki etkisi ve inandırıcılığı artar. Bu sayede retor dinleyici üzerinde bir otorite kazanmış olur.³⁷

Politik retorikte ethos, Meyer'e göre iki farklı başlık altında ele alınmaktadır. Bunlar "yansıtıcı ethos" ve "gerçek ethos" şeklindedir. Gerçek ethos retorun konuşmasında savunmak istediği gerçek konudur. Yansıtıcı ethos ise propaganda içeren bir konuşmada dinleyicilerin duymak istedikleri söylevlerdir ve dinleyiciyi tatmin etmede daha etkilidir. Burada siyasi hatibin görevi gerçek ethosu şekillendirerek dinleyiciyi tatmin edecek olan yansıtıcı ethosa çevirmektir. Başarılı bir şekilde çevrildiğinde iki tür ethos da birbirleri ile tutarlı olmaktadır. Bu da dinleyicilerin, kendi değerlerinin güzel bir şekilde savunulduğunu düşünmesini sağlar. Eğer gerçek ethos düzgün bir şekilde yansıtıcı ethosa çevrilemezse tutarsızlıklar ortaya çıkar. Bu da dinleyicinin pozitif düşüncesi değiştirir ve savunmanın düzgün yapılamadığı kanaatine varmasına sebep olmaktadır.³⁸ Güncel politik retorik incelemelerinde ethos iletişimcinin kimliği meselesi ile bağlantılıdır. Özellikle seçim dönemlerinde seçmenleri yönlendirmeye ve ikna etmeye çalışan siyasi partiler, ethos ön planda olacak şekilde retorik bir yapı oluşturmaktadırlar.³⁹

Ethos değeri en yüksek insanlar peygamberlerdir. Çünkü peygamberler, hakikati temsil ettikleri için söylemleri de hakikate dayanır. Onların ifadeleri, gerçek bilgiler içerdiği için peygamberlerin itibarı yüksektir. Bu nedenle, peygamberlerin sözleri epistemik açıdan büyük bir öneme sahiptir ve insanlar tarafından daha kolay kabul edilir.⁴⁰

Örneğin Peygamber Efendimiz (s.a.v), "Ne dersiniz? Size, bu dağın eteğinden bazı süvarilerin çıkıp geleceğini haber versem, bana inanır mısınız?" diye sordu. Onlar da, "Senin hiç yalan söylediğini görmedik" dediler. Bunun üzerine Peygamber Efendimiz "O halde ben, size şiddetli bir azabın önünde uyarıcıyım."⁴¹

³⁷ Aristoteles, **Retorik**, ss. 97-98 (1378a 5- 15); Feride Zeynep Güder, **İkna Dili ve Medya**, Kriter Yayınevi, İstanbul 2016, s. 13. Güçlü, vd, s. 500; Baba, **Retoriğin İkna Gücü**, s. 100; Meyer, s. 26.

³⁸ Meyer, s. 127.

³⁹ Osman Çalışkan, "Ethos Yönelimli Siyasi Retorik: Siyasal İttifaklar ve Liderlerin Sosyal Medyadaki Seçim Söylemleri Üzerine Bir Analiz", **Cumhuriyet Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi**, Cilt: 21 Sayı: 1-84, 2020, s. 84; Michael Billig, Cristian Tileaga, Susan Condor, **Political Rhetoric**, Oxford Handbook of Political Psychology , Oxford University Press, England 2013, p. 14.

⁴⁰ Baba, **Retoriğin İkna Gücü**, s. 112.

⁴¹ Buhârî, Ebu Abdillâh Muhammed b. İsmail el-Buhari, **Sahih'ul Buhari**, Tefsîr 26/2, 34/2, 111/1-2, Daru's Sahnun, Çağrı Yay, İstanbul, 1992.

Şeklinde cevap vererek onun ne kadar güvenilir ve dürüst olduğunu belirtmişler. Dolayısıyla Hz. Muhammed (s.a.v), pek çok kişi tarafından "Muhammed'ül-Emin" olarak kabul edilmesi onun yalan söylemeyeceğine ve söylediklerinin gerçek ve doğru olduğuna olan inancıyla ilişkilendirilir. Bu durum, peygamberlerin ethos değerlerine bir örnek olarak gösterilebilir.

Sonuç olarak ethos, Aristoteles'in retorun güçlü bir karakterinin ikna etmedeki etkisini ele almaktadır. Güçlü bir ethos oluşturan siyasi retorun oluşturduğu güvenilirlik sayesinde konuşmaları dinleyici tarafından kabul görür. Düzgün bir ethos kurabilen siyasi retorun kazandığı sempati, güven ve saygı ile ikna gücünün artacağı da şüphesizdir. Bu manada siyasi retor ne kadar başarılı bir ethos kurarsa inandırıcılığa da aynı oranda artacaktır.

1.3.2. Pathos

Pathos, Antik Yunan felsefesinde “olay, hadise, deneyim, yaşantı, duygu, tutku, heyecan, duygulanım, etkilenim” anlamlarında kullanılan bir terimdir.⁴² Pathos farklı dönemlerde farklı anlamlar ile kullanıldığından birçok değişik yoruma ve anlama sahiptir. Felsefi düşünürler pathosu, “bedenlerin ve cisimlerin uğradığı şey” ve “ruhların uğradığı şey” olmak üzere iki farklı açıdan incelemişlerdir. “Bedenlerin ve cisimlerin uğradığı şey” başlığını inceleyen düşünürler, insanların ikna olmasını etkileyen genel faktörleri ele alırken “ruhların uğradığı şey” başlığını inceleyen düşünürler, insanların duygusal deneyimlerini, korku, nefret, heyecan, coşku, sevinç, hüzn gibi duyguları ele almaktadırlar.⁴³

Aristoteles'e göre pathos, konuşmacının dinleyici kitlesinin duygularını etkilemesi, onları canlandırması ve doğru düşünmeye yönlendirmesi şeklinde tanımlanır. Aristoteles, insanların duyguların yargıları nasıl etkilediğinin farkında olan bir düşünürdü. İkna etme konusunda, kanıtlarla desteklenen argümanların yanı sıra karakter ve psikolojik etkiler üzerine kurulu öncüllerle de ilerlerdi. Retorik'in ikinci kitabı, özellikle duygusal durumların yargıları nasıl etkilediği konusunda tarihteki ilk ciddi çalışmalardan biridir. Kitapta, zihinsel ve duygusal durumların tanımı kadar nedenleri de incelenmiştir. Bu sebeple, sıklıkla retorik sanatını icra

⁴² Petters, s. 281; Güçlü, vd, s. 1130.

⁴³ Petters, ss. 281-282.

etmek zorunda olan politikacıların da insan duygularını anlaması oldukça önemlidir. Çünkü retorik mümkün olan her ikna yöntemini kullanmayı amaçlar. Dolayısıyla Aristoteles için de pathos, dinleyiciyi etkileyerek iknaya yönlendirmektir. Pathos bu amaçla dinleyicideki sevinç, korku ve nefret gibi güçlü duyguları uyandırmakta ve dinleyiciyi yönlendirmektedir.⁴⁴

İnsanlar eylemlerini büyük oranda duygularından yola çıkarak gerçekleştirmektedir. Eylemlerin gerçekleştirilmesinin altında o konuya ilişkin; öfke, sağduyu, merhamet, hüzn gibi güçlü duygular yatmaktadır.⁴⁵ Doğal olarak duygularımızın işlenmesiyle eylemlerimiz ortaya çıkar. Duygular manipüle edildiğinde ise kişiler kendi kararlarını veriyor gibi hissetseler de aslında tamamen duygularının yönlendirilmesi sonucu ortaya çıkan eylemleri gerçekleştirebilirler. Anlaşılacağı üzere duyguların eylemler üzerinde güçlü bir etkisi vardır. Retorik de bu güç üzerinden kitleleri ikna ederek yönlendirmeye çalışır.

Pathos bazı konuşmacılar tarafından kaçış yolu olarak da kullanılabilir. Eğer konuşmacı bahsettiği konu hakkında yeterli bilgi ve donanımına sahip değilse bunu belli etmemeye çalışacaktır. Yetkin olmadığını farkında olan konuşmacı, bilgisiyle dinleyicileri ikna edemeyeceğinin de farkındadır. Bu durumda konuşmacı tamamen pathosa yönelerek kişilerin duygularını manipüle etmeye çalışmaktadır. Pek tabii ki böyle bir durum söz konusuysen birçok politikacının da demagoji yaptığı iddiaları ortaya çıkmaktadır.⁴⁶ Platon'un da sofistlerin halkı kandırdığını düşünmesinin sebebi tam olarak bu durumdur.

Politikacılar çok özenli, ayrıntılı ve zekice hazırlanmış konuşmalarıyla dinleyicide hangi kelimelerin nasıl çağrışımlar yapacağını saptamakta ve bu çağrışımların dinleyicide hangi duyguları uyandıracığının da farkındadırlar. Bu konuya Gorgias da şu sözleriyle dikkat çekmiştir: “Konuşma güçlü bir efendiye

⁴⁴ Aristoteles, **Retorik**, s. 97 (1377b 25-30); Baba, **Retoriğin İkna Gücü**, s. 118; James L. Jasinski, **Source Book on Rhetoric: Key Concepts in Contemporary Rhetorical Studies**, California: Sage Publications 2001, p. 421; Coşkun Baba, “Retorikte Pathosun Yeri”, **Mantık Çalıştayı Kitabı VIII**, (Ed. Vedat Kamer ve Şafak Ural), Mantık Derneği Yayınları, İstanbul 2018, s. 60.

⁴⁵ Meyer, ss. 18-19.

⁴⁶ Nilüfer Rüzgar, Ali Akdemir, “Retorik Söylemin İçerik Kalitesi ve Etkileme Amacına Yönelik Algının Akademisyenler Düzeyinde Araştırılması”, **İşletme Araştırmaları Dergisi**, 9/2 2017, s. 265.

benzer, korkuyu durdurabilir, kederi ortadan kaldırabilir, sevinç yaratabilir, merhameti besleyebilir.”⁴⁷

Pathosun etkisinin en net görüldüğü durumlardan biri de kişilerin sadece bir siyasi partiye bağlanması ve karşıt görüşteki tüm siyasi partilere nefret duyması, daha da ileriye giderek bu partilerin fikirlerine olumlu bakan insanlara da mesafeli davranmasıdır. Siyasetçiler pathosun seçmenler üzerindeki tek bir partiye bağlanma etkisini kullanmak amacıyla kampanyalarında pathosu fazlaca kullanırlar. Örneğin seçim kampanyalarındaki sloganlar genel olarak duygular üzerine yoğunlaşmıştır.

31 Mart 2019 belediye seçimlerinde Cumhuriyet İttifakı adayı Binali Yıldırım, seçim sloganı olarak “Gönül Belediyeciliği” kullanarak seçmenlerde fedakârlık ve merhamet duygularına yönelme yapmıştır.⁴⁸ Böylelikle pathos bir seçim stratejisi olarak kullanılmıştır.

Belediye seçimlerindeki diğer bir ittifak olan Millet İttifakı adayı Ekrem İmamoğlu, seçim çalışmalarında yanına gelerek umut dolu ifadelerle “Her şey çok güzel olacak” diyen Berkay Gezgini’den etkilenmiş ve bu ifadeyi seçim sloganı olarak kullanmaya karar vermiştir. Böylelikle pathos aracılığı ile seçmenlerde yeşeren hayaller ve geleceğe dair umut duyguları uyandırılmaya çalışılarak pathos oluşturmak amaçlanmıştır.⁴⁹

Sonuç olarak pathos, dinleyicilerde duygusal izlenimler uyandırarak eylemlerini yönlendiren oldukça güçlü bir unsurdur. Burada dikkat edilmesi gereken durum pathosun amacı, konuşmacıya duygusallık yaşatmak değildir. Yapılan konuşmada, yalın ve gerçek cümlelerle karşıya aktarılan konunun, dinleyicilerdeki duygularla bütünleşmesini sağlamaktır. Siyasetçiler de pathosun genel olarak insanlar üzerindeki güçlü etkisini farkında olduklarından seçim kampanyalarında sıklıkla kullanmaktadırlar.

⁴⁷ Walter Jost, Wendy Olmsted, **A Companion To Rhetoric And Rhetorical Criticism**, Part II, James L. Kasteley, (**Pathos: Rhetoric and Emotion**), Pondicherry: Blackwell Publishing, 2004, p. 222.

⁴⁸ Oğuz Han Öztay, “Siyasal İletişim: 31 Mart 2019 Yerel Seçimleri Özelinde Bir Değerlendirme”, **İletişim Çalışmaları Dergisi**, Cilt: 8, Sayı: 1, 2022, s. 111.

⁴⁹ <https://sputniknews.com.tr/20190625/her-cok-guzel-olacak-sloganinin-mimari-13-yasindaki-berkay-yesil-alan-en-buyuk-problem-1039467209.html>, (20.07.2022).

1.3.3. Logos

Retoriğin ikna etme araçları arasından en önemlisi sayılan logos, mantık kurallarına başvurularak doğru bilgiye ulaştırıcı kanıttır. Logos kavramı “konuşma, akıl, hesap, ifade, sohbet, tartışma, kural, düstur, atasözü, müzakere, haber, masal, fabl, düzyazı, tartışma, yasa, evren, orantı” anlamlarına gelir. Eski Yunan dünyasında logos, leg kökünden gelen “önemli bir şey söylemek” anlamında kullanılan *legein*’den türemiş bir sözcüktür.⁵⁰

Antik Yunan dünyasına baktığımızda ilk anlamı söz olarak kullanılan logos, İlkçağ Yunan Felsefesinde ise bilim, akıl (us), düşünce, düşünme yetisi, temellendirme, sav, kanıt, açıklama, tanım gibi birden fazla anlamları bünyesinde barındırmaktadır. Dolayısıyla felsefenin de en önemli kavramlarından birisi olmuştur.⁵¹ Herakleitos, doğa felsefecileri arasında logos kavramını ilk kez kullanarak evrenin temel gayesi olarak tanımlamıştır. Bu gaye, insanların dili aracılığıyla bağlantı kurdukları mantıklı düşünce ve konuşmanın temelini oluşturmaktadır. Heidegger de bu bağlamda, dilin insanın varlığı ve düşüncesinin evi olduğunu vurgulayarak logosun bütünselliğine işaret etmiştir.⁵²

Platon Phaidon ve Theaitetos diyaloglarında logos kavramı üzerine farklı yaklaşımlarda bulunmuştur. Phaidon diyalogunda logosun, bireyin doğru bir şekilde bilgiyi ifade edebilme yeteneği olduğunu vurgulayan Platon, Theaitetos diyalogunda bilginin doğruluğu üzerine kanıtların bulunması ve kanaat oluşturulurken doğru yolla akıl yürütülmesi üzerinde durmaktadır.⁵³

Aristoteles için logos, bir münazara misali zıt fikirlerin birbirleri ile karşı karşıya geldiği bir masa değildir. Ona göre kişiler olumsal durumlarda logosa başvururlar ve logos burada salt bir gerçek veya gerçek olarak görünen bir ikna aracıdır. Aristoteles’e göre kişi eğer delillere ve kanıtlara dayalı gerçeklerle yüzleşirse bu kişinin konuya olan inandırıcılığını oldukça artıracaktır. Bu da retorikte

⁵⁰ Baba, **Retoriğin İkna Gücü** s. 130; Petters, s. 208; Güler Çelgin, **Eski Yunanca-Türkçe Sözlük**, Kabalcı Yayınevi, İstanbul, 2010, s. 402.

⁵¹ Güçlü vd, s. 899.

⁵² Baba, **Retoriğin İkna Gücü**, ss. 131-132; A. Kadir Çüçen, **Bilgi Felsefesi**, Sentez Yayınları, Bursa, 2012, s. 28; Jean Paul Sartre, Martin Heidegger, Thomas Stearns Eliot, Irving Babbitt, **Hümanizimin Özü**, çev. Ahmet Aydoğan, İz Yayıncılık, İstanbul, 2002, s. 37.

⁵³ Platon, **Phaidon**, çev. Furkan Akderin, Say Yayınları, İstanbul, 2013, ss. 70-71(76 e); Platon, **Theaitetos**, çev. Furkan Akderin, Say Yayınları, İstanbul, 2014, ss. 115-131; Baba, **Retoriğin İkna Gücü**, s. 135.

logosun önemini açığa çıkartmaktadır.⁵⁴ Aristoteles için retorik, sadece ethos veya sadece pathos ile sağlanabilecek bir şey değildir. Bunların yanında dinleyicinin duyduklarına inanabilmesi için iletilen fikirleri mantık çerçevesinde değerlendirebilmeli ve bunun için de bahsedilen duruma ait kanıtları bilmelidir.

Aristoteles bunun sağlanması adına kitabında birçok teknikten bahsetmiştir. Bu teknikler genel olarak cümle yapısının anlatıya göre oluşturulması üzerine kuruludur. En basit cümlelerimiz bile insanların o kelimeleri algılama biçimine göre anlam değiştirebilir. Aynı anlama gelen kelimeler farklı cümleler içinde kullanıldığında farklı çağrışımlarda bulunabilir. Kelimelerin anlatılmak istenilen konuya göre değiştirilmesi ve hangi cümlelerin kullanılıp kullanılmayacağına karar verilmesi kişiyi yönlendirmede oldukça önemlidir. Aristoteles'e göre inandırma, kanıtlama yolu ile yapılacaksa konuşmacının kullanabileceği örtük tasım ve örnek olmak üzere iki argüman vardır. Her ikisi de retorikte ortak yapıdır ve ikna yöntemlerinden, önermelerden yola çıkarak veya akıl yürütme yoluyla oluşturulan çeşitlerdir. Hem örtük tasım hem de örnek, logosta bulunan bir ikna etme tarzıdır.⁵⁵ Bu nedenle, retorikte mantıksal delillerin kullanılması, retoriğin gerçek bilgi değerini artırabileceği ve hedefe ulaşma başarısını artırabileceği açıktır. Logosun alt başlıkları olan örtük tasım ve örnek ikinci bölümde ayrıntılı bir şekilde ele alınacaktır.

İslam düşünürlerinden Farabi'nin fikirlerine baktığımızda da logosun ön planda olduğunu görmekteyiz. Farabi'ye göre örnek ve örtük tasım kişiyi ikna etmede başlı başına yeterlidir. Ethos ve pathos iknada etkin olmasalar da dinleyici için kullanılan kanıtlar ve mantıklı akıl yürütmeleri ile konuşmacı, ethos ve pathosun yokluğu çerçevesinde de retoriği gerçekleştirebilir.⁵⁶

Meyer'in iknada logos kullanımına ilişkin anlayışı, sorunları ve çözümleri vurgulayarak durumlar arasındaki farklılıkları açığa çıkarmaktır. Böylelikle dinleyici çok yönlü düşünür ve karar verme süreci olumlu yönde etkilenir. Dolayısıyla retorun, yaptığı konuşmada söylemlerinin altını doldurması gerekir. Bunun için kanıtlardan, farklılıklardan ve örneklerden yararlanabilir. Siyasi retor da tam bu sebeplerden ötürü

⁵⁴ Baba, **Retoriğin İkna Gücü**, s. 134; George Alexander Kennedy, **The Art of Rhetoric in the Roman World**, Wipf and Stock Publishers, 2008, p. 5.

⁵⁵ Aristoteles, **Retorik**, ss.134-149. (1393a 25 1399b 15); W. David Ross, **Aristoteles**, çev. Ahmet Arslan, Kabalcı Yayınları, İstanbul 2011, s. 420.

⁵⁶ Fârâbî, **Kategoriler ve Retorik: Kitâbu'l- Mâkûlat ve Kitâbu'l- Hatâbe**, çev. Ali Tekin, Klasik Yayınlar, İstanbul 2019, s. 79.

konuşmalarında çok kez iddialarına kanıt olacak rakamsal verilerden, icraatlarından, karşılaştırmalardan ve örneklerden bahsetmektedirler. Bu etkenlerin hepsi dinleyici üzerinde logos oluşturarak onu iknaya götürür.⁵⁷

Sonuç olarak dinleyici eğer karşısındaki inanılır değilse ikna etme süreci başarılı olmayacaktır. Mantiğa yatmayan hiçbir bilgi dinleyici için ikna etme niteliğinde değildir. Bundan dolayı da logos, retorikte mantık olarak yerini almaktadır. Özellikle siyasi retorikler için rasyonel bilgileri seçmenlere uygun bir şekilde aktarabilmek çok önemlidir fakat tek başına yeterli değildir. Aristoteles'in vurguladığı gibi logosu tek başına kullanmak iknada yeterli düzeyde etkili olmayacaktır. Bu konuda Coşkun Baba da "Retoriğin İkna Gücü" adlı eserinde, retor erdemli ve güvenilir olarak iyi bir ethos kursa da eğer tutarlı ve mantıklı (logos) bir konuşma yapmazsa dinleyicinin güvenini kazanamayacağını dolayısıyla iknada da başarılı olamayacağını belirtmiştir.⁵⁸ Seçmenler üzerinde en etkili olan siyasi retor, sadece logos kullanabilen değil, ethos ve pathos ile beraber kullanarak seçmeni yönlendiren kişi olacaktır.

1.4. HATİBİN POLİTİK RETORİĞE HAS ÖZELLİKLERİ

Retorik çeşitleri arasında politik retorik, tüm insanların geleceklerini ilgilendirdiğinden önemini hiçbir zaman kaybetmemiştir. Dolayısıyla Klasik Yunan dünyasından günümüze kadar politik retorik birçok çalışma sahasının merkezinde yer almış ve insanlarda ikna oluşturmak amacıyla kullanılmıştır.

Bu minvalde siyasi retorun, politik retorliği başarılı bir şekilde oluşturarak dinleyici kitlesini etkileyebilmesi, aynı görüşte olmasa bile onların dikkatini çekebilmesi için bazı özelliklere sahip olması gerekmektedir. Başarılı bir retorik için gerekli nitelikler arasında misyon ve vizyon sahibi olmak, sağlam bir bilgi birikimine sahip olmak, fedakarlık göstermek, istekli olmak, örnek olmak, eleştirilere açık olmak, saygılı olmak, doğru ve hızlı karar vermek, zamanı etkili kullanmak ve adaletli olmak gibi özellikler bulunmaktadır.⁵⁹

⁵⁷ Meyer, s. 31; Ahmet Haluk Yüksel, **İkna ve Konuşma**, Anadolu Üniversitesi Yayınları, Eskişehir 2005, ss. 22-23.

⁵⁸ Baba, **Retoriğin İkna Gücü**, s. 106.

⁵⁹ Murat Başarır, **Siyasal İletişim Sürecinde Lider Üslubunun Seçmen Davranışındaki Rolü Üzerine Bir Araştırma**, (Yayınlanmamış Doktora Tezi), Selcuk Üniversitesi Sosyal Bilimler

Oluşan siyaset arenasında retorun bazı sorumlulukları üzerinde taşıması gerekmektedir. Bu sorumluluklardan ilki özgüvenli olmasıdır. Kişi özgüvenli olarak kendi değerini, diğer insanların takdiri olmadan da bilir ve kendine saygı duyar. Egosuz bir tavırla kararlılığını ve iradesini göstererek karşı tarafta güven hissi oluşturur. İkincisi ise tutarlı olmasıdır. Hiçbir insanın mükemmel bir kişiliği olamaz, önemli olan kişilerin problemlerinin farkında olması ve gereksiz savunmalardan kaçınarak kendi içinde tutarlı davranmasıdır. Çünkü gerçek bir siyasi retor, güzel ve kötü yanları ile kendisiyle barışık ve tutarlı olan kimsedir. Üçüncü sorumluluk ise retorun samimi olmasıdır. Politikacılar dinleyici kitlesiyle iletişim kurarken empati yaparak onlara anlayış duyar. Retor, kendini insanlardan üstün görerek onları ezmeye çalışmaz ve farklı sosyal yapılara sahip insanlarla konuşurken de eşitliğini ve saygısını korur.⁶⁰

Siyasi retor aynı zamanda mütevazı olmalıdır, dinleyici kitlesi genelde mütevazılıktan uzak kişileri itici bulmaktadırlar. Bu da retora karşı oluşan güveni etkilemektedir. Siyasi retor görünüşüyle de dinleyiciye sıcak bir hava vermeli ki dinleyici kendini retora daha yakın hissetsin ve daha hızlı bir şekilde güven oluşturabilsin. Oluşturulan güven sayesinde retorun inandırıcılığı da artmaktadır. Araştırmalar gösteriyor ki insanlar güvenilir kaynaktan gelen bilgilere daha kolay inanmaktadırlar. Bu durumda dinleyici üzerinde bir davranış değişikliği oluşturmak isteniliyorsa donanımlı ve güvenilir olmak önemli unsurlardır. Siyasi bir retorun güvenilir olması dinleyici kitlesini daha kolay ikna etmektedir.⁶¹

Peygamberler güvenilirliği ile topluma örnek olmuş kişilerdir. Peygamberlik genel olarak güvenilirlik ve dürüstlük üzerine kurulmuştur. Her peygamberin doğru ve güvenilir olması gerekir. Son peygamber olan Hz. Muhammed (s.a.v) bir hadisinde “*Bana sözün en sevimlisi en doğrusudur.*”⁶² buyurmuştur. Bu hadisi şerif doğrultusunda peygamber sözleri makbulâtan olan öncüllere örnek verebiliriz.

Enstitüsü Halkla İlişkiler ve Tanıtım Anabilim Dalı, Konya 2015, s. 7; Hidaye Aydan Bilgiler, Büşra Çetin, “Siyasi Liderlerden Beklenen Liderlik Özellikleri: X VE Y Kuşağı Bağlamında Nitel Bir Araştırma”, **Lefke Avrupa Üniversitesi (LAÜ) Sosyal Bilimler Dergisi** (X- 11), 2019, s. 139-140.

⁶⁰Aristoteles, **Retorik**, s. 98. (1378a 10-30); Meltem Ünal Ezan, “Siyasi Lider İmajlarının Seçimlerde Etkisi”, **İletişim Dergisi**, Sayı: 31, İstanbul, 2008, s. 68.

⁶¹Baba, **Retoriğin İkna Gücü**, s. 108; Çiğdem Kağıtçıbaşı, Zeynep Cemalcılar, **Dünden Bugüne İnsan ve İnsanlar Sosyal Psikolojiye Giriş**, Evrim Yayınevi, İstanbul 2014, s. 189.

⁶²Ebu Abdillâh Muhammed b. İsmail el-Buhârî, **Sahîh’i- Buhârî**, “Vekâle” 7, “Hîbe” 10, I-VI, Dâru’s-Sahnûn, Çağrı Yay, İstanbul, 1992; Baba, **Retoriğin İkna Gücü**, s. 110; Mücahit Yıldız,

Siyasi retorda bulunması gereken bir diğer özellik erdemli olmaktır. Erdem iyi şeyleri tespit etme ve iyi şeylere sahip olma yeteneğidir. Erdemli insanlar doğru sözlü, cömert kişilerdir. İnsanların doğru ve yanlış ayırt etmesini sağlayan, bilinçli bir şekilde karar verebilmelerini olanaklı kılan erdemdir. Retorda olması gereken erdemler Aristoteles'e göre şunlardır; adalet, ölçülülük, cömertlik, sağgörü, yüce gönüllük, sevecenlik, görkem, cesaret ve akıldır.⁶³ Siyasi bir hatibin temel unsurlarına değindikten sonra konuşma esnasında dikkat etmesi gereken bazı unsurlara da değinmemiz gerekmektedir.

Siyasi retor konuşurken ses tonunu çok iyi ayarlamalıdır, çok yüksek konuşarak dinleyicilere agresif bir enerji yaymamalı, aynı zamanda çok alçak bir ses tonuyla konuşarak da dinleyicilerin sıkılmasına ve konunun öneminin azalmasına izin vermemelidir. Retor, konuyu hedef kitlenin sosyal seviyesine en uygun hale getirerek açıklamalı ki dinleyiciler, konuya çok yabancı kalmadan en doğru şekilde algılayabilsin. Retor, dinleyiciye ne aktarmak istediğini iyi bilmelidir. Ne yaptığını bilen retor kendisinden daha emin olur ve özgüveni dinleyiciye de güven verir.⁶⁴

Ayrıca siyasi retor dış görünüşüne dikkat etmelidir. Siyasi retor, gündelik özensiz kıyafetler yerine temiz, şık ve özenli kıyafetler giyinmelidir. Bunlarla birlikte konuşurken canlı ve dik durarak enerjisini belli etmelidir. Retor konuşurken sürekli hareket ederek dinleyicinin odağını dağıtmamalıdır. Hareket etmesi gerekiyorsa hareketlerinin çok ani olmamasına dikkat etmelidir. Hareketleri yanında jest ve mimikler'de büyük önem arz eder. Yumuşak yüz ifadelerinin kullanımı bu noktada önemlidir. Ayrıca siyasi retorun konuşurken gözlerini tek bir noktaya odaklamaması gerekir. Retorun gözlerini dinleyiciler üzerinde gezdirmesi konuşmasında daha etkili olacaktır. Son olarak retor tüm bu unsurların yanı sıra dinleyicileri ikna etmek için topladığı ve kullanacağı verilerde emin olmalıdır. Doğru bilgiyi doğru yerde

Kütüb-i Sitte Özelinde Hadislerde Hz. Muhammed'in Sevdığı İfade Edilen Şeyler, (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Temel İslam Bilimleri Anabilim Dalı, Çanakkale, 2016, s. 20.

⁶³ Aristoteles, **Retorik**, s. 64 (1366b 5-10).

⁶⁴ Abdülhakim Yüce, **Konuşma Sanatı Hitabet**, Işık Yayınları, İzmir, 2011, ss. 87-89; Turgay Keskin, **Beden Dili ve Hitabet**, Ares Yayıncılık, İstanbul, 2015, s. 157; bkz. Ali Selçuk, **Diksiyon ve Hitabet**, Altın Anahtar Yayınları, Ankara 2013, s. 82.

kullanarak mesajını insanların şüphesine yer vermeyecek şekilde aktarmalıdır. Böylelikle dinleyicilerin gözünde bilgili ve güvenilir olur.⁶⁵

Sonuç olarak siyasi retor, tüm bu unsurlar ile politik retoriğinin etkili olmasını sağlar ve seçmenlerin onun savunduğu fikre daha fazla inanmasını sağlar. Ayrıca retor, oluşturacağı güven ve erdemli davranışlar ile de etkili bir ethos oluşturur. Bu da insanları ikna etmede retora büyük bir avantaj sağlar. Retor elde ettiği güvenilir bilgiler ile kendine olan güvenini artırır. Doğal olarak hem kendinden emin bir şekilde konuşan hem de logosa dayalı kanıtlarla konuşan birisi dinleyiciler gözünde sözüne inanılabilecek, ne söylediğini bilen kişi konumuna gelir. Böylece retorik başarılı bir şekilde uygulanabilir ve retorun mesajı dinleyiciler tarafından daha iyi anlaşılır ve kabul edilir hale gelir.

1.5. POLİTİK RETORLARIN KONUŞMA ARAÇLARI

Antik Yunan'da politikacıların halkı etkilemek için kullandığı retorik stratejilerini inceleyen ve sınıflandıran Aristoteles'in *Retorik* adlı eserinde, siyasi retorların üzerine konuşmalar yaptığı ana konuların sayısı beş kadardır. Bunlar: yollar ve araçlar, savaş ve barış, ulusal savunma, dışalım ve dışsatım ve yasama'dır.⁶⁶

Bu başlıklar genel olarak halkın yaşam kalitesini, refahını artıran ve onların güvende hissetmelerini sağlayacak politik konulardır. Bu nedenle siyasiler tarafından retorikte oldukça sık bir şekilde kullanılmaktadır. Bu konular halkı doğrudan etkilediğinden ilgili konulara ilişkin vaatler de retorik çalışmalarında daha çok etkili olmaktadır. Örneğin yollar ve araçlar konusu halkın günlük yaşamını, ulaşılabilirliği en çok etkileyen unsurlardan birisidir. Dolayısıyla ikna sürecinde bu konuya ilişkin politikaları ele almak retora fayda sağlayacaktır. Bununla birlikte bu beş ana başlığı zamanla güncelliğini kaybetmeyen konular olarak kabul edebiliriz. Zira geçmişten günümüze gelişen teknoloji sayesinde bu konuların sahip olduğu önem ve güç

⁶⁵ Semra Çakır, Ahmet Dağlı, Yusuf Yıldız, İsa Abonaz, **Sosyal Bilimler Lisesi Diksiyon ve Hitabet Dersi Öğretmen Kılavuz Kitabı**, MEB Yayınları, İstanbul, 2012, ss. 108-109; Robert B. Cialdini, **İknanın Psikolojisi**, çev.Yasemin Fletcher, Kapital Medya Yayınları, İstanbul, 2008, ss. 218-219; Ertuğrul Yaman, **Doğru, Güzel ve Etkili Konuşma Sanatı**, Gazi Kitap Evi, Ankara, 2001, ss. 78-80; bkz. Ertuğrul Yaman, **İletişim Türkçesi**, Kültür Bakanlığı Yayıncılık, Ankara 2011, s. 126.

⁶⁶ Aristoteles, **Retorik**, s. 46 (1359b 20).

artmaya devam etmektedir. Teknolojinin gelişmesi gerek ulusal güvenlik açısından gerek ulaşım açısından yeni politikalara ihtiyaç duyulmasını sağlamaktadır. Dolayısıyla siyasilerin bu doğrultuda oluşturacakları politikalar da ikna çalışmalarının yapı taşıdır.

Görüyoruz ki Aristoteles'in retoriğinde ele alınan yollar ve araçlar, savaş ve barış, ulusal savunma, ithalat ve ihracat ve yasama konu başlıkları günümüzde de ekonomiyi, güvenliği ve refah seviyesini doğrudan etkilediğinden siyasetçilerin politikalarında kritik bir role sahiptir. Bu kısımda, Aristoteles'in belirttiği bu beş ana konu sırasıyla ele alınacaktır.

1.5.1. Yollar ve Araçlar

Antik Yunan toplumunda, yollar ve araçlar politikacılar için önemli bir konudur ve toplumun hayati unsurları arasında yer almaktadır. Antik Yunan'da yollar ve araçlar özellikle ticaret ve askeri amaçlar için kullanılmaktaydı. Atina'nın güçlü filosu ve limanları sayesinde ticaret daha da artmıştır ve yollar, tüccarların mal taşımak için kullandığı ticaret yolları haline gelmiştir.⁶⁷ Politikacılar, bu konuyu ele alırken öncelikle mevcut yolların durumunu değerlendirirler ve daha sonra yolların düzenli bakımının önemine vurgu yapmaktaydılar. Ayrıca yeni yolların inşası da halkın ulaşım sorunlarını çözmek ve hayatlarını kolaylaştırmak için önem arz eden ve politikacıların vaat verirken sıklıkla değindiği bir konudur.

Politikacılar aynı zamanda, yeterli araç sayısının ulaşım ve ticarete olan etkisine vurgu yapmaktaydılar. Antik Yunanlılar, gemi yapımı ve deniz ticareti konusunda uzmanlaşmışlardı.⁶⁸ Dolayısıyla Antik Yunan'da gemi inşası ve deniz ulaşımı kara ulaşımına nazaran daha hızlı gelişmekteydi. Yine de iç ticaretin de sağlanabilmesi için kara yolunun gelişmesi ülkenin ekonomisi ve halkın refah seviyesi için önem arz etmektedir.

Platon bu noktada yeni yolların inşasının ve mevcut yolların düzenli bakımının ne kadar önemli olduğunu birçok kez vurgulamıştır. Platon, yolların düzenli bakımı sayesinde insanların daha güvenli ve rahat seyahat edebileceğini,

⁶⁷ Eco, s. 116.

⁶⁸ Thomas R. Martin, *Eski Yunan Tarih Öncesinden Helenistik Çağ'a*, çev. Ümit Hüsrev Yolsal, Say Yayınları, İstanbul, 2012, s. 23.

ticaretin daha verimli bir şekilde yapılabileceğini ve askeri birliklerin daha hızlı ve etkili hareket edebileceğini belirtmektedir. Görüldüğü üzere Platon, insanların güvenliği ve sağlığı açısından yolların bakımına önem vermektedir ve politikacıların da bu konuya özen göstermelerini tavsiye etmektedir.⁶⁹ Aynı şekilde Aristoteles de politikacılara, yolların inşası ve bakımı konusunda bir dizi öneride bulunmuştur ve bir ülkenin gelişebilmesi için iyi bir yol ağına sahip olmanın hayati önem taşıdığını vurgulamaktadır. Bu öneriler arasında yeterli bütçe ayırma, kaliteli malzemeler kullanma, coğrafi koşullara uygun inşa etme, düzenli bakım yapma ve özel bir bakım ekibi oluşturma gibi konular yer almaktadır.⁷⁰

Retorik açısından baktığımızda yollar ve araçlar konusu, politikacılar için oldukça etkili bir yöntem olarak kullanılmaktadır. Aristoteles'in de belirttiği gibi ulaşım ve ticaret modern toplumların temel ihtiyaçlarından biridir ve bu ihtiyaçlar gelişmiş yolların ve yeterli araçların sayesinde karşılanır. Politikacılar için bu konu, halkın günlük yaşamını doğrudan etkileyen ve ekonomik gelişimle bağlantılı olan bir konudur. Yolların ve araçların bakımı ve geliştirilmesi, ulaşımın daha hızlı ve güvenli hale getirilmesine ve ticaretin daha verimli hale gelmesine yardımcı olur. Bu nedenle, politikacı bu konuda farkındalık yaratmalıdır.⁷¹

Örneğin bir politikacı, kentteki trafik sıkışıklığına dikkat çekerek mevcut yolların iyileştirilmesinin ve yeni yolların inşa edilmesinin öneminden bahsedebilir. Bunu yaparken günlük hayatta insanların yaşadığı sorunları anlatarak trafik sıkışıklığının iş kaybına, zaman kaybına ve stres gibi sorunlara yol açtığını vurgulayabilir. Yolların düzenli bakımının yapılması, trafik akışının daha hızlı ve güvenli hale getirilmesine yardımcı olacağına dair kanıtlar sunabilir. Aynı şekilde bir politikacı, ticaretin gelişmesi için yeterli araç sayısının artırılmasının önemini vurgulayabilir. Bununla birlikte, ekonomik kalkınmanın yollarla ve araçlarla doğrudan bağlantılı olduğunu belirterek yatırımcıların ve işletmelerin daha verimli hale geleceğini ve istihdamın artacağını açıklayabilir.

Bugünün politik retoriği bağlamında, yollar ve araçlar konusu hala önemli bir konu olarak kabul edilmektedir. Örneğin AK Parti, halkın refah seviyesinin

⁶⁹ Platon, **Devlet**, çev. Furkan Akderin, Say Yayınları, İstanbul, 2016, ss. 81- 86 (369- 372).

⁷⁰ Aristoteles, **Politika**, çev. Furkan Akderin, Say Yayınları, İstanbul, 2017, ss. 212-214 (1321 b 1322 a).

⁷¹ Aristoteles, **Retorik**, ss. 46-47 (1359b 25-30).

artmasına ve ülkenin kalkınmasına katkı sağlamak amacıyla, "Yol Medeniyettir" sloganını benimseyerek ülkenin yol ağını güçlendirmeye yönelik yatırımların ekonomik faydasını öne sürmektedirler.⁷² Kara, deniz ve hava yollarında yapılan yatırımların ekonomik kazanımlarına vurgu yapılırken, aynı zamanda her bölgeye güvenli, modern ve teknolojik yeniliklerle donatılmış bir ulaşım ağı sunularak halkın ulaşım kolaylığının artması hedeflenmektedir. Bu bağlamda, 2023 yılında seri üretime geçen elektrikli araç olan Togg, inovasyon ve teknolojiye verilen önemi vurgulayarak sürdürülebilirliği desteklemeyi hedefleyen bir adım olarak gösterilmiş ve halkın desteği kazanılmak istenmiştir.⁷³

Ulaşım kolaylığı ile birlikte, halkın daha iyi entegre olmasını sağlamak, iç göçü önlemek ve sosyal uyumu artırmak amaçlanmaktadır ve bu doğrultuda çalışmalar yürütülmektedir. Ayrıca, uluslararası alanda da sosyal ve kültürel etkileşimleri güçlendirerek, seçim kampanyalarında yollar ve araçlar kullanarak, halkın ikna edilmesi kolaylaştırılmaktadır. Bu minvalde baktığımızda iyi bir politikacı, halka yollar ve araçlar konusunda bilgi vererek onların güvenliğini kazanabilir ve desteğini alabilir. Ayrıca, halkın günlük yaşamında önemli bir rol oynayan konulara odaklanarak politikacılar halkın dikkatini çekebilir ve onları ikna edebilirler.

Sonuç olarak yollar ve araçlar konusu, halkın yaşam kalitesini doğrudan etkileyen ve ekonomik gelişimle bağlantılı olan bir konudur. Politikacılar, bu konuda farkındalık yaratarak ve halkı ikna ederek yolların ve araçların geliştirilmesi ve bakımının doğru bir şekilde yapılmasını sağlamalıdır. Bu husus, modern toplumların gelişmesinde kritik bir rol oynayan önemli bir konudur.

1.5.2. Savaş Ve Barış

Savaş ve barış konusu tarih boyunca kentlerin, ülkelerin güvenliklerini sağlamada en önemli konulardan birisi olmuştur. İlk çağlardan itibaren sınırlar arası savaşlar ve iç savaşlar hep süregelmiştir. Savaş ve barış konusu halkın güvenliğine,

⁷² İletişim Bakanlığı <https://www.iletisim.gov.tr/turkce/haberler/detay/cumhurbaskani-erdogan-yol-medeniyettir-anlayisiyla-ulkemize-ulasimda-cag-atlatmaya-devam-edecegiz> (24.07.2022).

⁷³ AK Parti, **Türkiye Yüzyılı için Doğru Adım**, <https://www.akparti.org.tr/media/dwyd05pu/tu-rkiye-yu-zyili-ic-in-dog-ru-adimlar-2023-sec-im.pdf> , s. 255 (13.04.2023).

ekonomiye, ülkenin geleceğine ciddi tehditler oluşturabilmektedir. Yönetimdeki kişilerin bu sebeple savaş ya da barışı seçmeleri de kritik bir tercihtir. Zira savaş da barış da aynı sonuçları doğurabilmektedir. İçinde bulunulan şartlara göre savaşmak ülkenin geleceğini kurtarıp halkın güvenliğini sağlayabileceği gibi bazı durumlarda barışı seçmek bu sonuca ulaştırır. Önemli olan o anki koşullara en uygun seçeneği seçmektir.

Dolayısıyla savaş ve barış için aynı madalyonun iki zıt yönüdür diyebiliriz. Bu nedenle bir siyasetçi barışın korunması ve savaşlardan kaçınılması gerektiğini söyleyebileceği gibi olası bir savaş durumuna hazırlıklı olunması gerektiğinin de altını çizerek ulusal savunmayı güçlendirmeyi önerebilir. Eğer bir savaşın gerekliliği durumu ile karşı karşıya kalınıyorsa siyasi retoriklerin topluma, savaşın nedenlerini ve hedeflerini anlatmaları gerekir. Ancak savaşın getireceği olası olumsuz sonuçları da göz önünde bulundurarak liderlerin aynı zamanda savaşın yol açabileceği kayıpların da farkında olmaları gerekir. Bununla birlikte sivil halkın zarar görmemesi için liderlerin savaşın nasıl yürütüleceği konusunda net bir plan ortaya koymaları zaruridir. Barışın korunması için ise diplomatik çabaların artırılması ve sivil toplum örgütleri ve diğer ülkelerle iş birliği yapılması elzemdir.⁷⁴

Bir politikacı, çatışmaların önlenmesi ve barışın sürdürülmesi için diplomasiye ve barışı koruma misyonlarına yatırım yapılmasını önerirken ülkenin kendisini savunmaya hazır hale getirilmesi için ordunun güçlendirilmesini de savunabilir. Bununla birlikte, savaş ve barış konularında politikacıların doğru bilgilendirme ve şeffaf bir iletişim stratejisi belirlemesi, halkın desteğinin kazanılması ve barışın korunması için önemlidir. Örneğin yakın zamanda Türkiye'nin, Ukrayna-Rusya savaşı için arabuluculuk yapma girişimleri ve aynı zamanda Türkiye için oluşabilecek olası tehditlere karşı önlemler alması, bu duruma verilebilecek güncel örneklerden biridir. Bu gibi durumlarda, liderlerin savaş seçeneğini yerine diplomasi yolunu tercih etmeleri hem ülkeleri hem de bölgesel barışı koruyacaktır.⁷⁵

⁷⁴ Aristoteles, **Retorik**, s. 47 (1360a).

⁷⁵ Selman Ögüt, "Uluslar Arası Hukukta Barışçıl Çözüm Yolları Açısından Türkiye'nin Rusya - Ukrayna Arasındaki Arabuluculuğu", **Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi**, 75, 475-493, Kütahya, 2023, s. 484.

Sonuç olarak savaş ve barış konuları, siyasi retoriklerin halkı etkilemek için kullandığı retorik teknikler ile birleştğinde daha da önem kazanmaktadır. Bu nedenle politikacıların, savaş ve barış konularında doğru bilgilendirme ve açık iletişim stratejileri belirlemesi, ulusal savunmanın güçlendirilmesine yönelik hedefler belirlemesi halkın desteğini kazanmasında önemlidir. Bu adımlar, barışın korunması ve savaşın ancak son çare olarak kullanılması gerektiği fikrini destekleyerek daha barış dolu bir dünya için önemli bir rol oynayacaktır. Ancak, retorik açısından savaş ve barış konularının kullanımı eleştirel bir gözle de değerlendirilmelidir. Zira politikacılar bu kavramları kullanarak halkı etkilemek için gerçekleri çarpıtabilir, manipülasyona ve yalana başvurabilmektedirler. Bu nedenle, retorik açısından savaş ve barış konularının kullanımı sadece politikacıların dil kullanımıyla sınırlı kalmamalı, aynı zamanda halkın da bu kavramları eleştirel bir şekilde değerlendirmesi ve gerçekleri araştırması gerekmektedir. Bu sayede savaş ve barış gibi önemli konularda karar alınırken, duygular yerine gerçeklere dayalı bir yaklaşım sergilenmesi doğru kararların alınmasına katkı sağlamaktadır.

1.5.3. Ulusal Savunma

Aristoteles'in *Retorik* eserinde belirttiği ulusal savunma konusu, halkın güvenliğini ve refahını etkileyen önemli konulardan biridir. Bu nedenle, bir politikacının ele alması gereken kritik bir konudur. Ulusal savunma konusunu ele alan bir politikacı, güçlü bir ulusal savunma sistemi sürdürme, ordunun eğitimini ve teçhizatını geliştirme gibi konuları ele alarak halkın güvenliği ve refahı için gerekli olan tedbirleri alabilir. Ancak, ulusal savunma konusu sadece askeri tedbirlerle sınırlı değildir. Ulusal savunma politikaları aynı zamanda ekonomik, siyasi ve sosyal faktörleri içermelidir. Örneğin, bir ülkenin ekonomik gücü, savunma politikalarının etkinliğini belirlemede kritik bir rol oynar. Bu nedenle, bir siyasetçinin ulusal savunma konusunu ele alırken ekonomik, siyasi ve sosyal faktörleri de dikkate alması gerekmektedir.⁷⁶

⁷⁶ Levent Kalyon, *Cumhuriyet Dönemi Savunma Politikaları*, Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Siyaset Bilim ve Kamu Yönetimi (Yönetim Bilimleri) Anabilim Dalı, (Yayınlanmamış Doktora Tezi), Ankara, 2008, s. 3.

Ayrıca ulusal savunma politikaları, bir ülkenin dış politikasını da etkilemektedir. Bir ülkenin güçlü bir savunma sistemi olması diğer ülkelerin saygısını kazanmasına ve daha iyi dış politika ilişkileri kurmasına yardımcı olabilmektedir. Bu nedenle bir politikacı, ulusal savunma konusunu ele alırken dış politika stratejilerine de yer vermelidir. Günümüzde ulusal savunma politikaları, gelişen teknolojiler ve değişen dünya koşulları nedeniyle sürekli olarak güncellenmelidir. Terör saldırıları, siber saldırılar ve diğer yeni tehditler nedeniyle ulusal savunma politikalarının yeniden değerlendirilmesine ihtiyaç duyulmaktadır. Ayrıca küresel tehditler, ülkeler arası iş birliğini ve siyasi liderlerin, uluslararası toplumda aktif bir rol oynamalarını gerektirebilmektedir.⁷⁷

Örneğin bir politikacı, ordunun yeteneklerini ve verimliliğini artırmak için insansız hava araçları ve siber savunma sistemleri gibi yeni teknolojilere yatırım yapmayı önerebilir. 2023 Seçimleri kapsamında AK Parti'nin yayınladığı seçim beyannamesinde ulusal savunma adına yapılan yeniliklere yer verilmiştir. Beynamede belirtildiği üzere ulusal savunmada gerekli araçları artık kendimiz karşılayabildiğimiz gibi geliştirdiğimiz İHA/SİHA/TİHA sistemleri, elektronik harp sistemleri, akıllı mühimmat ve füzelerimiz, hava savunma sistemleri ve savaş gemilerimiz ile de ulusal savunmamız güçlendirilmiştir.⁷⁸ Bu durum olası tehditlere karşı hazırlıklı olduğunu göstererek halkın kendisini güvende hissetmesini sağlamaktadır.

Sonuç olarak ulusal savunma konusu, bir ülkenin güvenliği ve refahı için son derece önemlidir. Siyasi retoriklerin, halkı ikna etmek ve onların desteğini almak için bu konuda iyi bir retorik stratejisi benimsemeleri gerekmektedir. Ancak, ulusal savunma politikaları sadece askeri tedbirler ile sınırlı değildir. Ekonomik, siyasi ve sosyal faktörler de dahil edilmelidir. Ayrıca ulusal savunma politikaları, teknolojik ve küresel tehditlerin değişen koşullarına göre güncellenmelidir. Siyasetçilerin, ulusal savunma konusunda etkin bir politika oluşturmak için diğer ülkelerle iş birliği yapmaları da gerekmektedir. Bu nedenle, ulusal savunma konusunda siyasetçilerin gerçekçi, tutarlı ve etkili bir politika oluşturmak için dikkatli bir şekilde düşünceleri ve hareket etmeleri gerekmektedir.

⁷⁷ Aristoteles, **Retorik**, s. 47 (1360a 10).

⁷⁸ AK Parti, **Türkiye Yüzyılı için Doğru Adım**, <https://www.akparti.org.tr/media/dwyd05pu/tu-rkiye-yu-zyili-ic-in-dog-ru-adimlar-2023-sec-im.pdf>, s. 255. (13.04.2023).

1.5.4. Dışalım (İthalat) ve Dışsatım (İhracat)

Dışalım ve dışsatım konusu, politikacıların ülkesinin gereksinimlerini hangi kaynaklarla karşılayacağını, hangi tür yiyeceklerin ülkede üretileceğini ve hangi malların dışarıya satılacağını ya da dışarıdan alınacağını bilmelerini gerektirmektedir. Aristoteles, politikacıların bölgesinin ve ülkesinin güvenliği için ticaret yapmanın ve kendi ülkesinden daha güçlü olan devletlerle anlaşmalar yapmanın önemli olduğu görüşünü savunmaktadır. Ancak politikacıların bütün bu konular ile birlikte yasama konusunda da donanımlı olması gerektiğinin altını çizmektedir. Çünkü bir ülkenin varlığı ve zenginliği yasalara bağlıdır. Bakıldığında yasalar ekonomi ve güvenlik birbirini doğrudan etkileyen konulardır. Dolayısıyla ithalat ve ihracat konusunda politika oluşturacak siyasetçinin yasalar konusunda bilgili olması oldukça önem arz etmektedir.⁷⁹

Genel olarak bakıldığında da politikacı ithalat ve ihracat konusunda serbest ticaretin faydalarını veya yerel endüstrileri tarifeler yoluyla korumanın önemini tartışabilir. Türkiye’de yerel endüstrilerin korunması çokça tartışılmış ve üretici halkın tepkilerine bakıldığında bu açıklamalar tatmin edici olmamıştır. Politikacılar tam da bu konu üzerinde durarak halkı ikna etmek için hangi sorunların ele alınması gerektiğini ve bu sorunlara getirilebilecek alternatif çözüm önerilerini tartışabilir.⁸⁰ 2023 seçimleri kapsamında da siyasi partiler ithalat ve ihracatın önemine dikkat çekerek vaatlerde bulunmuşlardır. Örneğin AK Parti, yayınladığı seçim beyannamesinde “*Cari Fazla Veren Türkiye’ vizyonumuz doğrultusunda, yatırım ortamını geliştirmeyi, mal ve hizmet ihracatımızı nitelik ve nicelik bakımından artırarak yüksek katma değerli ihracat artışı sağlamayı, ithalata bağımlılığı azaltmayı ve cari işlemler dengesini*

⁷⁹ Aristoteles, **Retorik**, s. 47 (1360a 15-25).

⁸⁰ Nihat Özay, **Türkiye’deki Dış Ticaret Kolaylıklarının Artırılması Bakımından Yetkilendirilmiş Ekonomik Operatör (AEO) Sistemi’nin Değerlendirilmesi**, (Yayınlanmamış Doktora Tezi), Gazi Üniversitesi Sosyal Bilim Enstitüsü, Maliye Anabilim Dalı, Maliye Bilim Dalı Ankara, 2019, s. 20; bkz. Nihat Özay, “Uluslararası Ticarete Korumacılık ve Türkiye’de Uygulanan Koruma Önlemleri”, **Gümrük Ticaret Dergisi**, Sayı: 5, Ankara, 2015, s. 24.

iyileştirmeyi önceliklendiriyoruz.”⁸¹ ifadelerini kullanarak ekonomik iyileşme ve gelişme vaadinde bulunmuştur.

Millet İttifakı’nın da yayınladığı Ortak Politikalar Mutabakat Metni’nde “Beş yılın sonunda yıllık ihracatı 600 milyar dolar seviyesine, ihracatın kilogram değerini 2 doların üzerine, yüksek teknoloji ürünleri ihracatının payını ise iki katına çıkartacağız. Verimlilik, yüksek katma değer ve rekabetçiliğe dayalı sektörel politikalarımızla üretim yapısını ithalata bağımlı olmaktan kurtaracak ve ekonomimizi sürdürülebilir bir dış denge yapısına kavuşturacağız.”⁸² ifadelerini kullanarak ithalatın azaltılmasının ve ihracatın artırılmasının önemine dikkat çekilmiş ve bu konuda vaatler verilmiştir.

Sonuç olarak, dışalım ve dışsatım politikaları günümüzde de önemini koruyan ve bir ülkenin ekonomik, stratejik ve güvenlik açısından ne kadar güçlü olduğunu belirleyen önemli bir konudur. Ancak, bu politikaların etkin bir şekilde yürütülebilmesi için ülkelerin hem iç politikalarında hem de dış politikalarında bir denge sağlanması gerekmektedir. Bir politikacı, ülkesinin ihtiyaçlarını belirleyip hangi ürünleri hangi ülkelere alması ya da hangi ülkelere satabilmesi gerektiğini doğru bir şekilde tespit edebilirse halkı için daha iyi bir ekonomik ortam yaratabilir. Dışalım ve dışsatım politikaları ayrıca ulusal güvenlik açısından da önemlidir. Politikacılar, ülkelerini dış tehditlere karşı korumak için stratejik öneme sahip ürünleri ülkelerinde üretmeye veya dünyanın diğer bölgelerinden ithal etmeye karar verebilirler. Ticaret yoluyla diğer ülkelerle ilişkiler kurmak, ülkeler arasındaki iş birliğini artırarak barış ve istikrar sağlamaya yardımcı olabilir. Bu nedenle dışalım ve dışsatım politikaları, bir politikacının ülkesinin ekonomik durumunu düzeltmek ve ulusal güvenliği sağlamak için başvurabileceği önemli araçlardır. Ancak, politikacıların bu konuda doğru bir şekilde bilgilendirilmesi ve yeterli bir bilgi birikimine sahip olması da son derece önemlidir.

1.5.5. Yasalar

⁸¹ AK Parti, Türkiye **Yüzyılı için Doğru Adım**, <https://www.akparti.org.tr/media/bwlbkgif/tu-rkiye-yu-zy%C4%B1%C4%B1-ic-in-dog-ru-ad%C4%B1mlar-2023-sec-im-beyannamesi.pdf> , s. 189 (14.04.2023).

⁸² Millet İttifakı Ortak Politikalar Mutabakat Metni <https://milletittifaki.biz/media/oemni1q/ortak-politikalar-mutabakat-metni.pdf>, s. 17 (14.04.2023).

Aristoteles'e göre politikacılar yasaların adil bir şekilde oluşturulması ve değiştirilmesini, yargının rolünü retorik sanatlarında ele almalıdırlar. Örneğin bir politikacı, ceza adaleti reformunun gerekliliğini veya bireysel hak ve özgürlüklerin yasalar yoluyla korunmasının önemini savunabilir. Bu nedenle politikacılar, halkın ihtiyaçlarına ve endişelerine hitap edebilmek için bu konuları iyi anlamalı ve doğru bir şekilde ele almalıdır. Ayrıca politikacıların, kendi ülkelerinde uygulanan yasalarla birlikte, dünya üzerinde hangi konuları çözmek için hangi yasaların uygulandığını ve bu yasaların nasıl uygulandığını da incelemesi gerekmektedir.⁸³ Bu husus, politikacıların uluslararası alanda da etkin bir şekilde çalışabilmesi için önemlidir.

Politikacılar, 2023 seçim beyannamelerinde yasaların oluşturulması ve değiştirilmesi, yargının rolü, özgürlüklerin ve hukukun üstünlüğünün korunması gibi konuları ele alarak halkı ikna etmeye çalışmaktadır. Örneğin AK Parti, Türkiye'nin yeni yüzyılına yeni bir anayasa ile girmeyi hedeflemektedir ve yüksek standartlı demokrasi, güvenceli özgürlükler ve hukukun üstünlüğü gibi ilkeleri yeni anayasanın temel kodları olarak belirlemiştir. AK Parti, toplumun tüm kesimlerini özgür birey, güçlü toplum ve ileri demokrasi ile daha gelişmiş bir Türkiye için uzlaşma zemininde bir araya getirmeyi taahhüt ederek yeni bir sivil anayasa için her türlü çabayı göstereceklerini vurgulamaktadır. Bu çalışmaları yaparken, uluslararası insan hakları mekanizmaları ile iş birliğini geliştirecekleri de belirtilmektedir. Bu şekilde, Türkiye'nin insan hakları konusundaki performansının iyileştirilmesi için uluslararası alandaki deneyimlerden yararlanılacaktır.⁸⁴

Millet İttifakını temsil eden altı siyasi parti de “Türkiye’nin demokrasi tarihi için önemli bir adım atarak bir araya geldik. ‘Güçlendirilmiş Parlamenter Sistem Anayasa Değişikliği Önerisi’ni tüm farklılıklarımızla birlikte kabul ettik ve milletimize takdim ediyoruz. Amacımız, kapsayıcı, kuşatıcı ve özgürlükçü bir Türkiye yaratmaktır. Bu özgürlüklerin güvence altına alındığı, bireylerin eşit ve özgür vatandaşlar olarak düşüncelerini özgürce ifade edebildiği ve istediği gibi yaşayabildiği bir Türkiye. Muhalefet olarak, Güçlendirilmiş Parlamenter Sistem Anayasa Değişikliği Önerimizi tüm Türkiye’ye ve gelecek nesillere huzur ve barış getirmesi ümidiyle hayata geçirmeyi taahhüt ediyoruz. Bu konuda, uluslararası insan hakları mekanizmaları ile iş birliği yaparak Türkiye’nin

⁸³ Aristoteles, **Retorik**, s. 48 (1360a 30-35).

⁸⁴ AK Parti, **Yüzyıl için Doğru Adım** <https://www.akparti.org.tr/media/bwlbkgif/tu-rkiye-yu-zy%C4%B1%C4%B1-ic-in-dog-ru-ad%C4%B1mlar-2023-sec-im-beyannamesi.pdf> , s. 347 (14.03.2023).

*demokrasi standartlarını yükseltmeyi hedefliyoruz.”*⁸⁵ ifadelerini kullanarak anayasa değişikliği önerisini sunmuştur. Anayasal değişiklikler toplumun huzurunun ve düzeninin sağlanmasını etkilemektedir. Ekonomik faaliyetler, doğal olarak halkın refah seviyesi ve güvenlik düzeyi yasalarla oluşan etkenlerdir. Bu minvalde politikacılar retorik sanatlarında, yukarıdaki örneklerde olduğu gibi halkın yaşam kalitesini artıracak temel değişiklikleri sunduğunda halkın etkilenme, ikna olma oranı da artmaktadır. Dolayısıyla politikacılar, yasaların oluşturulması ve değiştirilmesi, yargının rolü, özgürlüklerin ve hukukun üstünlüğünün korunması gibi konuları ele alarak halkı ikna etmeye çalışmaktadırlar.

Sonuç olarak, Aristoteles'in ele aldığı beş konu, günümüzde de siyasi retorik için önemini korumaktadır. Antik Yunan'da kullanılan bu konular, halkı ikna etme ve politikalarını destekleme konusunda etkili olmuştur ve günümüzde de aynı işlevlerini sürdürmektedir. Bu konular, politikacıların halkın ihtiyaçlarına ve endişelerine hitap etmelerine ve onları politikalarını ve önerilerini desteklemeye ikna etmelerine yardımcı olmaktadır. Bu nedenle günümüz siyasi retoriğinde, Aristoteles'in belirttiği politik söylev konuları olan beş ana konunun dikkate alınması ve doğru bir şekilde kullanılması, politikacıların başarısı için kritik bir faktördür.

1.6. RETORİĞİN POLİTİK AÇIDAN ŞEKLİ

Söylemler retorikte tek başına yeterli bir etkiye sahip değildir. Söylemler, doğru ve tutarlı bir şekilde oluşturulduğunda konuşmaların etkisi daha açık bir şekilde görülebilmektedir. Bu doğrultuda düşüncelerin doğru bir düzen içerisinde dile getirilmesi gerekir.

Retoriğin genel olarak kabul gören düzeni beş alt başlıkta incelenmektedir: Birincisi icat etme (Buluş); olmayan bir şeyi ortaya çıkarmak anlamında değil, var olan söylemi tespit edip, düzenli bir şekilde dinleyici kitlesine ifade etmek manasında kullanılır. İcat etme retorik ikna yöntemlerinde logos ile ilişkilendirilir. İkincisi düzenleme; retorun, söylevi veya yazılı ifadeleri usulüne uygun bir şekilde tertip etmesiyle ilgilidir. Üçüncüsü üslûp; güzel ve etkili söz söyleme sanatı olan üslûp, retorun düşüncelerini nasıl söylediği ile ilgilidir. Dördüncüsü bellek; retorun

⁸⁵ Millet İttifakı, **Anayasal ve Yasal Reformlar Komisyonu**, <https://milletittifaki.biz/anayasal-ve-yasal-reformlar-komisyonu/calismalar-raporlar> (15.04.2023).

yapacağı konuşmaları ezberlemesi, diğer bir ifadeyle hafızayı kuvvetlendirmesi ile ilgilidir. Beşincisi söyleyiş tarzı; retorun dinleyiciyi etkileyebilmesi için konuşmasında beden dilini ve ses tonunu iyi kullanması ile ilgilidir.⁸⁶ Bu kısımda politik retorik, üslûp ve düzenleme başlıkları altında ele alınacaktır.

1.6.1. Üslûp

Üslup Eski Yunanca'da lexis, hermenei veya phrasis (elocutio) gibi anlamlara gelmektedir. Elocutio, çağdaş zamanda konuşma eylemi olarak tanımlanmakta fakat klasik retorisyenler elocutio kelimesini konuşma biçemi olarak kullanmaktadır. Bu biçemler; yalın veya süssüz, orta düzeyde süslü ve son olarak aşırıya kaçan süslü biçem olarak kabul edilmektedir. Elocutio, Roma düşünürü Quintilianus tarafından, anlatımı güçlendiren kelimelerin seçimi ve birbirleri ile uyumlu cümlelerdeki kelimelerin düzenlenmesi olmak üzere iki anlam taşımaktadır.⁸⁷

Robert J. Connors'a göre üslup genel olarak bilinen bir kavram olarak düşünülse de tanımlaması kolay bir kavram değildir. Rönesans retoriğinde üslup kavramı derin bir anlama sahiptir. Bu bağlamda ünlü retorisyenler ayrıntılı bir tanım yapmak yerine kavramın önemi üzerinde durmuştur. Ünlü düşünürlerin birçoğu, yaptığı tanımlamalarda da yüzeysel bir bilgi vermek amacıyla metaforlar kullanmıştır.⁸⁸

Üslup, ana düşüncenin etrafını süsleyerek dinleyiciye aktarmaktır, bir nevi sunumdur. Kişinin düşüncesini en iyi şekilde karşıya iletme çabasıdır. Örneğin, bir restorandaki yemek, müşteriye en güzel sunumuyla verilir ve böylelikle sunum, göz zevkine hitap ederek kişinin yemeğe karşı olan ilgisini ve iştahını artırmaktadır. Aynı şekilde dinleyiciye iletilmek istenilen bilgi, verilme biçimine göre dinleyicinin ilgisini çeker veya kaybeder. Bunun en güzel örnekleri siyasi konuşmalarda görülmektedir. Siyasi retor, doğru bir bilgi vermeye çalışsa da eğer yeterince saygılı

⁸⁶ Aristoteles, **Retorik**, ss. 195-212 (1414a 30 -1420b); Aykar Sönmez, **Batı Retoriğinin Genel Terimleri Üzerine Bir Araştırma**, (Yayınlanmamış Doktora Tezi), Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yeni Türk Edebiyatı Anabilim Dalı, İzmir, 2008, s. 123.

⁸⁷ Temir, ss. 85-86; Sönmez, ss. 143-144; Fatih Tepebaşı, **Retorik Konuşma Sanatı – Söz Bilimi**, Çizgi Kitapevi, Konya, 2016, ss. 37-40.

⁸⁸ Edward P. J Corbett, Robert J. Connors, **Classical Rhetoric for the Modern Student**, Fourth edition, Oxford University press, New York, USA, 1999, p. 21.

olmaz ve agresif bir yaklaşım sergilerse insanlar retorun düşüncesinden çok davranışlarına odaklanır. Bunun yanı sıra saygılı, sağ duyulu ve kibar bir konuşmayla verilen bilgiler dinleyicinin daha çok dikkatini çeker ve aklında yer edinir.

Üslubun retorikteki görevini anlamak için konu ve şekil arasındaki ilişkinin bir bütün olduğunun da anlaşılması gerekir. Üslup sayesinde dinleyicide oluşması istenilen duygular tetiklenmekte ve konuşmacının dinleyici üstündeki etkisi artmaktadır.⁸⁹ Dinleyicide duyguların uyandırılması ve bu duyguların iknada kullanılmasından dolayı üslup, pathosla eş değer görülmektedir. Fakat üslup, aslında dinleyicide çizilen imaj sayesinde dinleyicinin güvenini kazanarak düşünce ve eylemlerinin yönlendirilmesi amaçlanmaktadır. Bu noktadan bakıldığında aslında üslubun temel başvurusu ethostur. İkna için ethos ve pathosun tek başına yeterli olmadığına önceki bölümlerde değinilmiştir. Üslubun da ikna ediciliği ancak ethos, pathos ve logosun birlikteliği ile tamamlanmaktadır. Çünkü tutarlı ve açık olmayan bir üslup, fikirlerin inandırıcılığını kaybetmesine de neden olacaktır.

Üslupla ilgili birçok özellik aslında yararlı olduğu kadar tehlikelidir. Retor bu özellikleri yerinde ve ölçüsünde kullanamadığı takdirde bunların yararından çok zararı ile karşılaşmaktadır. Günümüzde birçok siyasi konuşma incelendiğinde bu hatalar sıkça görülebilmektedir. Fikirleri karşı tarafa etkili bir şekilde aktarmak için çok fazla mecaz kullanmak, en çok karşılaşılan hatalardan biridir. Gereksiz yere ve sık kullanılan mecazlar anlamı etkili kılmak yerine dinleyicide masalsı bir hava bırakmakta ve bu durum dinleyiciyi konunun özünden uzaklaştırmaktadır. Bilgisini göstermek ve kültürlü gözükmek adına fazla yabancı kelime kullanımı da retora egoist ve itici bir hava katmaktadır. Dinleyici konunun kendisinden çok retorun yabancı kelime kullanımına odaklanacaktır. Cümlelerin çok uzun olması, tek cümlede uzun ve gereksiz sıfatlar kullanmak da dinleyicinin dikkatinin dağılmasına neden olacaktır.

Anlaşılaçağı üzere üslubun etkili olabilmesi için dilin de doğru kullanılması gerekmektedir. Dilin doğru kullanımı için de dikkat edilmesi gereken en önemli dört nokta şunlardır;

1. Bahsedilen nesnelere/özelnelere genel ad yerine eğer cümleye uygunsa özel ad tercih edilmesi gerekmektedir.

⁸⁹ Sönmez, s. 145.

2. Anlam karmaşıklığından kaçınılmalıdır.
3. Cümleler yerinde bitirilmeli ve gereksiz bağlaç kullanılmamalıdır.
4. Kelimelerdeki çoğulluğa ve tekillığe dikkat edilmeli ve bu belirteçler yerinde kullanılmalıdır.⁹⁰

Bu maddelere dikkat eden retor temiz ve açık bir dil kullanarak dinleyicinin, iletilmek istenen mesajı daha iyi kavramasını sağlar. Örneğin konular arası geçiş yaparken duraklara dikkat etmesi dinleyicinin de konular arası geçişleri fark etmesini kolaylaştıracak ve retorun da yorulmasını engelleyerek temiz bir anlatım yapmasını sağlayacaktır. Dolayısıyla konuşma esnasında durakların doğru kullanımı dinleyicide oluşacak anlam karışıklığını engellemede etkili bir yöntemdir.⁹¹

Üslup konusunda en önemli hususun ölçülü ve dengeli olmak olduğu söylenebilir. Mimikler ve jestler, uygun bir şekilde kullanılmalı ve aşırıya kaçmadan konuya uygun olmalıdır. Ancak çok zayıf bir kullanım da tercih edilmemelidir, çünkü bu durumda ifade edilen duygu veya düşünce anlaşılmayabilir. Mecaz anlamlar da ne çok fazla kullanılıp amacının dışına çıkmalı ne de çok az kullanılıp iknadaki etkisini kaybetmelidir. Görüldüğü üzere tüm unsurlar ancak ölçülü bir şekilde kullanıldığında söz sanatları amacına ulaşmaktadır. Şurasını da belirtmek gerekir ki bu söz sanatları da etik çerçevede kullanılmalıdır. Birçok siyasi retorun kullandığı, “herkesin farkında olduğu gibi”, “zaten bilmeyen yoktur” tarzı ifadelerle kişilerin kendilerini yetersiz hissetmesine neden olarak atıfta bulunulan düşünceyi kabul ettirmeye yöneltmek son derece etik dışıdır.⁹² Siyasi retor, özellikle doğru bilgi kullanımına dikkat ederek, dürüstlüğü ve güvenilirliği ile dinleyicide iyi bir imaj çizerek ve hangi duygulara hitap etmesi gerektiğini bilerek söz sanatlarını retoriğinde başarılı biçimde uygulamalıdır.

1.6.2. Düzenleme

Retoriğin iyi ve doğru şekilde uygulanabilmesi ve etkin bir sonuca ulaşabilmesi için anlatıların doğru biçimde sıralanması gerekmektedir. Bu sıranın

⁹⁰ Aristoteles, **Retorik**, ss. 171-172 (1406a 5 1406b 15).

⁹¹ Zeynep Işıklar, **Retorikte Dili Doğru ve Etkili Kullanma Yolları**, (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Felsefe ve Din Bilimleri Anabilim Dalı, İzmir, 2018, s. 80.

⁹² Aristoteles, **Retorik**, s. 178 (1408a 30-35).

düzgünce uygulanması ve konunun akışa uygun bir şekilde aktarılması Yunanca'da taksis olarak bilinen düzenleme ile yapılır.⁹³

Aristoteles, düzenlemeyi sofistlerin pragmatik amaçlarının bir araya gelmesi olarak anlamlandırmaktadır. Bunların yanı sıra düzenleme, karar verme aşamasının zorluğunu azaltan bir özelliktir. Aristoteles için bir konuşmanın, Prothesis(Anlatı)ve Pisteis (Kanıt) olmak üzere yalnız iki kısma ihtiyacı vardır. Retoriğin doğası da Aristoteles için Prothesisve Pisteis ile birlikte exordium (Giriş) ve epilogosa (sonuç) ihtiyaç duymaktadır.⁹⁴ Kişi ilk olarak exordium kısmı ile yapacağı konuşmanın aslında tanıtımını yapmaktadır. Bu tanıtımla konuşmasının amacı ve sonuçları hakkında dinleyicinin aklında fikirler oluşturmaktadır. Dinleyici, giriş kısmında konuya bağlanmaktadır.

Aristoteles özellikle adli retorikte giriş bölümünün önemine vurgu yapar. Mahkemelerde tarafların iddiada bulundukları konuyu kanıtlayabilmeleri gerekir. Hâkimin dikkatini kazanarak konuşmalarına giriş yapmaları onlara büyük yarar sağlamaktadır. Ayrıca giriş bölümü sayesinde dinleyici, retor hakkında önyargılarından da kurtulabilir. Eğer konuya yönelik de bir önyargısı varsa bunların giderilmesi sağlanarak dinleyicinin ilgisi kazanılabilmektedir. Güzel hazırlanmış bir giriş bölümü sayesinde dinleyicideki ön yargılar sıfırlanarak kişi, konunun gelişme bölümü için hazırlanmış olur.⁹⁵ Bahsedilen bu yöntemler, ihtiyaç durumunda kullanılacak yöntemlerdir. Eğer konuşmacı hali hazırda istenilen konumdaysa, gereksiz cümlelerle girişi uzatmak dinleyicinin ilgisinin azalmasına neden olmaktadır.

Siyasi retorlar hitaplarında genellikle bir giriş kısmı bulundurmaya çok ihtiyaç duymamaktadır çünkü konular genellikle önceden belirlidir. Bu nedenle bir tanıtım aşamasına gerek kalmayabilir. Retor hitap ettiği kitlede herhangi bir durum değişimi oluşturmak isterse bu durumda bir giriş kısmı kullanabilmektedir. Hitap edilen kitlede bir önyargı yıkımı yapılması veya konuyla ilgili ön bir fikir oluşturulması gerekiyorsa bu gibi durumlarda giriş kısmı mecburi olabilmektedir.⁹⁶ Diğer durumlarda ise retor direkt konunun anlatımına başlayabilir.

⁹³ Sönmez, s. 140.

⁹⁴ Dürüşken, **Roma'da Rhetorica Eğitimi**, s. 34.

⁹⁵ Baba, **Retoriğin İkna Gücü**, s. 69-70.

⁹⁶ Aristoteles, **Retorik**, s. 200 (1415b 35).

Dinleyicisinin dikkatini ve ilgisini kazanan ve dinleyicisini konuya önyargısız bir şekilde hazırlayan retor, artık asıl konuya geçiş yapar. **Giriş** kısmından prothesis kısmına geçiş yapılırken konuya ilişkin bir başlangıç argümanı verilir. Dinleyici aslında bu argümana odaklanarak tartışmanın devamını bekler. Böylelikle dinleyicinin ilgisi kanıtlanacak konu üzerine yoğunlaşır. Retorun bu noktada kendi karakterini ve erdemini dinleyiciye en düzgün şekilde belli ederek ethos oluşturmaya büyük önem arz etmektedir. Artık asıl konunun özüne inilmeye başlandığından dinleyicinin retoru, güvenilir ve inandırıcı bulması gerekmektedir. Dinleyici ve retor arasında ethos sayesinde bir bağ kurulduğunda artık retorun ağzından çıkan her şey dinleyici için daha anlamlıdır. Tam bu noktada da dinleyicilerde pathos ile istenilen duyguların uyandırılması daha kolay hale gelmektedir. Retor bunlarla birlikte konuşmasında iknaya yardımcı olacak küçük ayrıntıları atlamayarak, iddiayı destekleyecek argümanları sunarak ve neden-sonuç ilişkilerini düzgün bir şekilde kurarak dinleyiciye düşüncesini aktarmalıdır. Tüm bunlar birleştiğinde dinleyicinin şüpheleri tatmin edici cevaplarla giderilmiş olmakta ve ikna olasılığı artmaktadır.

Genel olarak retor, **anlatı** kısmında pathos, ethos ve logosu düzgün bir şekilde uygulayarak dinleyiciye konuyu ayrıntılı bir şekilde aktarır. Anlatı kısmı her zaman çok uzun olmak zorunda değildir. Retora göre bu kısım çok uzun veya çok kısa olabilir.⁹⁷ Siyasi retorlar genellikle bu bölümü uzun tutmaktadırlar. Dinleyiciler üzerinde kalıcı bir etki bırakabilmek adına genellikle konuların derinlerine inerler ve dinleyicilerin eylemlerinin sürekli olması açısından ayrıntılara oldukça fazla yer verirler. Bu şekilde dinleyicilere karşı güvenilir kişi imajını çizmeye çalışırlar. Çünkü insanlar genellikle politikacılara güvenmemekte ve bu nedenle bir politikacıyı güvenilir bulduklarında onu desteklemeyi de kolay kolay bırakmamaktadırlar. Bu güvenilirliği sağlamak için retor, büyük çaba sarf eder ve verdiği bilgileri de kanıtlayarak tutarlılık oluşturmaya çalışır. Bu bağlamda retor artık anlatı kısmından kanıtlama kısmına geçerek retoriğine devam eder.

İspat (Pisteis) kısmına gelen retor, öne sunduğu fikirleri delilleriyle birlikte doğruluğunun şüphesiz olduğunu göstermesi gerekmektedir. Dinleyicinin aklında oluşan ve oluşabilecek şüpheler bu kısımda giderilmelidir. Sunulan kanıtlar dolaysız bir şekilde konuya bağlanmalı ve yeri geldiğinde retor, duyguları kanıtlara göre

⁹⁷ Vas.Th.Theodorakopoulos, **Attika Retoriğine Giriş Retoriğin Doğuşu / On Retor/ Retorika Sanatı**, çev. Sema Sandalcı, Arkeoloji ve Sanat Yayınları, İstanbul, 2004, s. 93.

iknaya yardımcı olacak şekilde kullanılmalıdır.⁹⁸ Kanıtlar yeterince açık ve güçlüyse iknanın gerçekleşmesi de oldukça kolaylaşmaktadır.

İspatlarda karşılaşılan en büyük problemlerden biri akıl yürütme esnasında yanlış düşülmeleridir. Özellikle retoriksel akıl yürütme olan entimemlerin aşırı derecede kullanılması bir süre sonra retora duyulan ciddiyetin kaybolmasına neden olmaktadır. Sürekli olarak kıyaslama yerine aralarda örnekleme de kullanılması bu noktada daha uygun görülmektedir. Entimemler sayesinde önermeler daha anlaşılır olmaktadır. Fakat aşırıya kaçılması durumunda retor, her daim yerine oturan ve güçlü bir entimem oluşturamayacağından küçük duruma düşebilmektedir. Bu bölümde en önemli nokta, retorun iddia ettiği fikir üzerine mantık kurallarına uygun, sağlam ve güvenilir argümanlarla fikrinin doğruluğu ortaya koymasındır. Mantık ve retorik iç içedir, bu nedenle yapılan neden-sonuç ilişkilerinin, örneklendirmelerin ve kıyaslamaların, mantık çerçevesinde bulunması, şüpheye mahal bırakılmaması dinleyicide asıl etkiyi oluşturmaktadır.⁹⁹ Böylelikle inandırıcılık istenilen seviyeye ulaştığından ikna da kaçınılmaz olacaktır.

Retor ispat kısmında olgularını teker teker açıklayarak dinleyiciye doğruluğu kanıtlar. Bu bölüm tamamlandıktan sonra, **sonuç** (epilog) kısmına geçilerek yapılan tüm ispatlamalar toparlanır ve dinleyicinin zihninde büyük resmi oluşturması sağlanır. Böylelikle dinleyici ayrıntılarına daldığı konuyu dışardan toplu bir şekilde görerek ana fikre daha hâkim olur. Dinleyicide kanıtlarla birlikte coşkular uyandırılarak artık dinleyicinin fikre tamamen ikna olması beklenmektedir.¹⁰⁰

Sonuç kısmının genel olarak amacı bu şekildedir ve bu kısım dört bölümden oluşmaktadır. İlk olarak retor, dinleyiciyi kendi tarafını tutmaya itmeli. Dinleyici için retor haklı, rakibi ise haksız olmalıdır. Eğer retor, dinleyici üzerinde tam tersi bir fikrin hâkim olduğunu anlarsa bu durumu değiştirmek için çaba göstermelidir. Retor, dinleyicinin düşüncelerini yönlendirdikten sonra ikinci bölüm olan kanıtlanan önermelerin önemini belirtmeye geçmelidir. Retorun tarafını tuttuğu bilinen ve artık ispatlanan iddiaların önemini de kavrayan dinleyici için üçüncü kısımda artık dinleyici duygularının etkisine girmelidir. Bu kısımda öfke ve agresiflik gibi

⁹⁸ Aristoteles, **Retorik**, ss. 205-206 (1417b 25 -30).

⁹⁹ Aristoteles, **Retorik**, ss. 134 -142 (1393b -1396b 20); Tepebaşı, s. 52-53.

¹⁰⁰ Baba, **Retoriğin İkna Gücü**, s. 77.

duygularla artık eyleme geçirilir. Son olarak ise daha önceden anlatılan konular gözden geçirilir ve önem arz eden noktalar tekrar dinleyiciye hatırlatılır.¹⁰¹

Genel olarak toparlamak gerekirse retorik, etkili bir iletişim aracıdır ve retorik sanatını başarıyla icra etmenin anahtarı, farklı unsurların doğru ve tutarlı bir şekilde kullanılmasına bağlıdır. Bu unsurların başında, retorun icat ettiği söylemlerin düzenlenmesi, doğru bir şekilde ifade edilmesi ve tutarlı bir yapıya sahip olması gelir. Ayrıca, etkili bir üslup kullanarak dinleyiciyi kendine çekmek ve onları duygusal olarak etkilemek konuşmanın etkisini arttırabilir. Bunun yanı sıra, uygun bir beden dilinin kullanımı da retorun söylemini daha da güçlendirecektir. Siyasi retor bu unsurları etkili bir şekilde kullanarak dinleyici üzerinde güçlü bir ikna oluşturabilir.

¹⁰¹ Aristoteles, **Retorik**, s. 211- 212 (1419b 5- 35 1420 b).

İKİNCİ BÖLÜM

POLİTİK RETORİKTE KULLANILAN TEMEL ENSTRÜMANLAR VE BUNLARIN KULLANIMI

Retorik Antik Yunan Dönemi'nde ahlaki ve politik temellere dayanmaktadır. Ancak Aristoteles, retoriği mantık temelinde ele alarak yeni bir yaklaşım getirmiştir. Ona göre retorlar, mantığı kullanarak kesin, sağlam ve doğru bilgi elde etmelidir. Mantık, retoriğin değerini gösterir ve retorikte başarı için önemli bir anahtar niteliği taşır. Bu nedenle, retorik sanatında başarı için mantık kurallarının öğrenilmesi gereklidir. Aristoteles retoriği kıyas sanatı şeklinde ele alarak, mantığın retorikte önemli bir yere sahip olduğunu vurgulamıştır.¹⁰²

Mantık (logos), analogi (temsili), tümdengelim (dedüksiyon) ve tümevarım (endüksiyon) olarak adlandırılan üç temel akıl yürütme yöntemini kullanmaktadır. Tümdengelim (dedüksiyon) genel bir kuraldan başlayarak özgün bir sonuca geçiş yapılmasına denir.¹⁰³ Aristoteles, logosu kıyasla bütünleştirerek tümdengelim metodunu kıyas yapmak için kullanmıştır. Kıyas yapmak için ilk önce bir hipotezin/varsayımın ortaya konması gerektiği belirtilmektedir. Bu süreç, bir başka varsayım ile devam ederek sonunda elde edilen iki varsayımın birleştirilmesiyle sonuçlanmaktadır.¹⁰⁴

Örneğin, “İyi bir lider istişâreye önem verir” genel prensibinden yola çıkılarak “X istişâreye önem vermemektedir” özel durumuna ulaşılmakta ve sonuç olarak “Öylese X iyi bir lider değildir.” çıkarımının zihindeki tam şekli şöyledir:

İyi bir lider istişâreye önem verir; (Büyük Önerme)

X istişâreye önem vermemektedir; (Küçük Önerme)

Öylese X iyi bir lider değildir. (Sonuç)

bu çıkarım mantık açısından doğru bir öncül sonuç ilişkisine dayanır ve bu nedenle sonuç zorunlu bir şekilde ortaya çıkar.¹⁰⁵

¹⁰² Coskun Baba, “Retorik Mantık İlişkisi”, **Bingöl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**, Cilt: 9, Özel Sayı, Bingöl, 2019, s. 257.

¹⁰³ Emiroğlu, **Klasik Mantığa Giriş**, s. 136; Necati Öner, **Klasik Mantık**, Divan Kitap Yayınları, Ankara, 2021, s. 121; Güçlü, vd, s. 1441; Engin Delice, **Aristoteles Felsefesinde Tasımsal Tanıt ve Diyalektik İlişkisi**, (Yayınlanmamış Doktora Tezi), Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Felsefe Anabilim Dalı, Ankara, 2007, s. 30.

¹⁰⁴ Baba, **Retoriğin İkna Gücü**, s. 143.

¹⁰⁵ Emiroğlu, **Klasik Mantığa Giriş**, s. 137.

Tümevarım (endüksiyon) ise özel durumlardan genel sonuçlara, ayrıntılardan genellemelere, örneklerden kurallara ya da olaylardan kanunlara doğru ilerleyen bir düşünme tarzıdır. Bu yaklaşım, bütünün parçalarını analiz ederek genel bir sonuca ulaşmak anlamına gelmektedir. Aristoteles, retorikte kullanılan entimemi (örtük kıyas) “retoriksel kıyas” ve örnekleme (temsil) de “retoriksel tümevarım” olduğunu belirtmektedir.¹⁰⁶

Akıl yürütmenin bir başka yöntemi de analoji kullanmaktır. Analoji, benzerlikler arasında bağlantı kurarak bir şey hakkında verilen bir hükmü başka bir şey hakkında da vermek şeklinde tanımlanabilir. Analoji, görülen ve bilinen benzerliklerden yola çıkarak, görünmeyen ve bilinmeyen benzerlikleri ortaya çıkarmaya yöneliktir. Bu tür bir düşünce süreci, zihnin özelden geniş bir alana uzanan bir yürüyüşüdür.¹⁰⁷

Siyasi retor, seçmenlerini etkilemek için Aristoteles’in teknik ikna yöntemlerinden logosun alt başlıklarında işlenen temsil (örnek), entimem (örtük kıyas) kullanmalıdır. Teknik olmayan inandırma yöntemleri ise beş adettir ve özellikle adli retoriğe aittirler. Bunlar; yasalar, tanıklıklar, anlaşmalar, işkenceler ve yeminlerdir.¹⁰⁸

Entimem siyasi ikna süreçlerindeki temel öge olduğu açıktır. Ancak, temsil de yardımcı bir ögedir ve ikisi bir arada kullanıldığında tam bir ikna sağlanabilir. Örneğin, bir siyasetçinin fikirleri ve politikaları, söylemlerinden öğrenilebilir. Ancak siyasetçi hakkında yapılan haberler ve politikaları anlatan makaleler de onun ideolojisi hakkında fikir sahibi olmamızı sağlar. Ayrıca, siyasi retoriğin tek başına entimem ile sınırlı kalması durumunda dinleyiciler tarafından anlaşılamayan yerler olabilmektedir. Bu durumda temsil gibi yardımcı ögeler, inançları ve duyguları harekete geçirebilir ve siyasi retorların mesajlarını daha etkili bir şekilde iletmelerine yardımcı olabilir.¹⁰⁹

¹⁰⁶ Aristoteles, **Organon- V (Topikler)** çev. H.Ragıp Atademir, Milli Eğitim Basımevi, (Batı Klasikleri) İstanbul, 1996, s. 22; Emiroğlu, **Klasik Mantığa Giriş**, s. 195; Öner, s. 174; Güçlü, vd, ss. 1441- 1442; Aristoteles, **Retorik**, s. 39 (1356 b 1-5).

¹⁰⁷ Emiroğlu, **Klasik Mantığa Giriş**, ss. 198-199.

¹⁰⁸ Aristoteles, **Retorik**, s. 87 (1375 a 20); Emiroğlu, **Klasik Mantığa Giriş**, s. 224; Abdulkadir Çoşkun, **İbn Sina Felsefesinde Retorik**, Litera Yayıncılık, İstanbul, 2014, s. 88.

¹⁰⁹ Gülümser Durhan, **Aristoteles Retoriğin Açık Uçlu Düşünme Modeli**, (Yayınlanmamış Doktora Tezi), Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Felsefe ve Din Bilimleri Anabilim Dalı, Isparta, 2017, s. 97.

Siyasi retorlar düşüncelerini daha etkili bir şekilde ifade etmelerine ve seçmenlerin üzerinde daha güçlü bir izlenim bırakmalarına yardımcı olacak olan ve aynı zamanda logosun alt başlıkları olan entimem ve temsil sırasıyla anlatılacaktır.

2.1 ÖRTÜK KIYAS (ENTHEYMEN / MATVİ KIYAS)

Entimem, bireyin fikirlerini ve kanıtlarını hızlı bir şekilde işleyerek tam bir karşılaştırma şeklinde ifade etmesine imkân vermemektedir. Bu nedenle, bazen öncülleri veya sonuçları zihninizde saklayarak çıkarımlarda bulunmasını ifade eder.¹¹⁰ Entimem, çeşitli bir şekilde kullanılabilen etkili bir retorik araçtır. İnanma, ikna etme, tartışma gibi alanlarda sonuca ulaşırken önemli bir rol oynamaktadır.

Aristoteles'in retorik anlayışı, inandırma tarzlarının temelinde mantıksal argümanların kullanımını vurgulamaktadır. Özellikle, retoriğin en etkili kanıt türü olarak kabul ettiği entimem kullanımı, retorların siyasi alanda etkili olmaları için hayati bir önem taşımaktadır.¹¹¹ Bu nedenle siyasi retorlar, Aristoteles'in öğretilerine uygun olarak mantıksal argümanlarla desteklenen entimemleri kullanarak halkı etkileme ve inandırma konusunda daha başarılı olabilmektedir. Mantıksal delillendirmenin retorikteki önemi, retorların etkileyciliğini artırarak siyasi kararların alınmasında ve toplumun yönlendirilmesinde büyük bir rol oynayabilmektedir.

Entimem, genellikle iki farklı gruba ayrılmaktadır. İlk grup, genellikle gerçekleşen olasılıkların incelenmesini içermekte, ikinci grup ise göstergelerden oluşmaktadır. Bu göstergeler, kanıtlayıcı entimem ve çürütücü entimem olarak iki kategoriye ayrılır. Kanıtlayıcı entimem, uyumlu önermelerin birleşmesinden meydana gelirken çürütücü entimem, uyumsuz önermelerin birleşmesinden oluşmaktadır.¹¹²

Entimemin çürütülmesi genellikle “ya bir karşı tasımla veya bir itiraz ileri sürerek çürütülebilir.” Ancak itirazları ortaya koymak için dört farklı yöntem mevcuttur. Bunlar; rakip adayın görüşlerine doğrudan saldırmak, muhatabın tersine

¹¹⁰ Emiroğlu, **Klasik Mantığa Giriş**, s. 182; Kennedy, **New of Rhetoric**, p. 59; Öner, s. 144.

¹¹¹ Aristoteles, **Retorik**, s. 35 (1355 a 5-10).

¹¹² Aristoteles, **Retorik**, ss. 142-143 (1396 b 25- 30).

bir ifadeyle itiraz etmek, benzeri bir ifade ile itiraz etmek ve düşünürün savunduğu bir fikre, tanınmış kimseleri örnek göstererek itiraz etmektir.¹¹³

Retorik, itirazlara açık olan bir mevzuyu tartışılabilir kılarak, farklı düşüncelere ve entimeme olanak tanıyan bir yapıya sahip olmasını sağlar. Bu nedenle, hatibin siyasi retorikte entimem gibi retorik araçları kullanması, düşüncelerini daha net ve etkili bir şekilde ifade etmesi, tartışmaları daha sağlıklı bir şekilde yönetmesi açısından büyük bir önem taşımaktadır.

Entimem, öncül önermelerin ya da sonuçların eksik bırakıldığı akıl yürütmelerdir. Bu nedenle entimemler bir kıyasa benzetilebilir ama kıyası entimemden ayıran önemli bir özelliği onun formel görünümü olmasıdır.¹¹⁴ Kıyas iki öncül ve bir sonuçtan oluştuğuna göre entimem üç gruba ayrılmaktadır.

1-“*Birinci sıradan entimem*” olarak adlandırılan kıyaslar, büyük öncülü açıkça belirtilmeyen ve zihinde var olan önermelere denir.¹¹⁵

Ülkemizdeki ekonomik durum kötü, bu yüzden hükümet başarısızdır, şeklindeki çıkarıma baktığımızda, büyük öncül saklı tutulmuştur.

Bu çıkarımın zihindeki tam şekli şöyledir:

(.....) (Bütün ekonomisi kötü olan ülkelerde hükümet başarısızdır.)

(B.Ö Saklı)

Bizim ülkemizde ekonomik durum kötüdür.

O halde, hükümet başarısızdır.

Yargı bağımsızdır, O halde yargı kararına saygı duyulmalıdır. şeklindeki bir çıkarıma baktığımızda, büyük öncül saklı tutulmuştur.

Bu çıkarımın zihindeki tam şekli şöyledir:

(.....) (Bütün bağımsız organlar güvenilirdir.) (B.Ö Saklı)

Yargı bağımsızdır.

O halde yargı kararına saygı duyulmalıdır.

Verilen örneklerde açıkça görülmektedir ki, siyasi söylemlerde de birinci sıradan entimem yapılarak tümdengelim niteliği kazandırılabilir. Bu durum, tümevarımsal kanıtlamanın büyük öncülün belirginleştirilmesiyle tümdengelim

¹¹³ Aristoteles, **Retorik**, ss. 158-159 (1402 a 30-35).

¹¹⁴ Baba, **Retoriğin İkna Gücü**, s. 154.

¹¹⁵ Emiroğlu, **Klasik Mantığa Giriş**, s. 182.

yapısına dönüştürülebildiğini göstermektedir. Dolayısıyla entimem yapıları siyasi alanda da sıkça kullanılmaktadır.

2- “İkinci sıradan entimem” olarak adlandırılan kıyaslar, küçük öncülü açıkça belirtilmeyen ve zihinde var olan önermelere denir.¹¹⁶ Örneğin, bu politikacının sözleri kabul edilemez, çünkü onlar insanları kışkırtıyor, denildiğinde zihindeki tam hali şu şekildedir:

İnsanları kışkırtan sözler kabul edilemezdir.

(.....) Bu politikacının sözleri insanları kışkırtıyor. (K.Ö saklı)

O halde bu politikacının sözleri kabul edilemezdir.

Bu çıkarıma baktığımızda ikinci öncül, bu politikacının sözleri insanları kışkırtıyor, önermesi saklanmaktadır.

İkinci sıradan entimemler, siyasi retorikte yaygın bir şekilde kullanılmakta¹¹⁷ ve bu entimemlerin sonuçları insanlar üzerinde önemli etkileri olabilmektedir. Bu entimemler, küçük öncülleri açıkça belirtmese de, zihin tarafından otomatik olarak tamamlanmakta ve bu da insanların kararlarına etki etmektedir.

3- “Üçüncü sıradan entimem” olarak adlandırılan kıyaslar, sonuç öncülü açıkça belirtilmeyen ve zihinde var olan önermelere denir. Örneğin “Gözü açık politikacılar yalan ve hilede hünerli kimselerdir.” ve “Sayın X bakan gözü açık bir politikacıdır.” şeklindeki örtük tasımın zihindeki tam hali şu şekildedir:

Gözü açık politikacılar yalan ve hilede hünerli kimselerdir.

Sayın X gözü açık bir politikacıdır.

(.....) (Sayın X yalan ve hilede hünerli kişidir.) (S.Ö saklı)¹¹⁸

Entimemler, ikna edici argümanların normal tasımlarına göre daha az önerme içermesi gerektiğinden öncüllerin birini veya sonucunu açıkça belirtmek genellikle gerekli değildir. Özellikle, bilinen gerçeklerin zaten kabul edildiği durumlarda bu gerçekleri tekrar dile getirmek gereksiz olmaktadır.¹¹⁹

Entimemlerin kullanımı, sadeleştirilmiş bir anlatım sağlayarak iletilmek istenilen mesajı daha etkili bir şekilde aktarmaya yardımcı olmaktadır. Dolayısıyla

¹¹⁶ Emiroğlu, **Klasik Mantığa Giriş**, s. 182.

¹¹⁷ Baba, **Retoriğin İkna Gücü**, s. 156.

¹¹⁸ Emiroğlu, **Klasik Mantığa Giriş**, s. 183

¹¹⁹ Aristoteles, **Retorik**, s. 40 (1357a 15- 20).

dinleyiciyi düşünmeye sevk ederek temiz bir anlatım sunmakta ve konuşmacının hitabetine katkı sağlamaktadır.

Bu kısımda, entimem kıyas yöntemine dayalı kanıtlama yolları, olumlu kanıtlama ve olumsuz kanıtlama başlıkları altında incelenecektir.

2.1.1. Olumlu Kanıtlama

Aristoteles, *Retorik* adlı eserinde olumlu kanıtlama yollarına büyük bir önem vermiştir ve bu yöntemleri, kanıtlamanın temel taşı olarak görmüştür. Retorikte kullanılan yirmi sekiz farklı kanıt yöntemi, Aristoteles'e göre etkili bir şekilde hedef kitleyi ikna etmek ve amaçlanan sonuçları elde etmek için kullanılmaktadır.¹²⁰ Dolayısıyla siyasi retorik alanında doğru kanıtlama yöntemleri kullanılarak yapılan etkili bir konuşma, dinleyicileri ikna etmek ve hedef kitle üzerinde güçlü bir etki bırakmak açısından son derece önemlidir. Bu kanıtlama yollarından bazıları şunlardır;

Kanıtlama yöntemlerinden biri, iddianın doğruluğunu veya yanlışlığını belirlemek için tersini düşünmeye dayalı bir yöntemdir. Örneğin, yaşanan problemlerin nedeni savaş ise barış çözüm olacaktır.¹²¹

Karşılıklı fikirler üzerine kurulu olan bir diğer kanıtlama yolu, bir eylemin doğruluğunun, o eyleme maruz kalan kişi için geçerli olması durumunda, eylemi gerçekleştiren kişi için de doğru olduğunu belirtmektedir.¹²² Örneğin eğer bir siyasi retor, rakibinin kişiliğine saldırmanın doğru olduğuna inanıyorsa, rakibinin de onun kişiliğine saldırması doğru olur.

Başka bir kanıt gösterme yolu ise, zaman düşüncesine dayanmaktadır.¹²³ Örneğin bir siyasi retorun geçmişteki eylemleri ve politikaları, onun mevcut veya gelecekteki politikaları hakkında bir ipucu sağlayabilmektedir. Geçmişte, bir liderin belirli bir politika veya davranış sergilemiş olması, gelecekte de aynı politikayı ve davranışı sergilemesinin muhtemel olduğunu göstermektedir. Bu nedenle, bir liderin geçmişteki tutumları, onun mevcut politikalarını ve gelecekteki eylemlerini öngörmemize yardımcı olabilmektedir.

¹²⁰ Aristoteles, *Retorik*, ss. 142-154 (1396b 20 -1400b 20).

¹²¹ Aristoteles, *Retorik*, s. 143 (1397a 10).

¹²² Aristoteles, *Retorik*, s. 144 (1397a 25).

¹²³ Aristoteles, *Retorik*, ss. 145-146 (1397b 25 1398a 30).

Elde edilen kanıtların doğruluğunu belirlemek için kullanılabilecek diğer yöntem ise, kullanılan sözcüklerin tanımlanmasıdır.¹²⁴ Örneğin sosyalizm nedir? Hiç kuşkusuz ya eşitlikçi bir toplum modelidir ya da eşitlikçi bir toplum modelini destekleyen bir harekettir. Öyleyse eşitliğin önemli olduğuna inanan bir kimse eşitsizliği savunan bir hareketi destekleyemez.

Bir diğer kanıtlama yöntemi, kelimenin farklı anlamlarından yola çıkarak bir argüman oluşturmayı sağlamaktadır.¹²⁵ Bu kanıtlama yöntemi, siyasi retorların kelime anlamlarını netleştirerek, tartışmaları daha anlamlı hale getirmelerine yardımcı olmaktadır. Dolayısıyla siyasi retorların kelime anlamlarını doğru bilmeleri ve kelimeleri doğru bir şekilde kullanmaları önemlidir.

Başka bir kanıtlama yöntemi, suçlamayı mantıksal açıdan bölerek reddetmeye dayanmaktadır. Örneğin siyasi bir retor, onu suçlayanlar tarafından ileri sürülen iddasının ona uymadığını veya suçlayanlar tarafından dile getirilmeyen bir iddiayla suçlanamayacağına dair savunmaları bu yönetime örnek olabilir.¹²⁶ Bu durum, insanların hareketlerini anlamak için ayrıştırma ve analiz yapmanın önemini vurgular ve doğru sonuçlara ulaşmak için tüm faktörlerin dikkate alınması gerektiğini göstermektedir.

Bir başka kanıtlama yöntemi olan tümevarım, örneklerden yola çıkarak genel bir sonuca varmaya dayanmaktadır.¹²⁷ Örneğin, çevreyi korumak her vatandaşın görevidir. X adayı çevreyi korumaya önem veriyor, o zaman X adayını destekleyen herkes de çevreyi önemsiyor, şeklinde bir argüman, tümevarım yöntemine örnek olarak verilebilmektedir.

Başka bir kanıtlama yolu, bir eylemin hem iyi hem de kötü sonuçları olabileceğini kabul etmektedir.¹²⁸ Örneğin bir ülkenin, başka bir ülkeye yardım etmek için asker göndermesi, hem olumlu sonuçlara (insani yardım, barışçıl bir çözüm, vb.) hem de olumsuz sonuçlara (asker kayıpları, ekonomik yük, vb.) yol açabilmektedir.

¹²⁴ Aristoteles, **Retorik**, s. 147 (1398a 15).

¹²⁵ Aristoteles, **Retorik**, s. 147 (1398a 25).

¹²⁶ Aristoteles, **Retorik**, s. 147 (1398a 30).

¹²⁷ Aristoteles, **Retorik**, s. 147 (1398b).

¹²⁸ Aristoteles, **Retorik**, s. 149 (1399a 10-15).

Bir diğerk kanıtlama yolu ise, insanların yaptıkları tercihlerin değışkenliğini temel almaktadır.¹²⁹ Örneğın, bir seçmenin yapılan seçimlerde X partiye oy vermesi, sonraki seçimde farklı bir partiye oy vermeyeceğı anlamına gelmez. Bu nedenle, bir siyasi partinin seçimdeki başarısı, gelecekteki seçim sonuçlarını garanti etmeyebilir.

Verilen olumlu kanıtlama yöntemleri ışığında siyasette etkili bir retor olmak, doğru kanıtlama yollarını bilmek ve bunları doğru bir şekilde kullanmakla mümkündür. Ancak, siyasi arenada rakiplerin olduğı bir ortamda yanlış kullanılan kanıtlama yolları, karşı taraf için fırsatlar yaratabilmektedir. Bu nedenle, kanıtlama yollarının dikkatli bir şekilde kullanımı, retorların inandırıcılığını artıracaktır, böylelikle retor, seçmen üzerinde istenilen etkiyi yaratabilecektir.

2.1.2. Olumsuz Kanıtlama (Sahte Örtük Kıyas)

Doğru kanıtlama yöntemlerinin yerine olumsuz kanıtlama, sahte veya yanıltıcı argümanlar kullanıldığında retorların inandırıcılığı olumsuz yönde etkilenecektir. Aristoteles, bu tür sahte kanıtlama yöntemlerini tanımlarken dokuz farklı yol belirlemiştir. Bu olumsuz kanıtlama yolları şunlardır:¹³⁰

1. Kullanılan belli sözcüklerin ortaya çıkması ile oluşur. Örneğın, bir retor "dolayısıyla" ifadesiyle başlayan bir cümle kullanarak aslında var olmayan öncüllerin sonucuymuş gibi düşüncesini dile getirebilir. Bu taktik, dinleyicileri yanıltan bir uygulamadır ve ifade şekliyle ilgilidir. Benzer karşılaştırmalar yapmak için eş anlamlı veya eş sesli kelimeler kullanılabilir.

2. Bir bütünün parçalarıyla veya parçaların bütünüyle eşdeğer olduğı ve aynı niteliklere sahip olduğunu ileri sürmektir. Örneğın bir retor, partimizin hedefleri ile ülkemizin hedefleri aynı doğrultudadır. Dolayısıyla partiye destek vermek ülkeye destek vermekle eşdeğerdir, şeklinde bir ifade ile siyasi bir örnekte parçaların bütünüle veya bütünün parçalarla eşdeğer olduğı fikrini yansıtabilir. Bu cümlede, partinin hedefleri parçaları temsil ederken ülkenin hedefleri bütünü temsil eder ve her ikisi de aynı doğrultuda hareket ettiğı için birbirine eşdeğerdir.

3. Bir argümanı yıkmak veya karşıt bir görüşü çürütmek için öfke dolu bir üslup kullanmaktır. Örneğın, seçim kampanyaları sırasında adaylar, rakiplerinin

¹²⁹ Aristoteles, **Retorik**, s. 151 (1399b 15).

¹³⁰ Aristoteles, **Retorik**, ss. 154 – 158 (1401a 5 – 1402a 25).

görüşlerini eleştirirken sıklıkla rakiplerinin karakterlerini suistimal etmeye çalışırlar. Bu durumda rakipleri öfkeye kapılır ve saldırmacı bir tavırla karşılık verirlerse suçlu konuma düşebilirler. Burada gerçek bir örtük tasım yoktur, bu nedenle yanıltıcı olabilmektedir.

4. Sadece bir örnek ya da gösterge kullanarak bir argümanı desteklemek, geçerli bir kanıt sunamaz. Örneğin, bir ülkenin ekonomisinin sağlıklı olduğunu iddia etmek için yalnızca işsizlik oranını kullanmak yanıltıcı olabilir. Bunun nedeni, işsizlik oranının sadece ekonominin bir yönünü yansıtmaması ve diğer faktörlerin de dikkate alınmamasıdır.

5. Rastlantısal bir olay esas alınabilir. Örneğin, bir retorun ülkede yaşanan bir terör olayı sırasında bir etkinlik için Kanada'ya gitmesi nedeniyle rakipleri tarafından sorumsuzlukla itham edilebilir. Burada rakipleri, yaşanan olay ile aynı dönemde siyasetçinin rastlantısal bir şekilde Kanada'da bulunmasını bağdaştırmış ve eleştiri nedeni olarak kullanmışlardır. Bu olayda rastlantısal bir durum kanıt olarak sunulamaz.

6. Bir sonuç ortaya konularak kanıtlar sunmaktır. Örneğin bir siyasi retorun, kendisine karşı çıkmak adına sürekli yalan haber yapan bir gazete yayını ele alarak kendisine karşı çıkan her gazete yayını yalan haber yapmakla suçlaması yanlış bir kanıtlama yöntemidir.

7. Bir olayın ya da durumun nedeni olarak gerçekte ilişkili olmayan bir diğer olay ya da durumun gösterilmesidir. Bu taktik politikacılar tarafından sıkça kullanılır. Örneğin bir siyasi liderin iktidardaki başarısızlıkları, önceki hükümetin hatalarıyla açıklanabilir. Ancak bu iki olay arasında gerçekte bir neden-sonuç ilişkisi yoktur ve böyle bir açıklama geçerli bir neden olarak gösterilemez.

8. Herhangi bir zamana ya da koşula atıfta bulunmamaktır. Örneğin devletin sınırlarını korumak adına güç kullanması doğrudur, ifadesi her koşulda ve zamanda kabul edilebilir değildir. Devlet bir örgüte saldırı düzenlerken sivillerin bulunduğu bir bölgede bunu uygulaması doğru olmayabilir. Çünkü bu operasyon masum birçok insanın ölümüne sebep olabilecek bir durumdur.

9. Tikel durumlarla mutlak olan karıştırılmaz. Örneğin siyasi retorun birçok politikası iyi sonuçlanmışsa, yeni bir politikasının da iyi sonuçlanma ihtimalinin yüksek olacağını söyleyebiliriz. Fakat kötü sonuçlanabilme olasılığı da her zaman

vardır. Bu tür örneklerde mutlak olan ve tikel olan durumları birbirinden ayırmak önemlidir.

Sıralanan maddelerde ve sunulan örneklerde görüldüğü gibi olumsuz kanıtlama yolları siyasi retorikte önemli rol oynamaktadır. Bu nedenle retor, etkili bir konuşma yapabilmesi için, sahte kanıtlama yollarını iyi bilmeli ve bu kanıtlama yollarından kaçınmalıdır. Siyasi retor, gerçekçi ve doğru argümanlar sunarak hedef kitleye güvenilirliğini (ethos) göstermelidir. Etkili bir siyasi retor, yer yer vurguladığımız gibi sadece duygulara (pathos) hitap etmekle kalmayıp aynı zamanda mantık (logos) temelli kanıtlar sunarak dinleyicilerin iknası gerçekleştirilmelidir.¹³¹

2.2. ÖRNEK (MAKSİM-TEMSİL)

Retorik kuramı içinde, entimemlerin kullanılmadığı bazı durumlarda daha önce de belirtildiği gibi örnek kullanılmaktadır. Örnek, benzerlikler aracılığı ile bir şeyin diğeriyle olan ilişkisini değerlendirerek, ilgili konu hakkındaki hükümleri diğer bir konuya uygulama aşamasıdır. Bu, zihnin özelden özele doğru ilerleyen bir sürecidir.¹³²

Örnek ile kanıtlama sürecinde yapılan akıl yürütme, tümevarım özelliğine sahiptir. Siyasi bir konuşma yaparken, retorların örtük kıyaslarla birlikte maksimlerin kullanımına özen göstermeleri gerekmektedir. Maksimlerin entimemden sonra kullanılması, liderlerin halkı ikna etmelerinde daha etkili olmaktadır. Aksi takdirde, bir retorun mesajı tam olarak anlaşılmamakta ve halk üzerinde beklenen etki oluşturulamamaktadır.¹³³

Maksimler iki farklı şekilde ele alınır. Bunlardan ilki geçmişte gerçekleşmiş olaylardan oluşmaktadır ve retor, bu tür örnekleri kendisi kurgulamamaktadır.¹³⁴ Örneğin bir retor, adaletin önemine vurgu yapmak için tarihte yaşanmış adaletsizliği anlatabilir. Bu, maksimlerin gerçekleşmiş olaylar türüne bir örnek olarak gösterilebilir.

Dolayısıyla verilen örneğin tarihsel koşutluklarını dikkate alan retor, tümevarım yöntemini kullanarak genel bir sav ortaya koymaktadır. Bu yöntem,

¹³¹ Baba, **Retoriğin İkna Gücü**, s. 136.

¹³² Emiroğlu, **Klasik Mantığa Giriş**, ss. 198-199; Öner, ss. 172-173.

¹³³ Aristoteles, **Retorik**, s. 136 (1394 a 10-15).

¹³⁴ Aristoteles, **Retorik**, s. 134 (1393a 25-30).

geçmişteki benzer örneklerden yola çıkarak, benzer koşullarda diğer tüm örneklerin de aynı şekilde hareket edeceği varsayımına dayanmaktadır. İkinci bir yaklaşım ise siyasi retorun gerçekte var olmayan olguları uydurarak temsil oluşturmasıdır. Bu yaklaşım betimleyici koşutluk ve hayvan masalları olmak üzere iki farklı kullanıma sahiptir.¹³⁵

İlk kullanım yöntemi olan betimleyici koşut, gerçeklikle örtüşmeyen ancak gerçeklikten esinlenilerek yaratılan örnekleri kullanarak dinleyicilerin dikkatini çekmeyi hedeflemektedir. Örneğin, devlet memurlarının yetkinliklerine bakmaksızın atamak, bir hastanede kura ile seçilen doktorun ameliyat yapmasına benzer. Diğer bir yöntem olan hayvan masalları, hatiplerin hayvanların özelliklerinden yararlanarak insan davranışlarını anlatan hikâyelerdir. Bu yöntem, dinleyicilerin hayal gücünü ve duygularını harekete geçirerek aktarılacak istenen mesajın daha etkili bir şekilde iletilmesini sağlar.¹³⁶

Siyasi açıdan bakıldığında retorlar, bu tür örnekler ve hikâyeler kullanarak dinleyicilerin konuya daha fazla ilgi göstermelerini sağlar ve iknanın etkisini artırır. Bu tür örnekler ve hikâyeler, konuşmacının kendisini daha etkili bir şekilde ifade etmesine ve dinleyicilerin konuşmacıyı daha kolay anlamalarına yardımcı olabilmektedir. Ancak, retorlar yine de konunun detaylarına hâkim olmalı ve iddialarını kanıtlama yolları kullanarak desteklemelidir.

2.3. RETORUN KULLANDIĞI DİĞER YOLLAR

Siyasi retor ikna edici argümanlar ve güçlü bir söylem kullanarak insanları etkilemeyi amaçlamaktadır. Bu bağlamda retor, çeşitli teknikler ve stratejiler kullanarak ikna etkisini artırmaktadır. Gelişen teknoloji ile siyasi retorun teknikleri de gelişmektedir. Özellikle günümüzdeki teknolojik imkânlar sayesinde retor, mesajlarını aynı anda milyonlarca kişiye ulaştırabilmektedir. Bu da retora destek veren kitlenin hızlı bir şekilde büyümesine olanak sağlamaktadır.

Retorun bu kadar geniş kitleye hitap etmesi onun uygulayacağı retorik tekniklerinin de önemini artırmıştır. Bu bağlamda retor hedef kitlesinin analizini en iyi şekilde yapmalı ve hangi kitleye nasıl hitap etmesi gerektiğini iyi

¹³⁵ Aristoteles, **Retorik**, s. 134 (1393 a 25); Gülümser, s. 110; Baba, **Retoriğin İkna Gücü**, s. 166.

¹³⁶ Aristoteles, **Retorik**, ss. 134-136 (1393 b 5 1394 a 5- 10).

çözümlemelidir.¹³⁷ Son yıllarda popülerleşen ve gün geçtikçe gelişen yapay zekâ teknolojileri ise retorlara bu konuda mükemmel bir kolaylık sağlamaktadır.

Yapay zekâ teknolojileri sayesinde hedef kitle analizi ve seçmenlerin, yaşanan olaylar üzerindeki tepkilerinin analizi gibi birçok konu kısa bir süre içerisinde yapılabilmektedir. Burada retorun tek yapması gereken şey, yapay zekâ tarafından oluşturulan raporları inceleyip nasıl bir hitap şekli oluşturması gerektiğini çözümlemektir. Bu noktada yine yapay zekâlar retora hangi kitle için hangi retorik unsurlarını kullanması gerektiği konusunda yardımcı olabilmektedir.

Retorlar genellikle oluşturacakları söylem için kitlesine, gündemde olan olaylara veya ikna etmek istediği konuya göre farklı unsurlara başvurabilmektedir.

Bu bölümde retorun iknasının etkisini artırmak ve seçmenin desteğini kazanmak adını başvurduğu diğer yolları Belge, Yemin, Reklam ve Sosyal Medya şeklinde dört alt başlık altında ele alacağız.

2.3.1. Belge

Politikacılar genellikle bulundukları pozisyonu korumak ve politikalarını desteklemek için iddialarda bulunur ve görüşlerini belirtirler. Bu iddiaları desteklemek için çoğunlukla belgeleri bir kanıt biçimi olarak kullanırlar. 6100 sayılı Hukuk Muhakemeleri Kanunu'nun (HMK) 199. Maddesinde belge için “*Uyuşmazlık konusu vakıaları ispata elverişli yazılı veya basılı metin, senet, çizim, plan, kroki, fotoğraf, film, görüntü veya ses kaydı gibi veriler ve bunlara benzer bilgi taşıyıcıları bu kanuna göre belgedir.*” şeklinde bir tanım yapılmıştır.¹³⁸ Günümüzde birçok veri belge olarak adlandırılmaktadır. Fakat Türk Ceza Kanunu'na göre belge niteliğinin sağlanması için yazılanlar irade beyanı içermelidir ve içeriğinin de hukuki bir değere sahip olması gerekir. Bu koşullarla birlikte belgeyi hazırlayan kişinin de bilinmesi gerekir. Aynı zamanda TCK'de belgenin yazılı olması gerektiğine de dikkat çekilmiştir fakat burada belgenin kağıt üzerinde yazılı olması zorunlu değildir.¹³⁹

¹³⁷ Cengiz Anık, **Siyasal İkna**, Vadi Yayınları, Ankara 2000, s. 38.

¹³⁸ Mevzuat **Hukuk Muhakemeleri** Kanunu, <https://www.mevzuat.gov.tr/MevzuatMetin/1.5.6100.pdf> (17.12.2022)

¹³⁹ Arif Gözel, “Belgede Sahtecilik Suçlarının Konusu Olarak Belge ve Elektronik Belge”, Süleyman Demirel Üniversitesi (S.D.Ü), **Hukuk Fakültesi Dergisi**, Cilt: 5, Sayı: 1, 2015, s. 149.

TCK’de belgeler; resmi belge, resmi belge hükmündeki belge ve özel belge olmak üzere üç farklı kategoride incelenir.¹⁴⁰ Resmi belgenin bir kamu görevlisi aracılığıyla, kanun tarafından belirtilen yapıya ve usullere uygun düzenlenmesi gerekmektedir.¹⁴¹ Resmi belge hükmünde belgeler ise özel belgeler olmasına rağmen resmi belge hükmü taşıyan belgelerdir. Örneğin vasiyetname ve hisse senedini resmî belge hükmündeki belgelerdir. Bu tür belgeler sosyal ve maddi açıdan büyük önem taşıdıklarından ötürü belgelerde bir aldatma söz konusu olduğunda resmî belgede sahtecilik hükümleri geçerlidir.¹⁴²

Birçok farklı belgeleme yöntemi, retorlara iddialarını kanıtlamada ek bir destek oluşturur. Retor, kanıtlarla ve verilerle iddialarına sağlam bir alt yapı oluşturur. Retorun kullandığı mantıksal akıl yürütmeleri ve çıkarımlarına kanıt olarak sunacağı belgeler, seçmende logos oluşturabilmek için kritik bir etkidir. Dinleyici kanıtlara ve delillere dayalı gerçeklerle karşılaşacağı için retorun iddiasını inandırıcı bulur.¹⁴³ Böylelikle dinleyicinin ikna olma olasılığı da artmış olur.

Siyasi retorların, argümanlarını desteklemek için belgeleri kullanmalarının birkaç yolu vardır. Siyasi söylemler tarafından kullanılan en yaygın belgeleme biçimlerinden biri istatistikler ve verilerdir. Bu tür bilgiler, ileri sürülen iddialar için olgusal bir temel sağlar ve ikna edici bir argüman oluşturmaya yardımcı olur.¹⁴⁴ Örneğin, devlet okulları için artan finansmanın eğitim sonuçlarını iyileştireceğini iddia edebilir. Bu argümanı desteklemek için okulların fonlarını artıran topluluklardaki öğrencilerin test puanları ve mezuniyet oranlarına ilişkin verileri kullanabilir.

Siyasi retorlar tarafından sıklıkla kullanılan bir başka belge türü de uzman görüşleri ve tanıklıklardır. Belli bir alandaki uzmanların görüş ve bulgularına atıfta bulunan bir politikacı, argümanına güvenilirlik katabilir ve daha ikna edici bir durum oluşturabilir.¹⁴⁵ Örneğin politikacı, halk sağlığı endişelerini gidermek için belirli bir politikanın gerekli olduğunu iddia edebilir. Bu iddiayı desteklemek için konu

¹⁴⁰ Gözel, s. 148.

¹⁴¹ Niyazi Çiçek, “Hukuksal Geçerlilik Bakımından Resmi Belgelerin Biçimsel Özellikleri”, **Amme İdaresi Dergisi**, Cilt: 40, Sayı: 4, 2007, s. 140.

¹⁴² 5237 Sayılı TCK, Madde 210, <https://www.mevzuat.gov.tr/MevzuatMetin/1.5.5237.pdf> (17.12.2022).

¹⁴³ Baba, **Retoriğin İkna Gücü**, s. 134.

¹⁴⁴ Fatih Keskin, “Politikada Hakikat ve Yalan Anlatısı: Neoliberal Dönemde İknanın Akılcılaştırılmasının Üretim ve Sunum Biçimleri”, **İlef Dergisi**, Cilt: 3, Sayı: 2, 2016, s. 88.

¹⁴⁵ Keskin, ss. 83-84.

hakkında araştırma yapmış ve önerilen politikayı destekleyen bir halk sağlığı uzmanından alıntı yapılabilir. Farklı bir örnek olarak; politikacı iklim değişikliğini ele almak için belirli bir politikanın gerekli olduğunu iddia edebilir. Bu argümanı desteklemek için, konu hakkında araştırma yapmış ve önerilen politikayı destekleyen bir iklim bilimciden alıntı yapılabilir. İnsanlar bilim insanlarına politikacılardan daha fazla güvenir. Doğal olarak bir bilim insanının referans gösterilmesi, belirtilen argümana dinleyicilerin daha fazla inanmasını sağlar.¹⁴⁶

Tarihsel belgeler ve arşivler, siyasi söylemde bir belgeleme biçimi olarak da kullanılabilir. Bir siyasetçi, geçmişin deneyimlerinden ve derslerinden yararlanarak konumunu daha güçlü bir şekilde savunabilir ve iddialarını somut örneklerle destekleyebilir.¹⁴⁷ Örneğin bir retor, güncel bir politika konusundaki iddiasını desteklemek için geçmişten başarılı bir politika örneğini kullanabilir. Toplu taşımayı iyileştirmeye yönelik bir politikanın etkili olacağını, çünkü benzer politikaların diğer şehirlerde başarılı olduğunu iddia edebilir. Bu argümanı kanıtlamak için bu şehirlerde politikanın nasıl uygulandığını gösteren tarihi belgeler ve arşivlerden alıntılar yapılabilir.

Politikacılar, tüm bu yöntemlerle birlikte daha ikna edici ve inandırıcı bir argüman oluşturabilirler. Ancak retor hangi yöntemi nasıl kullanması gerektiğini iyi bilmelidir. Bu yöntemleri en efektif şekilde kullanarak belgesini argümanlarını daha anlaşılır kılabilir. Örneğin yıllık artış oranının gösterilmek istendiği bir durumda tablo kullanmak çok efektif olmayacaktır. Retorun, artış oranının daha iyi anlaşılabilmesi için grafik kullanması yararlı olacaktır. Bu örnekte olduğu gibi retor, belgesinin daha iyi kavranmasını sağlayacak ve ikna etkisini artıracak metotlara başvurabilir. Bu metotlar daha önceki bölümlerde bahsettiğimiz iknanın oluşturulmasında etkili olan mantıksal çıkarımlara ve dil-dışı retoriğe dayanmaktadır. Bu metotları daha iyi anlaşılabilmesi için üç gruba ayırabiliriz;

Sebep-Sonuç İlişkisi Kurulması: Verileri sunarken farklı değişkenler arasındaki neden-sonuç ilişkisini açıklamakta fayda vardır. Örneğin siyasi retor, bir

¹⁴⁶ Şerife Öztürk, “Bilim İletişimi” Üzerine Bir İnceleme, **Üsküdar Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergi**, Sayı: 8, 2021, ss. 228-229.

¹⁴⁷ Henry Kissinger, **Diplomasi**, çev. İbrahim H. Kurt, Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları, İstanbul, 200, ss. 21-22.

politikanın oluşturduğu etki hakkında bir iddiada bulunuyorsa oluşan bu etkilerde ilgili sonuçtaki değişikliği gösteren verileri sunmalıdır.

Gerçek Hayattan Örnekler Kullanılması: Gerçek hayattan örnekler sunmak, soyut kavramları daha somut ve konunun veya iddiaların daha rahat anlaşılmasına yardımcı olabilir. Örneğin bir politikacı, belirli bir bölgede oluşturulan iş imkânları hakkında veriler sunabilir, ancak bu işlerden yararlanan insanların hikâyelerini paylaşmak da verilerin daha somut bir hale gelmesini sağlayacaktır. Böylece inandırıcılık etkisi de artacaktır.

Görsel Yardımcılar Kullanılması: Grafikler, çizelgeler ve bilgi grafikleri, karmaşık verileri daha kolay anlaşılır hale getirebilir. Burada dikkat edilmesi gereken hangi görsel aracın hangi verilere uygun olacağını saptamaktır. Örneğin, yıllar içindeki suç oranı eğilimini göstermek için bir çizgi grafiği kullanmak, yalnızca bir sayı tablosu sunmaktan daha etkili olabilir. Bu yöntem akılda kalıcılığı da artıracaktır.

Bunlar, bir politikacının iddialarını desteklemek için belgeleri etkili bir şekilde kullanma yollarından sadece birkaçıdır. Burada dikkat edilmesi gereken husus, bu yolları kullanırken güvenilir kaynakları seçmek, verileri açık ve erişilebilir bir şekilde sunmaktır.

Bir politikacı güvenilir kaynaklara başvurmaz ve kullandığı verilerin doğruluğunu teyit etmezse belgesinde yanlış bilgiler kullanabilir.¹⁴⁸ Bir siyasetçinin halkı yanlış belgelerle yanılttığı tespit edilirse, bunun hem seçmenler için hem de siyasetçi için tehlikeli sonuçları olabilir. Politikacının itibarı, siyasi kariyeri ciddi bir şekilde zarar görebilir. Halk, politikacıyı güvenilir olarak nitelendirir ve karar verme yeteneklerini sorgular. Bazı durumlarda, sahte belge kullanırken yakalanan politikacılar, suçun niteliğine ve ciddiyetine bağlı olarak para cezası hatta hapis cezası gibi yasal sonuçlarla karşı karşıya kalabilir.¹⁴⁹ Bu durum siyasi sürece olan güveni baltalar ve hükümete, demokratik kurumlara olan güveni aşındırabilir.

¹⁴⁸ İsmail Yıldız, “Tarihte Belge Kullanımında Gerçekçilik ve Talat Paşa’nın Telgrafı Meselesi Örneği”, **Bayterek Uluslararası Akademik Araştırmalar Dergisi**, Cilt: 1, Sayı: 1, Aksaray, 2018, s. 97.

¹⁴⁹ 5237 Sayılı TCK, Madde 204 <https://www.mevzuat.gov.tr/MevzuatMetin/1.5.5237.pdf> (18.12.2022)

Halkın güveni demokratik sürecin temel bir bileşeni olduğundan, politikacıların belgeleri kullanırken bilgilerin doğrulunu teyit etmesi, şeffaf ve dürüst olması önemlidir. Politikacılar, birkaç adımı izleyerek bunu sağlayabilirler:

Güvenilir Kaynakların Seçimi ve Kaynakların Doğrulanması:

Politikacılar, belgelerde kullanılan veri ve bilgilerin kaynaklarını doğrulamalıdır. Kaynağı belli olmayan bilgilerden kaçınmalıdır çünkü kaynağı belli olmayan bilgiler için bir dayanak gösterilemez. Kaynakları belli yerlerden bilgilerin toplanması, yanlış veya yanıltıcı bilgidir kaçınılmasına yardımcı olur. Bu nedenle politikacı devlet kurumları, saygın araştırma kurumları ve hakemli dergiler gibi güvenilir kaynaklardan bilgi almaya özen göstermelidir.¹⁵⁰

Doğruluk Kontrolü: Politikacılar, belgelerde kullanılan bilgi ve verilerin doğruluğunu kontrol etmelidir. Doğrulunda şüphe olan bilgiler retor tarafından kullanılmamalıdır çünkü ilerleyen zamanlarda yanlışlığı ispatlanan bilgiler siyasi retorun itibarı için büyük bir tehlike oluşturur.¹⁵¹

Şeffaf Olmak: Politikacılar, bilgilerinin kaynakları ve bunları toplamak için kullanılan metodoloji konusunda şeffaf olmalıdır. Bu, retorun dürüstlüğü hakkında olumlu etkiler yaratır ve seçmenleri arasında güven oluşturmaya yardımcı olur.¹⁵²

Bağımsız İncelemeler Alma: Politikacılar, doğruluğunu ve güvenilirliğini sağlamak için belgelerini bağımsız uzmanlar veya kuruluşlar tarafından da inceletebilir. Bu aynı zamanda art niyetli olan kişilerin retorü manipüle etmesini de engeller.¹⁵³

Politikacılar bu adımları izleyerek belgelerinin güvenilirliğini artırabilir. Güvenilir olan bilgiler iknanın da etkisini artıracaktır. Fakat bazı durumlarda siyasiler halkı manipüle etmek için sahte belgeler kullanabilirler. Örneğin 2003 yılında gerçekleşen Amerika Birleşik Devletleri (ABD) – Irak Savaşı’nda, ABD yönetimi Irak’ın kitle imha silahları bulundurmasına dair sahte belgeler kullanarak

¹⁵⁰ Sevgi Kavut, “Eleştirel Söylem Analizi Bağlamında Haber Sitelerinde Dijital Kimlik Başlıklı Haberlerin İncelenmesi”, **Uluslararası Kültürel ve Sosyal Araştırmalar Dergisi**, Cilt: 7, Sayı: 1, 2021, s. 132.

¹⁵¹ Şahika Eroğlu, Tolga Çakmak, “Post-Truth Dönemini Anlamak: Hacettepe Üniversitesi Bilgi ve Belge Yönetimi Bölümü Öğrencilerinin Yeni Medya Araçları Kapsamında Bilgi Bozuklukları ve Doğrulama Algılarının Değerlendirilmesi”, **Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**, Sayı: 39, Denizli, 2020, s. 312.

¹⁵² Eroğlu, Tolga Çakmak, s. 323.

¹⁵³ Özer Köseoğlu, Ömer Faruk Köktaş, “Bilgi, Güç ve Siyasetin Kesişiminde Düşünce Kuruluşları: Kamu Politikaları Bağlamında Bir Analiz”, **Yönetim Bilimleri Dergisi**, Cilt: 15, Sayı: 30, 2017, ss. 536-537.

kamuoyunu manipüle etmiş ve savaşı meşrulaştırmıştır.¹⁵⁴ Savaş sonrasında ise belgelerin sahte olduğu ortaya çıkmış ve halk büyük bir güven kaybına uğramıştır. Bu durum ABD'nin dünya çapında itibar kaybetmesine de neden olmuştur.¹⁵⁵

Anlaşılabacağı üzere siyasi retor, sahte belgeler kullanarak görüşlerini haklı nedenlere dayandırabilir ve halkı ikna edebilir. Fakat bu durum tüm erdemlik ilkelerine aykırıdır ve gerçekler ortaya çıktığında retor için büyük bir tehlike arz etmektedir.

Sonuç olarak bakıldığında politikacılar hitaplarında veya söylevlerinde özellikle logos oluşturabilmek için belgeleme yöntemlerini kullanırlar. Siyasi retor belgeler ile görüşlerine destek sağlayabilmekte ve iddialarını kanıtlayabilmektedirler. Böylelikle onun inandırıcılığı ve güvenilirliği artar. Fakat siyasi retorlar, kullandıkları bilgilerin doğruluğunu teyit etmelidirler. Kullanılan yanlış bilgiler, halkın da yanlış yönlendirilmesine neden olur. Bu da gerçeğin ortaya çıkması ile birlikte yukarıda da belirttiğimiz gibi retorun güven ve itibar kaybetmesine yol açabilir. Dolayısıyla kullanılan belgelerin güvenilirliği kritik bir öneme sahiptir. Kısaca güvenilir belgeler dinleyiciyi ikna etmede etkili ve önemli bir unsurdur,

2.3.2. Yemin

Yeminler, siyasetçilerin seçilmeleri halinde uygulayacakları politikalar hakkında halka verdikleri sözlerdir.¹⁵⁶ Politikacılar, seçmenlerin desteğini ve güvenini kazanmak için seçim kampanyalarında yeminler kullanırlar. Bu yeminler aslında siyasi retor için bir zorunluluktur. Zira retor hiçbir vaatte bulunmazsa seçmenin desteğini almakta zorlanır. Seçmenler, destek verecekleri politikacının sorunların farkında ve çözüm üretebilen birisi olmasını isterler.¹⁵⁷ Dolayısıyla

¹⁵⁴ Ali Embiye Yılmaz, “Irak Savaşı’nda Spin Doktor Örneği”, **Dicle Üniversitesi İdari Bilimler Dergisi**, Cilt: 7, Sayı: 13, Diyarbakır, 2017, s. 210.

¹⁵⁵ Raymond Hinnebusch, “The American Invasion of Iraq: Causes and Consequences”, **Perceptions: Journal Of International Affairs**, Vol.: 12, Issue: 1, 2007, p. 26.

¹⁵⁶ Buradaki yemin, dinde kutsalı yani Allah’ı, Peygamberi, Kutsal Kitabı veya bazı dini değer ve sembolleri kullanarak; kişinin kendi onur ve şerefini de ortaya koyarak yaptığı ciddi bir kasemden ziyade “söz verme” anlamında kullanılmaktadır.

¹⁵⁷ Ünal Akyüz, “Siyaset ve Ahlak”, **Yasama Dergisi**, Sayı: 11, 2009, ss. 105-106.

seçmenler politikacıdan alabilecekleri maksimum faydayı, politikacılar da kazanabilecekleri maksimum oy sayısını elde etmeye çalışırlar.¹⁵⁸

Politikacı başarılı bir ikna için sözde vermek zorundadır. Bu sözler genellikle toplumun karşı karşıya olduğu en acil sorunları ele almak ve politikacıları rakiplerinden ayırmak için verilir. Seçmenler tarafından dile getirilen fakat mevcut politikacı tarafından çözüm getirilmeyen sorunlar, rakip siyasi retor için avantajdır. Seçmenler çözülmeyen sorunlardan ötürü mevcut politikacıya karşı güven problemi yaşadıklarından çözüm vaat eden siyasi retora güven duymaları nispeten daha kolay olacaktır.¹⁵⁹ Bu da retorun ikna oluşturmalarını kolaylaştırır. Örneğin yerel seçimlerde aday olan siyasetçi, okulların kalitesini artırma, yolları ve köprüleri onarma veya trafik sıkışıklığını azaltma sözü verebilir.

Burada siyasi retorun dikkat etmesi gereken en önemli unsur oy kazanmak adına ütöpik vaatlerde bulunmamasıdır. Bu hata seçmenlerin retora karşı duyduğu ciddiyeti kaybetmesine sebep olur. Bu durumda insanlar retoru dinlemekten vazgeçerler. Bu da politikacının itibarını zedelemektedir. Siyasetçi, hatasını fark edip düzeltse bile artık insanların güvenini kazanmak onun için çok daha zor olacaktır. Diğer dikkat edilmesi gereken durum ise yine oy kazanmak adına aşırı vaatte bulunmaktır. Böyle durumlarda siyasetçi adete rakipleriyle vaat yarışına girer.¹⁶⁰ Bu hata nedeniyle retor inandırıcılığını kaybeder ve verdiği sözlerin ikna etkisi azalır.

Yeminler, özellikle politikacı seçildiğinde seçmenler üzerinde önemli bir etkiye sahiptir. Bir politikacı verdiği sözü yerine getirirse seçmenler muhtemelen retorların karakterleri ve liderlik yetenekleri hakkında olumlu bir izlenime sahip olacaktır. Bu, politikacıya ve onların partisine yönelik desteğin artmasına yol açar. Öte yandan, bir politikacı yemin eder ve bunu yerine getirmezse, seçmenler hayal kırıklığına uğrayacaklardır. Bu, politikacıya ve siyasi partisine verilen desteğin azalmasına neden olur. Yeminlerini yerine getirmeyen politikacılar medya, siyasi muhalifler ve halktan gelen eleştirilere maruz kalabilir. Aynı zamanda gelecekte

¹⁵⁸ Hülya Kirmanoğlu, “Kamu Malları”, **Kamu Ekonomisi**, (Ed. Beyhan Ataç), Anadolu Üniversitesi, No 1476, Eskişehir, 2003, Ünite 4, s. 58.

¹⁵⁹ Erdal Tanas Karagül, Nergis Dama, “Partilerin Vaatleri Seçim Sonuçlarını Nasıl Etkiler?”, **Seta Perspektif Dergisi**, Sayı: 101, 2015, ss. 1-2.

¹⁶⁰ Kemal Avcı, A. Banu Hülür, “Siyasal Seçim Vaatlerinin Seçmenin Oy Verme Kararına Etkisi: 2015 Kasım Seçimleri Bolu Örneği”, **Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi**, Cilt: 9, Sayı: 43, 2016, s. 1642; Coşkun Can Aktan, Osman Kürşat Acar, **Kamu Yönetiminde Kayırmacılık**, Sosyal Bilimler Araştırma Derneği, Hukuk ve İktisat Araştırmaları Yayınları, İzmir, 2021, s. 24.

yapılacak olan seçimlerde politikacının zor duruma düşmesine neden olur.¹⁶¹ Örneğin, bir toplulukta suçu azaltma sözü veren ancak bunu yapmayan bir politikacı, sözünü yerine getirmediği için halk tarafından eleştirilebilir.

Seçmene verilen güven burada kilit rolü oynamaktadır. Karşılıklı güven ilişkisine vurgu yapan Aristoteles’de kişinin verdiği sözleri tutmasının sadece kendisini değil çevresini de etkiyeleceğinden bahsetmiştir. Aristoteles, sözleri tutmamanın güven kaybına ve kişinin itibarının zedelenmesine yol açabileceğini ve bunun siyasi yaşamda ciddi sonuçları olabileceğini de ayrıca belirtir.¹⁶² Öte yandan Platon Devlet adlı eserinde, bir siyasi retorların toplumsal düzeni sürdürmek için yanlış vaatlerde bulunması gerekebileceği fikrini tartışmıştır. Bununla birlikte, siyasi retorlara ve bir bütün olarak siyasi sisteme duyulan güvenin kaybolmasına yol açabileceğinden, böyle bir uygulamanın tehlikesini de kabul etmiştir.¹⁶³ Burada Platon’un da belirttiği siyasi sisteme duyulan güven, bireysel olarak siyasi retora duyulan güvenden çok daha önemlidir.

Gerçekleştirilmeyen vaatler en iyi durumda sadece retorun kendisi üzerinde kötü bir itibar oluştururken en kötü durumda tüm siyasi sisteme güvensizliğe yol açmaktadır. İnsanlar parti fark etmeksizin, siyasetçilerin yeminlerini tutacağına karşı olan inançlarını yitirmektedirler. Dolayısıyla seçimlere katılım oranında da düşme yaşanmaktadır.¹⁶⁴ Bu durumda demokrasi sekteye uğrayarak ülkenin birçok sisteminde büyük problemlere yol açabilmektedir.

Siyasi retor bazı durumlarda bütçe problemleri, devlet imkânları gibi sebeplerden dolayı da vaatlerini gerçekleştiremeyebilir.¹⁶⁵ Tutulamayan sözler nedeniyle seçmenlerin güvenini kaybeden retor, bu durumu etik davranışlar sergileyerek düzeltebilir. Retor yapılan hataları dürüst bir şekilde kabul etmelidir. Hatanın kabulü aynı zamanda nedenlere dayalı bir açıklama da gerektirir. Politikacı, güven sağlamakta en önemli unsurlardan biri olan şeffaflık ilkesine bağlı kalarak verilen sözlerin tutulmamasındaki nedenleri açıklamalıdır. Şeffaflık sayesinde karar

¹⁶¹ Enriqueta Aragonés, Andrew Postlewaite, “Thomas Palfrey, Political Reputations And Campaign Promises”, **Journal of the European Economic Association**, Vol.: 5, Issue: 4, 2007, p. 850.

¹⁶² Aristoteles, **Politika**, s. 164 (1304a).

¹⁶³ Platon, **Devlet**, ss. 141-145 (414 - 417).

¹⁶⁴ Oğuzhan Erdoğan, “Geri Çağırma Mekanizması: Uluslararası Örneklerden Türkiye’ye Çıkarımlar”, **Sosyoekonomi Dergisi**, Cilt: 28, Sayı: 45, 2020, s. 354; Robert Thomson, Heinz Brandenburg, “Trust and Citizens’ Evaluations of Promise Keeping by Governing Parties”, **Political Studies Association**, vol.: 67, Issue: 1, 2018, p. 252.

¹⁶⁵ Akyüz, s. 106.

alma süreçlerindeki etkenler de seçmenle paylaşılmış olur.¹⁶⁶ Böylelikle retor, seçmenlere hatasının sorumluluğunu aldığını ve hesap vermekten kaçınmadığını göstermiş olur. Bu tutum, seçmenler ve retor arasındaki güven alt yapısının güçlenmesini sağlayabilmektedir.

Örneğin başkanlığı sırasında, Barack Obama söz verdiği gibi Guantanamo Körfezi Hapishanesini kapatmayı başaramadı. Ancak başarısızlığı kabul etti ve o sırada tesisi kapatmanın neden mümkün olmadığına dair bir açıklama yaptı. Ayrıca gelecekte onu kapatmak için çalışmaya devam etme taahhüdünde bulundu.¹⁶⁷

Bir başka örnek olarak, Birleşik Krallık Liberal Demokratlar Partisi lideri Nick Clegg, 2010 yılında üniversite harç ücretlerinin artmayacağına dair söz verdi. Fakat bu sözünü tutmakta başarılı olamadı. Birçok destekçisinin güvenini kaybeden Nick Clegg, bir canlı yayında hatasından dolayı özür diledi. Clegg, bundan sonra gerçekleştireceğinden emin olmadığı sözleri vermeyeceğini de belirtti.¹⁶⁸

Politikacıların mükemmel olamayacağı bir gerçektir ve yer yer yanlışlara düşmeleri kaçınılmazdır. Onlar için burada önemli olan süreci nasıl yöneteceğini bilmeleridir. Yukarıdaki maddeler bu hataları iyi bir şekilde yöneterek durumu retorun kendi lehine çevirmesini sağlar. Çünkü hatasını bilip bunu düzelten retor dinleyicileri etkileyecektir. Fakat bazı politikacılar sözlerini tutamadıklarında durumu iyi bir şekilde yönetemez ve inkâr yoluna başvururlar. Yeminlerini yerine getiremediklerini örtbas etmek için yalan söyleyen veya durumu inkâr eden politikacılar sadece itibarlarını daha da kötüleştirirler. Özür ve açıklama beklerken inkâr ile karşılaşan seçmenlerin güveni daha fazla zedelenir.¹⁶⁹

Retorun itibarını zedeleyecek bir başka davranış biçimi ise bir başkasını suçlu göstererek sorumluluk almamasıdır. Bu durum siyasetçinin hesap vermekten kaçtığı ve sorumluluk sahibi olmadığı göstergesidir.¹⁷⁰ Ayrıca siyasi retorun

¹⁶⁶ Stephan Grimmelikhuijsen, "Gregory Porumbescu, Tobin Im, Boram Hong, The Effect of Transparency on Trust in Government: A Cross-National Comparative Experiment", **Public Administration Review**, 2013, p. 23.

¹⁶⁷ Anadolu Ajansı <https://www.aa.com.tr/tr/dunya/obama-guantanamo-yu-kapatma-sozunu-tutamadi/688149> (19.01.2023)

¹⁶⁸ The Guardian. **Nick Clegg apologises for tuition fees pledge** <https://www.theguardian.com/politics/2012/sep/19/nick-clegg-apologies-tuition-fees-pledge> (19.01.2023)

¹⁶⁹ Lori Turnbull, **Deception in Politics: An Ethical Offence**, Canadian Political Science Association Annual Papers, 2008, pp. 12-13.

¹⁷⁰ Sannake Kuipers, Annika Brandström, **Accountability and Blame Avoidance After Crises**, **Oxford Research Encyclopedia of Crisis Analysis**, Oxford University Press, England 2020, pp. 7-9.

cevap vermekten kaçınması da bu davranışların bir belirtisidir. Cevap vermekten kaçınması aynı zamanda seçmen üzerinde ilgisizlik izlenimi oluşturur. Seçmen retorun, halkın ihtiyaçlarını ve sorunlarını ciddiye almadığı izlenimine kapılabilir.¹⁷¹

Bu tür davranışlarda bulunarak gündem olan Donald Trump, başkanlığı sırasında ekonomik büyüme ve ABD ile Meksika arasında bir sınır duvarı inşa etme ve bunun maliyetini Meksika'ya ödetme sözleri de dahil olmak üzere yerine getiremediği birçok söz verdi. Başarısızlıklarını kabul etmek ve açıklamalarda bulunmak yerine, sıklıkla yanlış bahaneler uydurdu, suçu başkalarına kaydirdi ya da sorunları görmezden geldi.¹⁷²

Sonuç olarak yeminler, siyasetçilerin seçim kampanyalarında seçmenin desteğini ve güvenini kazanmak için kullandıkları önemli bir araçtır. Ancak politikacılar yemin ederken dikkatli olmalıdır çünkü yeminlerini yerine getirmezlerse itibarları ve siyasi kariyerleri üzerinde ciddi sonuçlar doğurabilirler. Bu ciddi sonuçlar bazen sadece bireysel olarak retor üzerinde değil tüm siyasi yapıyı da etkileyebilir. Politikacılar, gerçekçi ve ulaşılabilir vaatlerde bulunarak seçmenler arasında güven inşa edebilir ve uzun vadede olumlu bir itibar sağlayabilir. Bu itibar retorun gelecekte yapacağı ikna çalışmalarına da büyük katkı sağlayacaktır. Kısaca yeminler, seçmenlerde güven oluşturmak ve onların desteğini kazanabilmek için siyasetçinin retoriğinde kullandığı efektif bir unsurdur.

2.3.3. Reklam

Reklamcılık kitleleri ikna ederek onlarda istenilen eylemi oluşturma amacıyla uygulanan bir pazarlama yöntemidir. Reklam, kelime anlamı olarak Latince'deki "*advertere*"(yönelmek) fiilinden gelir.¹⁷³ 20. yüzyılın başlarında modern reklamcılığın atası sayılan Albert Lasker, reklam için kitleye vaat veren ticari alan şeklinde bir yaklaşımda bulunmuştur.¹⁷⁴ Reklam ve retorik iç içe kullanılmaktadır çünkü reklam ister ticari olsun ister siyasi, asıl amaç belli bir kitle üzerinde duygusal ve mantıksal olarak etki yaratarak insanları bir eyleme yönlendirmektir. Özellikle

¹⁷¹ Turnbull, ss .4-5.

¹⁷² CNN, **From building the wall to bringing back coal: Some of Trump's more notable broken promises**,<https://edition.cnn.com/2021/01/30/politics/trump-broken-promises/index.html> (06.02.2023)

¹⁷³ Angela Goddard, **The Language of Advertising: Written Texts**, Routledge, New York, 1998, p. 6.

¹⁷⁴ William F. Arens, **Contemporary Advertising**, McGraw-Hill/Irwin, New York 2002, p. 7.

modern zamanda gelişen sosyal medya, televizyon programları gibi alanlar artık bilginin yayılımı büyük bir hız kazanmış ve ulaşılan insan sayısı katlanarak artmıştır. Politikacılar da geniş kitlelere çok kısa sürede ulaşma avantajını yakalamak için birçok iletişim araçları vasıtasıyla reklamı retorik çalışmalarında kullanmaktadırlar. Bu avantaj ile reklam, siyasal alanda seçmenin ilgisini çekmek ve onun üzerinde etkili olmak amacıyla kullanılır.¹⁷⁵

Politikacı, siyasal mesajlarını geniş kitlelere yaymak için siyasal reklamlar üzerine yoğunlaşır. Reklamlarında iyi ve başarılı yönlerini ön plana çıkartarak seçmenin ilgisini çekerler. Böylelikle seçmen üzerinde güçlü bir imaj oluştururlar. Siyasal retorlar, oluşturdukları imaj sayesinde seçmenin, adaya ve partiye olan tutumlarını olumlu yönde değiştirebilirler.¹⁷⁶ Bu nedenle seçmenlerin oyunu kazanmak isteyen siyasal retor, reklam çalışmalarında da düzenli ve profesyonel bir yol izlemelidir.

Profesyonel bir reklam çalışmasında dil-dışı ve dilsel retorik dengeli bir şekilde uygulanmalıdır. Retorların reklamlarda yaptıkları en büyük hatalardan birisi sadece verilecek mesajın dilsel yönüne odaklanmaktır fakat unutulmamalı ki reklamlarda kullanılan dil-dışı retorik en az kullanılan dil kadar önemlidir. Özellikle gün içinde birçok reklamla karşılaşan izleyicinin dikkatini sadece iletilen mesaj ile çekebilmek kolay değildir. Bu bağlamda kullanılan kıyafetler, jest ve mimikler, renkler, semboller, kısaca tüm görsel unsurlar özenle seçilmelidir.¹⁷⁷ Bu unsurlar, canlandırdığı fikir ve duygular ile seçmen üzerinde ethos ve pathos oluşturmakta oldukça etkilidir.

Kullanılan görsel unsurlar ile genellikle kişinin odaklanması veya verilmek istenilen mesajı kabul etmeye hazırlanması amaçlanır. Diğer yandan kullanılan dil ile de mesajı olası en iyi şekilde kişiye iletilmesi gereklidir. Bunun için farklı birçok yöntem vardır. Kullanılan dilin niteliği ilk öncelikle reklamın gayesine ve ithaf ettiği

¹⁷⁵ Burcu Zeybek, **Siyasal Reklam İkna ve Retorik**, Beta Basım Yayınevi, 2. Baskı, İstanbul, 2022, s. 68; John W. Pracejus, G. Douglas Olsen, Thomas C. O'Guinn, "How Nothing Became Something: White Space, Rhetoric, History, and Meaning", **Journal of Cosumer Research**, Vol.: 33, Issue: 1, 2006, p. 82; Oya Tokgöz, **Seçimler Siyasal Reklamlar Ve Siyasal İletişim**, İmge Yayınevi, Ankara 2019, s. 157; bkz. Mustafa C. Sadakaoğlu, **Reklam İkna ve İdeoloji**, Kriter Yayınevi, İstanbul 2020, ss. 41-42.

¹⁷⁶ Zeybek, s. 68.

¹⁷⁷ Ayşe Nil Kireççi, "Reklamcılıkta Görsel İknanın Kuramsallaştırılma Çabaları ve Philips ve McQuarrie'nin Reklamcılıkta Görsel Retorik Sınıflandırması Üzerinden Reklam Analizleri", **Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi**, Cilt: 11, Sayı: 2, 2018, ss. 349-350.

kitleye göre ayarlanmalıdır. Reklam içeriğine göre dil resmi veya sanatsal olabilir. Retorik de temelde dil yapılarının farklı şekillerde kullanılmasıyla oluştuğundan iknayı gerçekleştirebilmek için mecaz, karşılaştırma, iğneleme gibi yapılar kullanılmalıdır.¹⁷⁸

Retorik figürler bu anlamda deyim yerindeyse dile bir ruh vermektedir. Figür, kelimelere mecaz anlam katarak ya da yeni bir biçim oluşturarak kelimelere duygu katar. Örneğin, “İlerideki günlerde sorunlarımız çözülecek, mutluluğumuz artacak.” yerine “Aydınlık günler bizi bekliyor.” diyerek figürlerden yararlanabiliriz. İnsanlar kullanılan figürler sayesinde reklama ilgi duymakta ve odağını koruyabilmektedir.¹⁷⁹ Tüm bu unsurlar seçmen üzerinde psikolojik etkiler yaratarak ikna oluşumunda kritik rol oynamaktadır. Fakat siyasetçi reklam çalışmalarının da bir retorik sanatı olduğunu unutmamalıdır. Bu minvalde retor için geçerli olan kurallar reklamcılık için de geçerlidir.

Bu alanda çalışan ilk düşünürler ilk bölümde de belirttiğimiz gibi retorik için beş ana kural belirtmiştir. Bunlar; buluş (icat etme), düzenleme, biçim, bellek ve sunuştur. Reklamda da ilk öncelikle iletilmek istenilen mesajın nasıl oluşturulacağına dair keşif (buluş) yapılır. Mesajın iletilmesi adına bulunan birçok farklı seçeneklerden en uygun, en öz ve etkili olanı seçilerek düzenleme yapılır. Figürlerin kullanılmasıyla biçimlendirme oluşturulur. Reklamlarda mesajların kısa ama öz olması gerektiğinden mesajın bütünlüğünü bozmadan cümlelerin anlam zenginliğini korumak önemlidir. Oluşturulan reklamlar veriler olarak her zaman depolanmaktadır. Bu da aslında oluşturulan reklamların bellek olarak kullanılabileceğini gösterir. Son olarak da reklamlar bir nevi kişilerde oluşması istenilen görüşlerin veya tanıtılmak istenilen adayların öz ve etkileyici biçimde halka sunulmasıdır yani reklamın kendisi sunuştur.¹⁸⁰

Retoriğin başarılı bir şekilde uygulanması için oluşturulan anlatım planlanmalı ve düzenli bir yapıya sahip olmalıdır. Bu yapının sağlanabilmesi için

¹⁷⁸ Uğur Batı, “Reklamlarda Retorik Figürlerin Kullanımı”, **Öneri Dergisi**, Cilt: 7, Sayı: 28, 2007, ss. 327-328.

¹⁷⁹ Zeybek, s.164.

¹⁸⁰ Cangül Tosun, “Reklamcılıkta Kullanılan Retoriksel Stratejiler”, **Kalkınmada Anahtar Verimlilik Dergisi**, Ürün Güvenliliği, T.C. Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı, Elma Teknik Basım, Sayı: 357, Ankara, 2018, s. 49.

retorikte üç farklı yaklaşım vardır ve bunlar reklamlarda da uygulanabilmektedirler. Bunlar “*üç zaman, üç söylev ve üç amaçtır.*”¹⁸¹

1. Reklam ve Üç Zaman:

Reklamlarda kullanılan zamanlar genellikle hem göreceli zaman olarak hem de saat biriminde kullanılan zaman olarak algılanır. Zamanın kullanımı; gelecek zaman, şimdiki zaman ve geçmiş zaman olarak üçe ayrılır. Geçmiş zaman kullanımında, her ne kadar cümle geçmiş zaman içerse de anlatılan etki şimdiki zamanda olur. Örneğin çekilen bir fotoğrafta yaşanan an, o sırada durmuştur. Fotoğrafa şimdiki zamanda bakılsa da anımsanılan zaman o andır çünkü yaşanan an kişinin belleğinde yer edinmiştir. Televizyonda yayınlanan reklamlar için de aynısı geçerlidir. Her ne kadar birçok reklam zihnimizde yer edinmeyi başaramasa da bazıları belleklerimizde yer edinir. Geçmiş zamanda kalsalar bile hafızamızda daimidirler.¹⁸²

Şimdiki zamanda ise geçmiş zamanın etkisi bulunabilir. Geçmiş zaman ve şimdiki zaman karşılıklı olarak birbirlerini etkilemektedir. Belleğimizde yer edinenler şimdiki zamanda olan eylemlerimizi etkilerken şimdiki zamanda oluşan düşünce tarzımız geçmiş zamana olan bakış açımızı değiştirebilir. Bükler ve Kıran reklamın oluşturduğu etki için “Yarattığı etki gerçeğe dayandırılrsa da reklam, geleceğin ve gerçeğin ertelenmiş etkisini sunar.”¹⁸³ demiştir. Bakıldığında reklam geleceğe yönelik eylemler için etki oluşturmaya çalışır.

2. Reklam ve Üç Söylev:

Söylev kategorisi politik, adli ve törensel gösteri olmak üzere üç ana başlıkta incelenmiştir. Politik söylev, sanatsal ve siyasi çalışmaların birbiri ile ilişkisi üzerinedir. İçerisinde politika yapılan her çalışmanın retorikle oluşturulması Aristoteles zamanında günümüze kadar sanatsal konuşma şeklinde tanımlanır.

¹⁸¹ Safiye Kırlar Barokas, **Reklam ve Retorik**, Derin Yayınları, İstanbul, 2011, s. 65.

¹⁸² Barokas, ss. 85-89; Hans George Gadamer, **Güzelliğin Güncelliği**, çev. Fatih Tepebaşılı, Çizgi Kitapevi, Konya 2015, s. 64.

¹⁸³ Seçil Bükler, Ayşe (Eziler) Kıran, **Televizyon Reklamlarında Kadına Yönelik Şiddet**, Alan Yayıncılık, İstanbul, 1999, ss. 51-52; Barokas, ss. 88.

Dolayısıyla reklamlar da retorikle oluşturulduğundan aslında onlar da sanatsal yanlara sahiptirler. Politika başlı başına retorikle yapılır ve bu durumda sanattan ayırıştırılamaz.

Reklamlarda adli söylevin kullanılma oranı diğer söylevlere nazaran daha azdır. Adli söylev gerçekler ve kanıtlarla güven duygusu oluşturma üzerinedir. Reklam mesajının doğru olması ve reklamın tekrarlanmasıyla alıcılarda ikna gerçekleşebilir fakat yalanlanması durumunda itibar kaybına neden olacaktır.

Son söylev olan törensel söylev ise antik çağlara kadar uzanır ve kamusal alanda kitleleri ikna etmek amacıyla yapılan konuşmalardır. Şimdiki zamanda gerçekleşir. Törensel söylev de üç unsur vardır; konuşmayı yapan retor, dinleyen kitle ve iletilmek istenilen konu. Retor kitlesine göre hangi konuşmayı nasıl yapacağını seçer ve ikna çalışmasını gerçekleştirir.¹⁸⁴

3. Reklam ve Üç Amaç:

Retorik ve reklam bağlamında bu amaçlar saptamak, tanıtmak ve kanıtlamak başlıkları altında incelenir. Saptamak, kişilerin hangi reklam için hangi kitleye seslenilmesi gerektiğinin saptanması ile alakalıdır. Siyasi retorlar çok geniş bir kitleye hitap etmektedir. Bu nedenle kitlesinde farklı sosyal statülerden kültürlerden gruplar olacaktır. Retorun hangi gruba nasıl seslenmesi gerektiğini, hangi unsurları kullanması gerektiğini iyi bilmesi gerekmektedir.

Tanıtma ise retorun kişilerin fikirlere veya kendine daha yakın hissetmesini ve fikirleri açık ve net bir şekilde kavramasına yardımcı olur. Reklamın aktardığı mesajı tanıyabilmek ve gözlemleyebilmek kişilere olumlu bir etki yaratacaktır. Son olarak da kanıtlama retorun ortaya attığı fikirlerin gerçekliliğini ispatlamasına dayanır. Görsellerin ve ifadelerin inandırıcılığı sağlamak adına gerçeği yansıtmaları gerekir. Üç zaman, üç söylev ve üç amaç da yapılan retorik çalışmasının planlı ve sistematik olmasını sağlayarak retorun inandırıcılığında büyük rol oynar.¹⁸⁵

Bakıldığında siyasi retor reklam çalışmasında, bu yöntemler ve kurallar çerçevesinde mesajını oluşturmali ve uygun görsel unsurlar ile mesajını bütünleşmelidir. Bu durumda ikna oluşturma başarılı olacaktır. Fakat siyasetçi bu

¹⁸⁴ Barokas, ss. 89-94; Aristoteles, **Retorik**, s. 44 (1358b 2-25).

¹⁸⁵ Barokas, ss. 95-99.

etkinin devamlı olmasını sağlamak için reklam çalışmalarını seçim dönemleri ile kısıtlandırmamalıdır. Reklamlarla kazanılan ilginin ve desteğin korunabilmesi için reklamların belirli periyodlarla yapılması gerekmektedir. Seçim reklamlarının amacı oy kazanmak iken periyodik reklamların asıl amacı hafızalardaki yerin tazelenmesidir.

Siyasal reklamlar sahip oldukları amaçlara göre türlere ayrılmaktadırlar. Ahmet Tan bu türleri siyasal reklam kategorisinde üçe ayırmıştır. Birincisi “**öncü**” reklamıdır. Bu reklam türü genellikle ilk defa sunulacak olan fikirlerin ya da adayların halka tanıtılması amacıyla oluşturulan reklamlardır. İkincisi “**rekabet edici**” reklamlardır. Bu reklamlar genellikle siyasilerin yaptığı sözlerle veya icraatlar ile halkı kendine çekerek rakiplerinden sıyrılma amacı güder. Üçüncü ve son reklam türü ise “**hatırlatıcı**” reklamlardır ve temel olarak seçmenlerin kendilerine karşı olan duygularını ve düşüncelerini taze ve canlı tutmak için oluşturulur.¹⁸⁶

Sonuç olarak reklamlar, dil- dışı ve dilsel retoriğin bütünleşmesiyle retorikte kullanılan etkili bir unsur olmuştur. Siyasetçiler gelişen teknoloji ile reklamlarını çok geniş kitleye kısa bir sürede ulaştırabilmektedir. Bu da siyasetçinin retoriğini aynı anda milyonlarca insana uygulaması anlamına gelir. Siyasetçiler reklamlarını kullanarak politikalarını veya kendilerini halka tanıtabilirler ve halkta olumlu düşünceler oluşmasını sağlayabilirler. Seçim dönemlerinde artan reklamcılık, siyasetçinin rakibinden daha ön planda olmasını sağlamak için mükemmel bir araçtır. Siyasi retor, reklamcılıkta sürekliliğini koruyarak insanlar üzerinde iyi bir karakter izlenimi oluşturabilir ve duygularını canlı tutabilir. Bu durum siyasi retorun, seçim döneminde yapılan reklamlardan da rakiplerine oranla daha fazla etkileşim alanı oluşturmasını sağlar. Etkili ve verimli bir şekilde gerçekleştirilen reklamcılık, seçimleri belirleyen bir faktör olarak öne çıkabilir.

2.3.4. Sosyal Medya

Sosyal medya, insanların kişisel düşüncelerini paylaştıkları, diğer insanlara görüş bildirerek ve bilgi alışverişi yaparak etkileşim kurdukları, gelişmelerden

¹⁸⁶ Zeybek, s. 98.

haberdar oldukları web alanıdır.¹⁸⁷ Bu alanda video paylaşım platformları, haber siteleri, sosyal ağlar oluşturularak iletişim ortamları kurulmuştur. Sosyal medyadaki hedef kitlesinin global olması ve interaktif iletişim özelliği sayesinde siyasi çalışmaların yürütüldüğü en efektif araç haline gelmiştir.¹⁸⁸

YouTube, Facebook, Twitter, Instagram, Twitch, TikTok gibi birçok farklı özelliklere sahip sosyal medya mecraları, kuruldukları andan itibaren çok kısa sürede milyonlarca kullanıcıya ulaşmışlardır. Sosyal medya kullanımının bu denli artması da insanlar arasında oluşan bilgi alışverişini ciddi oranda arttırmıştır. Dünyanın her yerinde yaşanan gelişmeler, sosyal medya üzerinden tartışılır ve yorumlanır hale gelmiştir.¹⁸⁹

Özellikle genç kitlenin hemen hepsinin sosyal medya kullanması ve siyaset alanı dahil birçok alandaki gelişmelerin sosyal medya üzerinden takip edilmesi siyasi retoriklerin dikkatini çekmiş ve sosyal medyayı retorik çalışmalarında kullandıkları bir unsur haline getirmiştir. Politikacılar sosyal medyada retorik kullanarak kamuoyunu etkileyebilir, seçmenleri belirli bir eyleme yönlendirebilir ve siyasi meseleler etrafında anlatıyı şekillendirebilir. Siyasi retorikler bunun farkında olarak seçmenler ile doğrudan iletişim kurmak ve onların güvenlerini kazanabilmek adına sosyal medyada aktif birer kullanıcı olmuşlardır.¹⁹⁰

Siyasetçiler sosyal medyanın birçok özelliğinin kendilerine avantaj sağladığını da fark etmişlerdir. Örneğin profil analizi özelliği sayesinde kişilerin ilgi alanları, ideolojileri hakkında kolayca fikir edinilebilmekte ve sosyal medya bu analizler sayesinde insanları belli özelliklere göre gruplandırabilmektedir. Bu özellik retorik için büyük bir avantajdır çünkü önceki bölümlerimizde bahsettiğimiz gibi hatip için kitlesinin sosyal ve kültürel yapısını bilmek, yapacağı iknada kritik bir rol

¹⁸⁷ Ahmet Neca Gökgül, Şükrü Arslan, “Medyada Siyasi Söylem: Siyasi Liderlerin Twitter Kullanımları”, **Sosyal Medyada Dil ve İletişim Retorik, Söylem ve İkna**, (Ed. Ali Yıldırım), Nobel Akademik Yayıncılık, Ankara, 2021, s. 266.; Ramazan Acun, “Her Dem Yeniden Doğmak: Online Sosyal Ağlar ve Kimlik”, **Milli Folklor Dergisi**, Geleneksel Yayıncılık, Sayı: 89, Ankara 2011, s. 67.

¹⁸⁸ Emine Çakmak Kılıçaslan, **Siyasal İletişimde Güncel Yaklaşımlar**, Paradigma Akademik Yayınları, Çanakkale 2020, s. 41; Funda Başaran, “Yeni İletişim Teknolojileri, Alternatif İletişim Olanakları”, **Mülkiye Dergisi**, Cilt: 34, Sayı: 269, Ankara 2010, s. 260.

¹⁸⁹ Mustafa Bostancı, **Bir Siyasal İletişim Aracı Olarak Sosyal Medya: Milletvekili ve Seçmen Örneğinde Bir Alan Araştırması**, (Yayınlanmamış Doktora Tezi), Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gazetecilik Anabilim Dalı, Kayseri 2015, s. 32.

¹⁹⁰ İsmail Dursunoğlu, “Sosyal Medya ve Siyasal Davranış İlişkisi”, **Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi**, Cilt: 22, Isparta 2017, ss. 1582-1583; Gökgül, Arslan, s. 263.

oynamaktadır.¹⁹¹ Profil analizi özelliği sayesinde de siyasi retorikler farklı kitlelerin isteklerini ve ihtiyaçlarını daha net görebilmekte ve kullanacağı ikna yöntemlerini de kitlelere özel seçerek başarılı olma ihtimalini yükseltmektedir. Ayrıca yine analizler sayesinde hangi kesimden nasıl tepkiler aldığını inceleyebilir. Retor bu verilere göre stratejisini düzenleyerek iknasında kullanabilir. Böylelikle retor hem seçmenin nabzını tutarak hem de kitlelerine özel ikna yöntemleri sayesinde geleneksel retoriğe göre daha hızlı sonuçlar alabilmektedir.¹⁹²

Bu avantajlarının yanı sıra sosyal medyanın olumsuz etkileri de görülebilmektedir. Politikacılar sosyal medyadaki gündemleri değiştirmek için gerçekleri ve duyguları manipüle edebilir, bu da yanlış bilgilendirmeye ve halk arasında bölünmeye yol açabilir. Yapılan hata neticesinde retor sosyal medyanın linç kültürüne de maruz kalabilir.¹⁹³ Bu nedenle, politikacıların retoriği etik ve sorumlu bir şekilde kullanması önemlidir.

Anlaşılabacağı üzere sosyal medya, siyasi retoriğin ayrılmaz bir parçası haline gelmiştir. Siyasi adaylar ve partiler; takipçilerine ulaşmak, mesajlarını tanıtmak ve seçmenlerle etkileşim kurmak için sosyal medya platformlarını kullanmaktadır. Günümüzdeki Türk siyasilerinin, çeşitli platformları kullanma şekillerini kısaca ele alacağız.

1. Facebook:

2004 yılında Harvard Üniversitesi öğrencisi Mark Zuckerberg tarafından geliştirilmiştir. Geliştirildiği ilk yıllarda sadece üniversite öğrencilerini kapsayan sosyal ağ, iki sene içerisinde tüm dünyaya açılarak 2006 yılında rakipleri arasında en

¹⁹¹ Gökgül, Arslan, s. 265; Bostancı, s. 32.

¹⁹² Mehmet Kaplan, “Dijital İletişimde İkna Yöntemleri ve Söylem” **Sosyal Medyada Dil ve İletişim Retorik, Söylem ve İkna**, (Ed. Ali Yıldırım), Nobel Akademik Yayıncılık, Ankara 2021, s. 230; Musa Can Erslan, “Siyasal Reklam ve Sosyal Medya: Siyasi Partilerin Sosyal Medya Kullanımları Üzerine İnceleme”, **İletişim Çalışmaları Dergisi**, Cilt: 8, Sayı: 2, Mayıs 2022, s. 197; Cihan Çıldan, Mustafa Ertemiz, H.Kaan Tumuçin, Evren Küçük, Duygu Albayrak, **Sosyal Medyanın Politik Katılım ve Hareketlerdeki Rolü**, Akademik Bilişim Konferansı, Bilkent Üniversitesi, Bilgisayar Teknolojisi ve Bilişim Sistemleri Bölümü, Ankara 2012, s. 1.

¹⁹³ Gül Dilek Türk, “Sanal Dünyada Linç Kültürü”, **Medya Çağında İletişim**, (Ed. Ali Murat Kırık), Çizgi Kitapevi, İstanbul 2017, s. 464; Sertaç Timur Demir, Ali Özcan, “Sosyal Medya ve Linç Kültürü”, **İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi**, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Sayı: 56, 2021, s. 7.

fazla kullanıcıya sahip uygulama olmuştur.¹⁹⁴ Facebook, üç milyara yakın kullanıcı ile politikacıların geniş ve çeşitli bir kitleye ulaşmalarını sağlar. Siyasi retorikler kitleleri ile paylaşımlar, yorumlar ve mesajlar yoluyla interaktif bir etkileşim içerisinde bulunabilir.¹⁹⁵ Kurulan etkileşim ile siyasi retorik kitleleri üzerinde güven duygusu oluşturabilir ve sorularını yanıtlayabilir. Fotoğraf ve video ile paylaşımlar yapılarak dil-dışı ve dilsel retorik bir arada oluşturulabilir. Siyasi retorik, etkileşimler sayesinde halkın tepkisini ölçebilir ve bu doğrultuda yeni stratejiler oluşturabilir.¹⁹⁶

Örneğin Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan, Aydın'da seçmenlerle bulunduğu fotoğrafları Facebook üzerinden paylaşarak 2023 seçimlerine ithafen, "14 Mayıs'ta 'Yeter! Söz de karar da gelecek de milletindir' diyerek Türkiye Yüzyılı'nı birlikte inşa edeceğiz... Teşekkürler Aydın..." ifadelerini kullanmıştır.¹⁹⁷ Bu ifadelerle güçlü bir Türkiye kurmak için iş birliği çağrısı yapılarak seçmen ikna edilmeye çalışılmıştır.

2. Instagram:

Kevin Systrom ve Mike Krieger tarafından 2010 yılında geliştirilen Instagram, fotoğraf ve videoları açıklama ekleyerek paylaşma olanağı sunan bir sosyal medya aracıdır.¹⁹⁸ Uygulamada gönderilere yorumlar yapılabilmekte ve hashtag özelliği sayesinde gönderiler kullanılan etiketlere göre kategorize edilebilmektedir. Siyasi retorikler etiketleri kullanarak trend konular üzerine paylaşım yaparak seçmenle olan etkileşimini sürekli kılabilir. Siyasi retorik yapacağı paylaşımlarda dil-dışı retorik baskın tutarak daha fazla etkileşim oluşturabilir.

¹⁹⁴ Başak Solmaz, Gökhan Tekin, Züleyha Herzem, Muhammed Demir, "İnternet ve Sosyal Medya Kullanımı Üzerine Bir Uygulama", **Selçuk İletişim Dergisi**, Cilt: 7, Sayı: 4, Konya 2013, s. 25; Aslı Yağmurlu, "Kamu Yönetiminde Halkla İlişkiler ve Sosyal Medya", **Selçuk İletişim Dergisi**, Cilt: 7, Sayı: 1, Konya 2011, s. 7.

¹⁹⁵ Mutağa Bostancı, **Bir Siyasal İletişim Aracı Olarak Sosyal Medya: Milletvekili ve Seçmen Örneğinde Bir Alan Araştırması**, (Yayınlanmamış Doktora Tezi), Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gazetecilik Anabilim Dalı, Kayseri 2015, s. 51; Kamil Demirhan, **Sosyal Medya ve Siyaset İlişkisinin Müzakereci ve Agonistik Demokrasi Yaklaşımları Çerçevesinde Analizi: Türkiye'de 2014 Cumhurbaşkanlığı Seçim Sürecinde Twitter Kullanımı**, (Yayınlanmamış Doktora Tezi), Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi Anabilim Dalı Siyaset Bilimi Bilim Dalı, Ankara 2015, s. 128.

¹⁹⁶ Ercan Aktan, **Sosyal Medya Kullanımının Siyasal Katılma Etkisi**, (Yayınlanmamış Doktora Tezi), Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Halkla İlişkiler ve Tanıtım Anabilim Dalı Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bilim Dalı, Konya 2017, s. 74.

¹⁹⁷ <https://www.facebook.com/RTErdogan/> (Erişim tarihi: 07.03.2023)

¹⁹⁸ Kirill Filimonov, Uta Russmann, Jakob Svensson, "Picturing The Party: Instagram and Party Campaigning in the 2014 Swedish Elections", **Social Media Society Journals**, Vol.:2, Issue: 3, p. 14; Derya Öcal, "Instagram Örneğinde Sosyal Medyadan Yansıyanlar", **İnönü Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi (İNİF-E Dergi)**, Cilt: 3, Sayı: 1, Mayıs 2018, ss. 30-31.

Çünkü Instagram uygulaması da görsel odaklı bir mecra ve kullanılan görselin metinden daha ilgi çekici olması gerekir.¹⁹⁹

Siyasi retorikler, özellikle genç kitlenin Instagram uygulamasını oldukça yoğun kullanmasından ötürü seçim döneminde bu mecradan da çalışmalarını yürütmektedirler. Örneğin Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan, Instagram hesabından “Biz gençlerimizden aldığımız ilhamla yolumuza çok daha güçlü, çok daha kararlı bir şekilde devam ettik, ediyoruz.” açıklamasıyla, katıldığı Aydın Gençlik Buluşması etkinliğinden kareler paylaştı.²⁰⁰ Burada gençlere karşı duyulan minnettarlık ile umut, azim ve dayanıklılık gibi duygular vurgulanarak pathos oluşturulmuştur.

MHP genel başkanı Devlet Bahçeli, Instagram hesabından Türk medeniyetlerinde kullanılan çift başlı kartal sembolü ile çektiği fotoğrafı paylaşmış ve insanlarda dil-dışı retorik aracılığıyla milliyetçilik duygusu uyandırılmıştır. Devlet Bahçeli fotoğrafın açıklamasına Mustafa Kemal Atatürk’ün, “Bu memleket tarihte Türk’tü, halde Türk’tür ve ebediyen Türk olarak yaşayacaktır.” sözünü ekleyerek dil- dışı retorisi desteklemiştir²⁰¹ ve milliyetçilik duygusuna vurgu yaparak kitlesi üzerinde ikna oluşturmayı amaçlamıştır.

CHP Genel Başkanı Kemal Kılıçdaroğlu, 2023 seçimleri kapsamında Instagram hesabından 4 Mart tarihinde Saadet Partisi Genel Başkanı Temel Karamollaoğlu ile el sıkıştığı bir fotoğrafı ve millet ittifakı üyeleri ile yaptığı toplantıdan kısa bir kesiti “Türkiye’imizin bütün renklerini birleştirerek gerçek anlamda demokrasi, adalet ve huzuru getirmek için bir araya geldiğimiz toplantıya ev sahipliği yapan başta Sayın Temel Karamollaoğlu olmak üzere, tüm genel başkanlara teşekkür ederim. Aynı inanç ve kararlılıkla yürüyüşümüz sürüyor.” açıklamasıyla paylaşmıştır.²⁰² Burada Kemal Kılıçdaroğlu’nun el sıkışarak ve gülümseyerek çekildikleri fotoğrafı paylaşması insanlar üzerinde sağ duyu ve birlik duygusuna yöneliktir. Ayrıca yaptığı açıklamada kullandığı “bütün renkleri birleştirerek” ifadesiyle de bunu desteklemiştir. Kılıçdaroğlu birlik duygusu dışında, “demokrasi, adalet ve huzuru getirmek için”, “inanç ve kararlılıkla yürüyüşümüz” ifadeleri de seçimde ümit, vazgeçmeme, motivasyon duyguları oluşturmaya yöneliktir.

¹⁹⁹ Filimonov, vd. pp. 2-3.

²⁰⁰ Instagram, **Recep Tayyip Erdoğan**, <https://www.instagram.com/rterdogan/?hl=en> (29.03.2023)

²⁰¹ Instagram, **Devlet Bahçeli**, <https://www.instagram.com/p/BVse6OsFvKx/?hl=en> (29.03.2023)

²⁰² Instagram, **Kemal Kılıçdaroğlu**, <https://www.instagram.com/kilicdaroglu/> (9 Mart 2023)

İyi Parti Genel Başkanı Meral Akşener 6 Mart tarihinde Instagram hesabından yine Millet ittifakı üyeleriyle beraberlik enerjisi veren fotoğrafları “*Milletimizin iradesiyle tarih yazacağız...*” açıklamasıyla paylaşmıştır.²⁰³ Fotoğraflarda üyelerin omuz omuza olması halka birlik çağrısı yapmaktadır. Akşener açıklaması ile de halkın üzerinde demokrasi ile etki yaratmak istemektedir.

Görüldüğü üzere Instagram, retorların hem süreklilik arz eden reklamlarını yapmalarında hem de seçim döneminde miting oluşturmalarında etkili bir mecradır. Özellikle dil-dışı retoriğin psikolojik etkilerini kullanarak bunu dilsel retoriğin gücüyle birleştirebilmeleri ve bunu saniyeler içerisinde tüm dünyaya ulaştırabilmeleri siyasi retorlar için kritik öneme sahiptir.

3. Twitter:

2006 yılında Jake Dorsey tarafından kurulan Twitter uygulaması siyaset alanında en etkili şekilde kullanılan sosyal medya aracıdır.²⁰⁴ Herhangi bir konu ile ilgili atılan tweetler oluşturulan hashtag ile bir başlık altında toplanabilir. İlgili hashtag ile atılan tweet sayısı belirlenebilmekte ve en fazla tweet atılan konu gündem olarak Trend Topic (TT) kısmında gösterilmektedir. Kullanıcılar dünyadaki ve kendi ülkelerindeki trendleri görebilirler. Dolayısıyla Twitter günümüzde insanların son dakika gelişmelerini takip ettiği ve haberlere verilen tepkileri gözlemleyebildiği bir haber ajansı haline gelmiştir diyebiliriz.²⁰⁵

Siyasi retorlar da bu gündemlerden yararlanarak halkın güncel isteklerini ve şikayetlerini kolayca görebilir ve retorik çalışmalarını da güncel konulara göre şekillendirerek başarı oranını arttırabilir. Siyasi retorların özellikle seçim dönemlerinde Twitter kullanımlarında çok büyük bir artış yaşanmaktadır. Seçim dönemi boyunca oldukça aktif olan siyasi retorlar genellikle seçmene yönelik paylaşımlar yaparak vaatlerini sunarlar ve Twitter adeta bir miting alanı olur.²⁰⁶

²⁰³ Instagram, **Meral Akşener**, <https://www.instagram.com/meralaksener/> (9 Mart 2023)

²⁰⁴ İbrahim Halil Yaşar, **Sosyal Medya ve Siyaset**, Orion Kitapevi, Ankara 2020, ss. 146-147; Gökgül, Arslan, s. 263.

²⁰⁵ Dhiraj Murthy, “**Twitter Digital Media and Society Series**”, Polity Press, UK Cambridge 2013, pp. 3-4; Axel Bruns, Jean Burgess, “#ausvotes How Twitter Covered the 2010 Australian federal Election”, Communication, **Politics & Culture Journal**, vol.: 44, no.: 2, 2011, pp. 36-37; Bostancı, s. 40.

²⁰⁶ Demirhan, s. 140.

Seçmenleri, özellikle de geleneksel medya araçlarına ilgi duymayan, sosyal medya üzerinde yoğunlaşan genç seçmenleri ikna etmeye çalışırlar. 2023 seçimlerine yönelik siyasi retorikler tarafından atılan tweet’lerde de bunu görebiliriz.

Örneğin 1 Şubat tarihinde Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan, “Birileri hiçbir sonuç çıkmayan toplantılar yaparken biz ülkemizin dört bir yanında milletimizle kucaklaştık. Bizim icraatlarımıza onların hayalleri bile yetişemiyor, yetişemeyecek... DURMAK YOK, YOLA DEVAM!” ifadelerini, seçmen kitlesiyle bulunduğu bir video kullanarak tweet atmıştır.²⁰⁷ Cumhurbaşkanı kendi eylemleri ve rakibinin eylemleri arasındaki farkı vurgulayarak halkı kıyaslama yapmaya yönlendirmiştir. Kullandığı “kucaklaşmak”, “onların hayalleri bile yetişemiyor” ifadeleriyle de halkta sevgi, kararlılık, sorumluluk ve azim duyguları uyandırılmıştır.

20 Ocak tarihinde MHP genel başkanı Devlet Bahçeli, “Bu vatan benim, bu bayrak benim, bu millet benim diyen alnı ak, kalbi pak, vicdanı temiz her vatandaşımızdan, ülkemizin her yöresinde varlık mücadelesi veren insanlarımızdan Cumhuriyet’in 100’üncü yıl dönümüne omuz vermek adına 100 oyu sandığa taşımalarını rica ediyorum.” ifadeleriyle tweet atmıştır.²⁰⁸ Bahçeli, halkın milliyetçilik, erdemli olma, birliktelik duygularını uyandırarak pathos oluşturmayı amaçlamıştır.

Cumhuriyet Halk Partisi genel başkanı Kemal Kılıçdaroğlu, 7 Mart tarihinde paylaştığı tweet’te “Millet İttifakının Sayın Genel Başkanlarına, duydukları güven için teşekkür ederim. Şimdi el ele, omuz omuza yürüyeceğimiz uzun bir yolumuz var. Cumhuriyetimizi demokrasiyle taçlandıracağız. Başlıyoruz!” ifadelerini kullandı.²⁰⁹ Kemal Kılıçdaroğlu, birlik ve beraberlik temasına vurgu yaparak halk üzerinde pathos oluşturmayı amaçlamıştır. “İşte başlıyoruz!” ifadesi de harekete geçirici bir etki kurmaktadır.

İyi Parti Genel Başkanı Meral Akşener, 30 Ocak’ta paylaştığı “Cumhuriyetimizin 100. Yılında; itibar da güç de zenginlik de devletimizindir! Söz de karar da yetki de milletimizindir! Hiç merak etmeyin; Türkiye’nin ikinci asrının şafağında Mayıslar bizimdir!”²¹⁰ tweet’inde halkın iradesine güçlü bir vurgu yaparak demokrasi duygusunu canlandırarak halkı ikna etmeye çalışmıştır. Ayrıca son cümlelerinde

²⁰⁷ Twitter. **Recep Tayyip Erdoğan**. <https://twitter.com/RErdoğan> (10 Mart 2023)

²⁰⁸ Twitter. **Devlet Bahçeli**. <https://twitter.com/dbdevletbahceli> (10 Mart 2023)

²⁰⁹ Twitter. **Kemal Kılıçdaroğlu**. <https://twitter.com/kilicdaroglu> (10 Mart 2023)

²¹⁰ Twitter, **Meral Akşener**. https://twitter.com/meral_aksener (10 Mart 2023)

kullandığı ifadeler ile de özgüven ve kararlı karakter yapısını ön planda tutarak ethos oluşturmuştur.

Görüldüğü üzere paylaşılan tweet’lerde genel olarak pathos ağır basmaktadır. Siyasi retorlar özellikle seçim dönemlerinde yoğun bir şekilde tweet paylaşmaktadırlar. Fakat siyasi retorların paylaştığı her ileti, oluşturmaya çalıştıkları retorığın bir parçasıdır. Seçim dönemi dışında da Twitter’da gündem olan konulara yönelik uygun tweet’ler atarak seçmen üzerinde erdemli ve güvenilir bir karakter izlenimi bırakabilir. Böylelikle başarılı bir ethos oluşturabilir.

4. YouTube:

Steve Chen, Chad Hurley ve Jawed Karim tarafından 2005 yılında kurulmuştur. YouTube video üreticileri tarafından her gün videoların yüklendiği, canlı yayınların yapıldığı ve yüksek veride yayın akışına sahip olan bir sosyal medya uygulamasıdır. Yayınlanan içeriklere yorumlar yapılarak interaktif bir iletişim de sağlanmaktadır.²¹¹

Retorik sanatının tarihi boyunca siyasi retorlar, hitapları esnasında dinleyicinin nabzını ölçmeye çalışmış ve konuşmalarını da dinleyicinin tepkisine göre şekillendirmiştir. Günümüzde de YouTube üzerinden yapılan canlı yayınlarda, izleyicilerden gelen anlık yorumlar sayesinde retorlar dinleyicinin tepkisini saniyeler içerisinde görebilmektedir. Retorlar aldıkları tepkilere göre konuşmalarının gidişatını belirlemektedir. Bakıldığında dijital çağda, dinleyicilerin etkisi konuşma akışını belirlemede geleneksel retoriğe kıyasla daha belirgin bir rol oynamaktadır.²¹²

YouTube siyasal retorikte etkin olarak ilk kez 2008 ABD’de başkanlık seçimlerinde kullanılmıştır. Barack Obama ve rakibi John McCain özellikle genç seçmenlere ulaşmak için diğer sosyal medya uygulamalarıyla birlikte YouTube

²¹¹ Erkan Akar, **Sosyal Medya**, (Ed. F.Zeynep Özata), T.C. Anadolu Üniversitesi Yayını No: 2877, Ünite 3, Eskişehir 2013, s. 68.

²¹² İsmail Doru, **YouTube Video Anlatılarındaki Retorik Stratejilerinin Analizi ve Ahımlanması**, (Yayınlanmamış Doktora Tezi), İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Radyo Televizyon Sinema Anabilim Dalı, İstanbul 2022, s. 83; Yunus Emre Ökmen, Nil Çokluk, “Ben De Artık Bir Hikaye Anlatıcısıyım: Hikaye Anlatımında Dijital Olanaklar Açısından Youtuber ‘Fly With Haifa’ Üzerine Bir İnceleme”, **Üküdar Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi Etkileşim**, 7, İstanbul 2021, ss. 196-197.

üzerinden de seçim kampanyaları yürütmüşlerdir.²¹³ YouTube kullanımında Barack Obama, McCain'e göre daha aktif olmuş ve paylaşımları daha fazla etkileşim almıştır.²¹⁴ Bu bağlamda YouTube Barack Obama'nın seçimi kazanmasında en önemli etkenlerden biri olmuştur. Genel olarak 2008 yılı sosyal medyanın siyaset alanında kullanımı için bir dönüm noktası olmuş ve YouTube da bu seçimlerde önemli bir rol oynamıştır. İlerleyen yıllarda da siyasi retorlar, seçim kampanyalarında seçmenlere ulaşmak için YouTube uygulamasını etkin bir şekilde kullanmaya başlamıştır.

Örneğin Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan, 2023 seçimlerinde ilk defa oy kullanacak gençlere, özel bir kartpostal göndereceğini açıklayan videosu, *"Gençler! Cumhurbaşkanımızın sizlere mesajı var"* başlığı ile 27 Ocak tarihinde AKP YouTube kanalından yayınlanmıştır.²¹⁵ Videoda gençlerin kartpostallarda bulunan QR kodu taratarak gençler için hazırlanan uygulamayı indirebileceklerini belirten Recep Tayyip Erdoğan, uygulamayı indiren bireyler adına da fidan bağışı yapılacağını ifade etmiştir. Videoda kullanılan retorik yöntemleri ile gençlerin kendilerini değerli hissetmeleri sağlanarak desteklerinin kazanılması amaçlanmıştır.

Kemal Kılıçdaroğlu, CHP YouTube kanalından 2023 seçimlerine ithafen *"Soframızı büyütmeye devam edeceğiz. Sabırla..."* başlığı ile bir video paylaşmış ve kullandığı Halil İbrahim sofrası tabiri ile Türkiye'nin her rengini sofrada görmek istediğini belirtmiştir.²¹⁶ Kılıçdaroğlu videosunda birlik ve beraberlik, eşitlik ve adalet duygularını baskın tutarak halkı ikna etmeyi amaçlamıştır.

Siyasi retorlar, kendi YouTube kanallarının yanı sıra farklı platformlarda da görünürlüklerini artırmak için çalışmalar yapmaktalar. Örneğin gençlerin yoğun olarak takip ettiği BabalaTV YouTube kanalında yayınlanan "Mevzular Açık Mikrofon" programı siyasi retorları gençlerle buluşturarak onların nabzını tutmalarına olanak sağlamıştır. Programın sunucusu Oğuzhan Uğur, politikacıları konuk ederek onların görüşlerini aktarmalarına ve gençlerin sorularını

²¹³ Ryan Skinnell, "Circuitry in Motion: Rhetorical Moves in YouTube's Archive", **Enculturation Journal**, 8, 2010, p. 1.

²¹⁴ Mehmet Gökhan Genel, "Siyasal İletişim Kampanyalarında Sosyal Medyanın Kullanımı (12 Haziran 2011 Seçimleri "Twitter" Örneği)", **The Turkish Online Journal of Design, Art and Communication (TOJDAC)**, Cilt: 2, Sayı: 4, 2012, s. 23.

²¹⁵ YouTube, **AK Parti**, <https://www.youtube.com/@akparti> (11 Mart 2023)

²¹⁶ YouTube, **CHP Genel Merkezi**, <https://www.youtube.com/@chpgenelmerkezi> (11 Mart 2023)

yanıtlamalarına fırsat vermiştir. Böylece siyasi retorlar, farklı kitlelere erişerek etkileşimlerini artırmıştır.

5. Twitch:

2011 yılında Justin Kan ve Emmett Shear tarafından, kullanıcıların canlı yayın yapmalarını sağlayan bir mecra olarak kurulmuştur. Twitch, özellikle genç-yetişkin olarak adlandırılan kitleye ulaşmak için en etkili araçlardan birisidir.²¹⁷

Örneğin AKP milletvekili Özlem Zengin 20 Aralık 2020 tarihinde İbrahim Haskaloğlu ile yayın yapmıştır ve gençlerin merak ettiği soruları yanıtlayarak onları ikna etmeye çalışmıştır.²¹⁸ Bir başka siyasetçi Mansur Yavaş ise 17 Mart 2021 tarihinde Pelin Baynazoğlu ile yayın yapmıştır. Mansur Yavaş yayında projelerinden bahsetmiş ve genç kitle üzerinde ikna oluşturarak desteklerini almaya çalışmıştır. Twitch'in sahip olduğu genç kitle ve canlı yayında dinleyicilerin sorularına verilen anlık cevaplar, siyasi retor ve dinleyici arasında özgün bir etkileşim sağlamaktadır ve takipçi sayılarını artırmıştır.²¹⁹ Bu durumdan yararlanmak isteyen birçok siyasetçi, retorik oluşturmak için kullandığı medya ortamlarına Twitch'i de eklemektedir.

6. TikTok

TikTok, video paylaşımı için oluşturulmuş ByteDance şirketi tarafından geliştirilmiş bir platformdur. Günümüzün en hızlı büyüyen sosyal medya platformlarından biri olan TikTok, 2 milyara yakın aktif kullanıcı sayısıyla özellikle çocuklar ve gençler arasında popülerdir.²²⁰

²¹⁷ Alper Hakan Yavaşçalı, Yusuf Zafer Can Uğurhan, "Neden Kullanıcılar Twitch Tv Üzerinde Yayıncılara Bağış Yapar? Twitch Tv Kullanıcıları Üzerinde Ampirik Bir Araştırma", **Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi**, Cilt: 7, Sayı: 2, 2019, s. 647.

²¹⁸ Twitch, **Haskoloğlu**, <https://www.twitch.tv/haskologlu> (11 Mart 2023)

²¹⁹ Hilal Saadet Aktepe, Tülin Durukan, "Siyasal Pazarlama İletişiminde Yeni Sosyal Medya Kanallarının Kullanımının Z Kuşağı Üzerindeki Etkisini Belirlemeye Yönelik Betimleyici Bir Araştırma: YouTube ve Twitch Örneği", **Journal of Applied and Theoretical Social Sciences (JATSS)**, Cilt: 4, Özel Sayı, 2022, ss. 32-33.

²²⁰ Mehmet Tayfur, "Sosyal Medyada TikTok", **Sosyal Medyada Dil ve İletişim Retorik, Söylem ve İkna**, (Ed. Ali Yıldırım), s. 315; Derya Gülünlü, Oğuz Kuş, Oğuz Göksu, "Videolarda Gerçek Hayattaki Gibi Değilim, Rol Yapmaktayım: TikTok Kullanıcılarının Benlik Performansları Üzerine Bir İnceleme", **intermedia international E- journal**, Cilt: 7, Sayı: 12, 2020, ss. 119-120; Zeynep Zelal Kızılkaya, "Gençlerin Tiktok Kullanım ve Doyumu Üzerine Nitel Bir Araştırma", **Anemon Muş Alparsan Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi**, Cilt: 10, Sayı: 1, 2022, s. 232.

TikTok, kısa videoların hâkim olduğu bir platformdur ve çoğunlukla kullanıcılar tarafından trendlere uygun içerikler paylaşılır. Bu trendlere yönelik meydan okumalar da düzenlenerek, etiketlerle birlikte paylaşılır ve kullanıcılar popüler trendleri takip edebilirler. TikTok, yalnızca gençler tarafından değil siyasetçiler tarafından kullanılmaktadır. Ahmet Davutoğlu, Ali Babacan, Mustafa Sarıgül, Fatma Şahin, Ekrem İmamoğlu, Mansur Yavaş ve Kemal Kılıçdaroğlu gibi birçok siyasetçi, TikTok'u aktif bir şekilde kullanmaktadır. Dolayısıyla TikTok'un siyasi retorik açısından önemi sadece siyasi retoriklerin kendilerini ifade etme yöntemiyle sınırlı olmadığını bu platform sayesinde siyasi kampanyaların yürütülmesinde de önemli bir araç haline gelmektedir. Siyasi partiler ve adaylar, TikTok'u kullanarak seçmenlerle etkileşime geçebilir, politik mesajlarını yayabilir ve geniş kitlelere ulaşabilirler.²²¹

Örneğin Cumhurbaşkanı Erdoğan, Türkiye'nin en büyük savaş gemisi TCG Anadolu'nun teslim törenindeki konuşmasında geçen *"Güçlenen ve büyüyen Türkiye'nin güvenliğinin artık kendi sınırlarının ötesinde başladığı gerçeğini herkes görmeli ve kabul etmelidir."*²²² sözleri, AK Parti TikTok hesabında paylaşmış ve Türkiye'nin artan gücüne ve bölgesindeki etkinliğine dikkat çekmiştir. İlk bölümde bahsettiğimiz ulusal savunma konusu, halkın güvenliğini ve refahını etkileyen önemli konulardan birisi olduğundan TikTok medya aracı ile bu videoda gerçekçi, tutarlı ve etkili bir politika oluşturduğunu göstererek halkı ikna etmeye çalışmaktadırlar.

Başka bir örnek vermek gerekirse Kemal Kılıçdaroğlu TikTok hesabında paylaştığı bir videoda *Gençler, Millet İttifakı'nı desteklemek için size 3 sebep, videoyu sonuna kadar izleyin; ilk arabanız ÖTV'siz olacak, KYK kredi ve burs tutarları artacak, borçlar 0 faizle yeniden yapılandırılacak, KYK borcu gibi bir derdiniz olmayacak, son olarak enflasyonu iki yıl içinde kalıcı biçimde sabitleyip 5 yılda en az 5 milyon yeni iş imkânı yaratacağız, en büyük kaygın işsizlik değil hangi işi seçsem diye düşünmek olacak. Tüm bunların gerçek olduğu hayat dünyanın bir ucunda değil. Cumhurbaşkanı seçildiğimde doğduğun bu topraklarda olacak. Bunu birlikte başaracağız."*²²³ ifadesini kullanarak gençlere seslenmiştir.

²²¹ Tayfur, s. 315.

²²² TikTok, **AK Parti**, <https://www.tiktok.com/@akparti/video/7224874678890908933?lang=en>

²²³ TikTok, **Kemal Kılıçdaroğlu**, <https://www.tiktok.com/@kemalkilicdaroglu/video/7220850429607906565?lang=en>, (12.06.2022.)

Kılıçdaroğlu'nun TikTok videosunda yaptığı bu konuşma, gençler arasında ilgi uyandırmış ve liderlik özelliklerini sergileyerek gençlerin güvenini kazanmaya çalışmıştır (Ethos). Ayrıca TikTok üzerinden gençlerin hayatını kolaylaştıracak ve geleceğe umutla bakmalarını sağlayacak vaatlerde bulunması (Pathos), gençlerin iknasında TikTok'un ne kadar aktif olarak kullanıldığının da göstergesidir.

Verdiğimiz örneklerle de bakıldığında, siyasal liderlerin seçim kampanyaları için TikTok'u kullanarak genç seçmenlere daha etkili bir şekilde ulaşabilecekleri düşünülmektedir. Kısa videolar aracılığıyla yapılan etkileşimler ve paylaşımlar, seçmenlerin siyasal liderler hakkında daha fazla bilgi sahibi olmalarına ve onlara daha yakın hissetmelerine yardımcı olabilir. Bu nedenle TikTok gibi yeni medya platformlarının politik retorik açısından önemi büyüktür.

Sonuç olarak bakıldığında sosyal medya siyasal retoriklerin global bir kitleye ulaşmasını sağlar. Siyasal retorik geleneksel medyanın aksine çok geniş bir kitleyle interaktif iletişime geçerek iknasını gerçekleştirmektedir. Bu özellikler sosyal medyanın, geleneksel medyaya oranla daha ucuz yöntemlerle çok daha etkili sonuçlar elde edilmesini sağlamaktadır. Bu bağlamda siyasal retorikler sosyal medya kullanımına önem göstermişlerdir. Sosyal medya üzerinden yapılan retorik çalışmaları özellikle genç kitlenin oy kullanma oranını da arttırmıştır. Gelişen teknoloji ile sosyal medya da sürekli bir gelişim halindedir. Bu gelişime ayak uydurmaya çalışan siyasal retorikler sosyal medyayı aktif olarak kullanmaya özen göstermekte ve sosyal medya üzerinden imajlarını oluşturmaktadırlar. Bu minvalde politikacılar için gelecekte sosyal medya önemini daha da arttıracaktır.

2.4. RETORİK YANLIŞA SEVK EDEN NEDENLER

Siyasal retorikler mantık bilimini, konuşmalarında etkili bir iletişim kurmak, rakiplerinin argümanlarını analiz ederek zayıflıklarını ve tutarsızlıklarını belirlemek ve yanlışlıklardan, önyargılardan kaçınarak eldeki verilerle en sağlam yargılara varma amacıyla kullanılırlar. Fakat bazı durumlarda siyasal retorikler bu amaçlarda başarılı olamayabilir ve mantık yanlışları olarak adlandırılan hatalara düşebilirler.

Mantık, oluşturduğu kurallarla birlikte insanları zihnen hataya düşmekten koruyan bir âlet ilmidir.²²⁴ İnsan zihni mükemmel değildir ve hata yapmaya meğilimlidir.²²⁵ Bu nedenle akıl yürütme sürecinde zaman zaman yanlışlıklar yapılmaktadır. “Yanlış” terimi ise genel olarak konulan veya belirlenen ölçülere, kural ve ilkelere uymayan düşünce ve tutumlar olarak tanımlanabilir.²²⁶

Mantık yanlışları, akıl yürütme esnasında oluşan hatalardan kaynaklıdır. Bir başka deyişle akıl yürütme sırasında ikna edici olduğu düşünülen ve geçerli bir kanıt olarak algılanan fakat daha dikkatli bakıldığında aslında sahte olan argümanlardır.²²⁷ Dolayısıyla birçok kişi farkında olmadan bu yanlışlara düşebilirler fakat Ivan Frolov, mantık yanlışlarının kasıtlı ve bilerek oluşturulduğunu söyler ve bu durumu sofizme bağlar.²²⁸

Mantıksal yanlışları yanıltıcı veya aldatıcı olabilir çünkü bir argüman için sağlam kanıtlar gösterirler fakat bunlar aslında sahte kanıtlardır, dolayısıyla gerçek ve sahte olan birbirinden ayırt edilemeyebilir. Bu nedenle kişiler kasıtlı veya kasıtsız mantık yanlışlarına düşebilirler. Bundan korunmanın en iyi yolu da mantıksal yanlışlarını iyi tanımadır.²²⁹ Böylelikle bireyler, argümanları daha iyi değerlendirerek daha bilinçli seçimler yapabilirler ve yanıltıcı veya manipülatif söylemle aldatılmaktan kaçınabilirler. Aristoteles akıl yürütmede yanlış düşenlere ithafen; tecrübe edinmemiş insanların, olgulara olan bakış açısının berrak olmadığını ve dolayısıyla gerçek olan ile gördüklerini ayırt edemediklerinde bir bakış açısına sahip olmadıklarını ve bu nedenle görünüşle gerçekliği birbirine karıştırdıklarını belirtir. Bu problemi çözmenin en uygun yolunun ise, gerçeklik ve yanılgıyı ayırabilmek için kendimizi bu konuda geliştirmemiz olduğunu söyler.²³⁰

²²⁴ Emiroğlu, **Klasik Mantığa Giriş**, s. 31; Ahmet Cevdet Paşa, **Mi'yâr-ı Sedât**, Sadeleştirme H.Tahsin Feyizli, Fecr Yayınları Ankara 1998, s. 9; Öner, s. 15.

²²⁵ Yalın Alpay, **Yalanın Siyaseti**, Destek Yayınları, İstanbul 2017, s. 101.

²²⁶ İbrahim Emiroğlu, **Mantık Yanlışları**, Elis Yayınları, Ankara 2011, ss. 11-12.

²²⁷ Cafer Sadık Yaran, **İnformel Mantık**, Rağbet Yayınları, İstanbul 2011, s. 139; Alev Alatlı, **Aklın Yolu da Bir Değildir**, Destek Yayınları, Ankara 2009, s. 81.

²²⁸ Hakan İskender, **Mantık Yanlışlarından Hareketle Öğretimin 7. Sınıf Öğrencilerinin Eleştirel Düşünme Beceri Ve Tutumları Üzerine Etkisi**, (Yayınlanmamış Doktora Tezi), Trabzon Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Türkçe Eğitimi Anabilim Dalı, Trabzon 2020, s. 31-32; bkz. İvan Frolov, **Felsefe Sözlüğü**, çev. Aziz Çalışır, Cem Yayınevi, İstanbul 1991, s. 407.

²²⁹ Coşkun Baba, **Meclis Tutanaklarının Mantıksal Açidan İncelenmesi**, Hiper Yayın, İstanbul 2019, ss. 26-27.

²³⁰ Alpay, s. 101; Aristoteles, **Sofistik Çürütmeleri Üzerine**, çev. Y. Gurur Sev, Pinhan Yayıncılık, İstanbul 2019, ss. 11-12 (165a 20).

Farabi de aynı yönde konuşarak, bu yanlışlar hakkında fikir sahibi olmayanların, bilgisizlikten ötürü zehirli bitkileri, gıda ve ilaç olduğunu düşünüp tüketerek kendi sağlığına zarar veren insanlara benzetir. Farabi gibi diğer İslam mantıkçıları da bu konunun önemine dikkat çekmiş ve beş sanattan biri olan mugalata üzerinden bu konuya değinmişlerdir. Örneğin isâgüci şerhlerindeki “*Bu tür fasit delileri bilmenin en büyük faydası onları bilip de onlardan sakınmaktır.*”²³¹ ifadesi mantık yanlışlarının farkında olunmasının önemine vurgu yapar, bu kitapların bazılarında yine konunun önemini göstermek adına;

“*Şerri, şer olsun diye değil de ondan korunmak için öğrendim.*”

“*Şerri hayırdan ayıramayan şerrin içine düşüverir.*”

beyitlerine yer verilir.²³²

Politikacılar seçmenleri ikna etmeye çalışırken konuşmalarında ve argümanlarında mantık yanlışları kullanmaya özellikle eğilimli olabilirler. Bu anlamda mantık yanlışlarını insanları aldatmak amacıyla kasıtlı olarak kullanabilirler. Siyasi retorikler burada insanlar üzerinden psikolojik etki yaratır ve kişilerin akıl yürütme süreçlerinin yönünü değiştirirler. Böylelikle onları kendi istedikleri şeyi düşünmeye ikna etmiş olurlar.²³³

Özetle mantık yanlışları, akıl yürütmede yanıltıcı ve aldatıcı olabilecek hatalardır. Onları tanımak ve anlamak önemlidir, zira onlar bireylerin argümanları daha iyi değerlendirmelerine, bilinçli kararlar almasına ve manipülatif söylemle aldatılmaktan kaçınmasına yardımcı olur.

Yanlışlara karşı korunma yollarında ise konuya dair bilgili olmak, akıllı iyi kullanmak, mantık kurallarına vakıf olmak ve bu kurallara uygun davranmak gerekmektedir. Bunların başında sebep sonuç ilişkisine uymak, sağlam ayırım yapmak ve uygun tasnifler yapmak, doğru tanımlamalar yapmak, örnekleri iyi seçebilmek, zıtları doğru sıralamak, tümelden tikele gitme, doğru bir yol takip etmek

²³¹ İsmail Hakkı (İzmirli), **Mi'yâru'l-Ulûm İsâgûcî Terceme ve Şerhi**, Hazırlayan Ahmet Yasin Çomoğlu, Çizgi Kitap Evi Yayınları, İstanbul 2020, s. 124-125; Emiroğlu, **Mantık Yanlışları**, s. 13.

²³² Emiroğlu, **Klasik Mantığa Giriş**, s. 254.

²³³ Emiroğlu, **Mantık Yanlışları**, s. 25.

ve iddiaları delillendirmek, iyi araştırmada bulunmak, iradeyi sağlamlaştırmak, uygun olanı yapmak ve özel tedbirler almak gerekmektedir.²³⁴

Yanlışların kaynakları oldukça çeşitlidir ancak tüm mantık yanlışlarında ortak bazı özellikler bulunmaktadır. Retorik, bu özellikleri iyi anlayarak, gerektiğinde detaylara inerek, doğru bir şekilde kullanılmalıdır. Bu yanlışların karakteristik özellikleri, şu şekilde sıralanır:²³⁵

1. Mantık yanlışları, sunulan konuya uygun kanıtlar olmayan ve gerçek konuyu yansıtmayan, çoğunlukla konu dışı olan ifadelerdir.
2. Bu durumlarda gerçek konuyla ilişki kurulamamakta veya ilişki zayıf olmaktadır.
3. Mantık yanlışları incelendiğinde görülüyor ki biçim ve içerikleri değerlendirildiğinde, kanıt olarak gözüken şeyler aslında sağlam nitelikte bir delil değildir.
4. Aldatma, kandırma, yanıltma vb. kötü maksatlarla kullanılmaya elverişlidirler. Zaten çoğu kez bu gayeyle kurulurlar.
5. Mantığın kötü amaçlarla kullanılması tarihteki bazı çevrelerin mantığı kötü görmesine neden olmuştur.
6. Pratik açıdan bakacak olursak, kendilerinde bulunan bozukluklar retorun yanlışları kullanarak zamanını boşa harcamasına neden olur.
7. Gerçeğin yanlış bir şekilde öne sürülmesine ve hakikatin ortaya çıkmamasına vasıta olurlar.
8. Muhatabın kandırılması ve kitle gözünde küçük düşürülmeye çalışması onda psikolojik bozukluğa neden olur ve kışkırtma sebebiyle kişilerde tartışmaya ve hakaret kullanımına yol açabilir.

Retorun yukarıda bahsedilen özellikleri bilmesi, mantık yanlışları hakkında farkındalığını artırır ve bu sayede oluşturacağı ikna yöntemlerinde mantık-siyaset ilişkisini doğru bir şekilde kullanabilir. Mantık yanlışlarının genel özellikleri ile birlikte neden oldukları etkenler de incelenerek, retor siyasi ikna süreçlerinde yanlış

²³⁴ İbrahim Emiroğlu, **Mevlânâ Yazıları**, Dokuz Eylül Üniversitesi Yayınları, İzmir 2018, ss. 289-290; ayrıca ayrıntılı bilgi için bkz. İbrahim Emiroğulları, **Yanlış Düşünce ve Davranışlar Karşısında Mevlânâ**, İnsan Yayınları, İstanbul 2011, ss. 115-192.

²³⁵ Emiroğlu, **Mantık Yanlışları**, ss. 230-231.

düşmekten korunabilir. Ayrıca, bu yanlışlara neden olan unsurlar da gözden geçirilerek, siyasi retorun etkilenebileceği durumlar kısaca ele alınabilir.

Bu özellikleri kavrayarak siyasi retor, mantık yanlışları üzerine olan farkındalığını artırır. Mantık yanlışlarının genel özellikleriyle birlikte bu yanlışlara neden olan etkenleri de öğrenerek retor, oluşturacağı iknada mantık-siyaset ilişkisine hâkim olacak ve yanlış düşmekten korunacaktır.²³⁶ Politik retor, yanlış düşmesine neden olan unsurlara kısaca göz atacağız.

2.4.1. Kıskançlık (Fallacies Of Jealousy)

Bu yanlış, geçerli bir argüman sunmak yerine kıskançlık veya kızgınlığa dayalı bir tartışma yapmayı içerir. Genellikle retor, karşı tarafta bulunan fakat kendi elinde olmayan veya eksik olan bir durumdan rahatsız olur. Karşı tarafta bulunan bu artıyı ona herhangi bir yolla zarar getirecek şekilde kullanmak ister. Bundan dolayı retor, argümanı karşı tarafın bu artı özelliğine bir şekilde negatif etkide bulunduğu takdirde doğru kabul eder. Farklı olarak retor rakibinde kıskançlık uyandırmaya yönelik girişimlerde de bulunabilir. Rakibini bu duyguyla manipüle ederek yanlış düşmeye itebilir.²³⁷

Bazı politikacılar kıskançlıkları nedeniyle saldırgan, kaba ve anlayışsız davranışlar sergileyebilmektedirler. Bu tür davranışlar zamanla daha da tehlikeli hale gelebilir ve politikacılar, düşmanca söylemleri ve suçlamaları artırarak kamuya zarar verebilirler. Mevlâna, "Kalbine haset tohumu ekenlerin vay haline" sözüyle kıskançlığın, insanı karanlıklara sürükleyen kötü bir duygu olduğunu belirtir.²³⁸ Örneğin, bir politikacı rakibinin başarısını kıskandığı için onu karalamak için asılsız söylentiler yayabilir veya suçlamalarda bulunabilir. Ancak, bu tür davranışlar sadece rakibin değil, politikacının kendisinin itibarını da zedeleyebilir.

Sonuç olarak siyasette kıskançlıkla hareket etmek, sadece kendi itibarınızı riske atmakla kalmaz aynı zamanda topluma da zarar verebilir. Dolayısıyla siyasi

²³⁶ Baba, **Meclis Tutanaklarının Mantıksal Açidan İncelenmesi**, s. 47; Kamil Kömürcü, "İbni Sina'ya göre Mantık Yanlışları ve Sebepleri", **Cumhuriyet Üniversitesi İlahiyat Dergisi** 14 (2), Sivas 2010, s. 175.

²³⁷ Martha Nussbaum, **Political Emotions: Why Love Matters for Justice**, The Belknap Press of Harvard University Press, England 2013, pp. 339-340.

²³⁸ İbrahim Emiroğulları, **Yanlış Düşünce ve Davranışlar Karşısında Mevlânâ**, İnsan Yayınları, İstanbul 2011, ss. 115-192.

retorların dürüstlük, saygı ve adalet ilkelerine bağlı kalarak rekabet etmeleri ve birbirlerini yıpratmak yerine toplumun çıkarlarına öncelik vermeleri gerekir.

2.4.2. Aşırı Rekabet

Bu yanlış, geçerli bir argüman sunmak yerine kazanma veya üstün olma arzusuna dayanan bir tartışma yapmayı içerir. Burada siyasi retor rakibinden veya rakiplerinde sürekli önde olmak ister. Bu aslında retoriğin amacına bakıldığında olması gereken bir duygudur fakat aşırılığa kaçıldığında retor yaptıklarında sadece rakiplerinin önüne geçmeyi hedefler. Bazı durumlarda hitap ettiği kitle için gereksiz ya da ileride sorun çıkarabilecek argümanları kabul eder çünkü retor için artık sunulan şeylerin doğruluk kriteri, onu rakibinin önüne geçirip geçiremeyeceğidir.²³⁹

Örneğin, bir politikacı yenilikçi bir politika oluşturduğunda politikasını tanıtırken ve savunurken genellikle nasıl fayda sağlayacağını, ne tür yenilikler getireceğini ve diğer benzer politikalardan nasıl farklı olacağını anlatır ve bu yönde savunmalar yapar. Aşırı rekabetçi bir politikacı ise politikasının ana savunma malzemesi olarak sadece rakibi ile karşılaştırma yapmayı kullanır. Sürekli olarak politikasının neden rakibinin politikasından daha iyi olduğunu kanıtlamak ister çünkü amaç kitlesine yenilikler getirerek fayda sağlamak değil sadece rekabet ederek geri plana düşmemektir. Dolayısıyla siyasi tartışmalarda aşırı rekabet, halkın değerini göz ardı edip kazanma arzusuna odaklanır ve sağlıklı bir retorik kullanarak halkın güvenini zedeleyerek yanlışla düşer.

2.4.3. İktidar Hırsı

İnsanlar duygularının yoğunluğuna göre rasyonel düşünme yetilerinde kayba uğrayabilirler. Doğru sonuca ulaşmak için rasyonellik ne kadar önemliyse duygusallık da aslında o kadar önemlidir fakat dengede olmadığında ve bazı duygular olması gerektiğinden çok daha fazla baskın olduğunda rasyonellik de aynı

²³⁹ Douglas Walton, **Ad Hominem Arguments**, University of Alabama Press, Alabama 1998, pp. 298.

oranda azalma göstermektedir.²⁴⁰ İktidara geçme amacının bir hırsa dönüşerek kişilerin mantık dışı kararlar vermesinin de sebebi budur.

Kişiler egolarını sınırdan tutamadıklarında bu onların hükmetme isteklerini daha da arttırır. Emir almak değil emir vermek ve otorite kurmak isterler. Bu ego ve sonucunda oluşan yeni duygular (aşırı hırs, kendini üstün görme vb.) ve kaybolan duygular (anlayışlılık, alçakgönüllülük vb.) siyasi retorları iktidarı ele geçirmeye iter çünkü orada ellerinde çok daha fazla güç olacaktır. Bu güç hırsı retorun akıl yürütmeye hataya düşmesine neden olacak ve verdiği kararların kendisine, partisine ve halka zarar verecek sonuçları olacaktır. Bu yanılaşa düşen politikacılar iktidara geldiklerinde de bu gücün etkisinde kalacak ve iktidarını kaybetmemek adına yanılaş akıl yürütmelerini sürdürecektir.²⁴¹

2.4.4. Ego

Bu yanılaş, kanıt veya mantık yerine kişisel duygulara veya arzulara dayalı bir tartışma yapmayı içerir. Ego duygusu olması gerekenden daha çok baskın olduğunda kişilerde ben merkezilik aşırıya kaçır. Bu da onların verdikleri kararlarda, kişisel çıkar ve değerlerini temel alma yanılaşına düşürecek. Bu yanılaşa düşen politikacılar egoları yükseldikçe azalan diğer duyuları ve azalan rasyonelliğinden ötürü kendi kararlarının ve düşünme şekillerinin her zaman en doğrusu olduğunu varsayacaklardır. Bu nedenle herhangi bir önerilerine gelen yapıcı eleştirileri değerlendirmek yerine sadece kendisini küçük düşürme amaçlı yapılan bir saldırı olarak kabul edecektir çünkü egolarının zarar görme olasılığı onlar için büyük bir tehlike arz eder. Egoyu koruma isteğinden ötürü kişiler durumları olduğu gibi algılamasına engel olur. Dolayısıyla kişinin doğru olanı onaylamasını engeller.²⁴² Örneğin bir politikacı, halkın yararı için gerekli olsa bile egosundan dolayı küçümsediği politikacılarla iş birliği yapmayı reddedebilir.

2.4.5. Popülerlik Sevdası (Ad Populum)

²⁴⁰ Alpay, s. 107.

²⁴¹ Emiroğlu, **Mantık Yanlışları**, s. 25.

²⁴² Emiroğlu, **Mantık Yanlışları**, s. 25; Alpay, s. 107.

Popülerlik sevdasının temelinde onay alma duygusu vardır ve bu amaçla duygusallığa başvurarak savunulan fikrin sağlam kanıtlarla desteklenmiş görünümü veren yanıştır.²⁴³ Politikacılar sırf bir politika veya bir durum çoğunluk tarafından kabul gördüğü için o politikanın yanlış ve eksik yönlerini görmezden gelir ve kabul eder. Çoğunlukla aynı fikirde olduğunu, onları anladığını ve desteklediğini belli ederek kendisinin de popülerliğini artırır.²⁴⁴ Bu minvalde, siyasi retorlar için halkın desteğini kazanmak ve onların onaylarını almak elbette önemlidir fakat bazı durumlarda siyasi retor kitlesinin bilmediği veya farkında olmadığı birçok ayrıntıyı biliyor olabilir. Bu nedenle politikanın doğurabileceği kötü sonuçları daha iyi görebilir. Çoğunluk ise bunları farkında olmadığı için politikayı isteyebilir. Popülerliğe takıntılı siyasi retorlar çoğunluğu karşısına alarak açıklama yapmaktansa politikanın eksik ve yanlış yönlerini görmezden gelirler. Onlar için doğruluk kriteri çoğunluğun istekleri olmuştur, eğer çoğunluk bir fikri beğenir ve isterse o fikir doğrudur.

Aslında bu yanlışla hemen hemen her insan aslında kolay bir şekilde düşebilmektedir. Politikacılar da bu durumu kullanarak kasıtlı bir şekilde halkı yanlışla yönlendirebilmektedir. Konuşmalarında, “Herkes bunun farkında, En çok kabul gören..., Halk zaten bunu biliyor.” tarzı insanların büyük bir kısmı tarafından kabul görmüş anlamı veren cümlelerle seçmenleri bu yanlışla sürüklemektedirler. Bu nedenle popülizm, reklamlarda veya seçim kampanyalarında çokça kullanılan bir yöntemdir.

İbrahim Emiroğlu, *Mantık Yanlışları* eserinde popülerlik yanlışına iki şekilde itiraz edilebileceğini belirtmiştir. Birincisi “Öyle bir delil gerçek nedene inerek akla hitap edeceğine, duygulara hitap etmektedir.” İkincisi ise “Bu tür bir delilin kendisi bizzat sağlam olmadığı halde, genelde, sağlam düşünceye dayalı olan objektif bir delilin eşliğinde veya gölgesinde (onun prestijini kullanarak) ortaya çıkmaktadır.”²⁴⁵

Siyasi konuşmalarda duyguları etkileyerek ikna esas olsa da popülerlik sevdası retorları uygun olmayan enstrümanlara ve örneklere başvurmaya, aşırılığa

²⁴³ Emiroğlu, *Mantık Yanlışları*, s. 192; Douglas Walton, *Informal Logic A Pragmatic Approach*, Cambridge University Press, UK, 2008, pp. 107-108.

²⁴⁴ Emiroğlu, *Mantık Yanlışları*, s. 193.

²⁴⁵ Emiroğlu, *Mantık Yanlışları*, s. 194.

kaçmaya haliyle savrulmaya sevk edebileceğinden bu tür delillere karşı ihtiyatlı olmak gerekir.

2.4.6. Ad Hominem (Kişiyi Hedef Alma)

Kişiyi hedef alma yanlışı, kişilerin sunulan iddiaya cevap vermek yerine iddiayı ortaya atan kişiyi kötülemesidir. Bu tarz kişiler atılan iddiayı değerlendirerek bir cevap oluşturmak yerine konunun dışına çıkarak iddiayı sunan kişinin karakterine, onun kendi davranışlarına odaklanır.²⁴⁶ Bu durumda retor, tartışılan asıl konunun çok dışına çıkarak işi, kişileri karalamaya hatta hakarete yönlendirir.

Bu yanlışa düşenler genellikle 3 farklı davranış biçimi ortaya koyarlar. Bazıları ithaf edileni çürütmeye çalışmak yerine iddiada bulunanın kişiliğine saldırır. Örneğin, bir siyasi retorun savunduğu tasarıya başka bir politikacı eleştirebilir ve yanlış gördüğü unsurların ne olduğunu belirtebilir. Bu durumda siyasi retor karşı savunmaya geçerek “X kişisine güven olmaz daha önce onun yalanları ortaya çıkmıştı.” şeklinde saldırarak bu yanlışa düşebilir. Bir kişinin daha önce yalan söylemiş olması şu an o konu üzerinde doğruyu söylemediği anlamına gelmez. Bu şekilde saldırmak ancak politikacının kendini savunamayacağı durumlarda karşı tarafı kötüleyerek işin içinden sıyrılma çabasıdır. Özgüvenli ve mantık çerçevesinde davranan politikacılar kişiyi hedef almak yerine onun tezi üzerine değerlendirmeler yaparak politikasını savunur.

İkinci durum ise karşı tarafın sunduğu fikri tartışmak yerine onun özel durumlarını veya içinde bulunduğu şartlardan ötürü yaptığı şeyleri dile getirir ve bunu karşı tarafın tezini çürütmeye yeterli görür.²⁴⁷ Örneğin politikacı rakibinin yaşadığı bir kayıptan ötürü çektiği acıyı büyütür “O zaten şu an kendinde değil, mental sağlığı yerinde olmayan birinin sözleri dikkate alınmaz.” şeklinde saldırabilir.²⁴⁸

Bu yanlışın üçüncü işleniş biçimi ise, kişilerin karşı tarafın suçlarını, hatalarını öne sürmesi ve o böyle bir hata yapıyorsa benim hatama söz söyleme hakkı

²⁴⁶ Emiroğlu, **Mantık Yanlışları**, s. 180; Robert Baum, **Logic**, Holt, Rinehart and Winston, USA, , 1975, p. 469; Howard Kahane, **Logic and Contemporary Rhetoric**, 3. Edition, Wadsworth, 1980, p. 53; Arthur Aston Luce, **Teach Yourself Logic**, The English Universities Press, London, 1966, p. 166.

²⁴⁷ Emiroğlu, **Mantık Yanlışları**, s. 181.

²⁴⁸ Douglas Walton, **Informal Logic A Pragmatic Approach**, p. 171.

yoktur gibi yanlış bir düşünceye kapılmasıdır. Halk arasındaki “tencere dibin kara, seninki benden kara!” ifadesi bu yanlışın temel anlayışını özetlemektedir.²⁴⁹ Örneğin bir siyasi retorun rakibinin yanlış bir ekonomik politika yürütmesini eleştirdiğinde eğer rakibi “Sizin ekonomiden konuşmaya hakkınız yok. Önce gidin kendi başarısız politikalarınızı eleştirin.” şeklinde bir karşı saldırıya geçmesi bu mantık yanlışının işlenmesidir.

Kişilerin tezleri kanıtlara dayalı bir şekilde çürütmek yerine tezi sunan kişiyi hedef alarak saldırmaya geçmesi temelde kişinin özgüvensizliğinden ve bundan ötürü oluşan yüksek egosundan kaynaklı bir durumdur. Onlar için hata yapmak veya eleştirilmek küçük düşürücü bir durumdur, bu yüzden hata yapsalar bile bunu karşı saldırıya geçerek hatalarının üstünü kapatmaya çalışırlar. Halk deyimiyle kendi gözlerinin önündeki merteği görmez, karşı taraftaki kişinin gözünün önündeki saman çöpünü görürler.

2.4.7. Otoriteye Aşırı Bağlılık (Ad Verecundiam)

Otoriteye başvurma aslında gerekli yerlerde kullanılması gereken doğru bir yöntemdir fakat duyulan saygının artık saygıdan çıkıp itaate dönüştüğü ve yanlış otoritelere başvurulduğu için insanları yanlışla düşürmektedir.²⁵⁰ Kişilere duyulan aşırı hayranlık, onların her zaman doğruyu söyleyeceği kanısını oluştur. Kişiler onların akıl yürütmeleri sonucu vardıkları kararlara her zaman güvenir çünkü onların her zaman en iyisini bildiklerini düşünürler. Bentham eserlerinde bu konuya ayrıntılı bir şekilde değinmiştir. Eserlerinde bahsettiği üzere otorite yanlışı Bentham’a göre iki farklı şekilde oluşmaktadır.

Birincisi, kişi eğer konuşulan fikir üzerinde yargıda bulunacak yetide değilse bu yetiye sahip bir kişiye başvurusudur. İkincisi ise toplum tarafından benimsenmiş ve insanların güvenini ve beğenisini kazanmış kişilerin kabul ettirmek istedikleri fikirlerde rasyonelliğe değil bu duygulara başvurusudur.²⁵¹ Kişinin güvenilir olması veya takdir edilen birisi olması her söylediğinin doğru olması anlamına gelmez. Bir

²⁴⁹ Emiroğlu, **Mantık Yanlışları**, s. 182.

²⁵⁰ Emiroğlu, **Mantık Yanlışları**, s. 184; Douglas Walton, **Informal Logic A Pragmatic Approach**, p. 209.

²⁵¹ Emiroğlu, **Mantık Yanlışları**, s. 185.

siyasi retor, oluşturacağı deprem politikasında ünlü bir jeoloğun otoritesini kullanarak savunma yapabilir ve politikasını kabul ettirmeye çalışabilir. Fakat bilim insanları da kendi aralarında görüş ayrılıklarına düşebilmektedir. Bu nedenle tek bir bilim insanını görüşünü putlaştırma, sırf gelenekte bir figür diye onu kutsama, onun asla yanılmazlığı üzerine fikir inşa etme yerine birçok bilim insanında görüş alınarak ihtiyatlı davranılmalıdır. Böylelikle otorite yanlışına düşülmekten de korunabilir.

Siyasi retorların uzmanların otoritesine başvurmasında görülen bir diğer yanlış ise konuya ilgisi olmayan bir alanın uzmanına başvurulmasıdır. Referans gösterilen kişilerin veya kurumların uzmanlıklarından ziyade uzmanlık alanlarına dikkat edilmesi gerekir. Elektrik alanında büyük bir otoriteye sahip olan Nicola Tesla, genetik alanındaki bir çalışmaya uzman olarak referans gösterilemez. Siyasi retorlar da ekonomi, çevrecilik, sağlık gibi alanlarda uzmanlara başvurmaları iknayı güçlendirir. Fakat başvurulan uzmanın spesifik olarak ilgili alanda yetkin olmasına dikkat edilmelidir. Seçmenlerin de hayatiyet veya aciliyet arz eden bir konuda dinledikleri tek bir kişinin sözleriyle yetinip argo tabirle “kargadan başka kuş tanımayız” diyerek siyasi şartlanma içinde bulunmamaları, bu yanlışa düşmemeleri için ihtiyatlı davranıp sorup-sorgulamaları gerekmektedir. Uzmanların fikirleri dikkate alınmalı fakat sorgulanmadan kabul edilmemelidir.²⁵² Beşer şaşar, her kişi yanılır; haliyle güvendiğimiz, kaynak diye aldığımız kişilerin yetkinlikleri ve itibarlarının yanı sıra sunulan kanıtları incelemek gerekir.

2.4.8. Tarafgirlik

Tarafgirlik, güç veya nüfuz sahibi kişilerin bir iş ya da fırsat için en nitelikli, en uygun adayları seçmek yerine akrabalarını, yakın arkadaşlarını kayırarak yanlışa düşmesidir. Bakıldığında kayırmacılık yanlışına düşülmesinde genellikle iki farklı durumla karşılaşılmaktadır. İlki görevlendirilmede elemanın yeteneklerini ve uygunluğunu ölçmek yerine görevlendirme yetkisinde bulunan kişinin kendi akrabalarını, arkadaşlarını, tanıdıklarını veya kişisel olarak kendine en fazla yararı sağlayacak kişileri seçmesidir. Bu sadece kişinin yakınlarına olan bağlılığından veya hayır diyememesinden kaynaklı değildir. Tarafgirlik de haksız bir şekilde

²⁵² Kahane, pp. 34-35.

menfaatlerden yararlanan taraf kadar kayırmacı davranan taraf da kendi çıkarlarını gözetmektedir. Bu tavrı onu, iktidarı kazanmasına yaklaştırabilir veya prestij, destek elde etmesini sağlayabilir. Diğer bir kayırmacılık şekli ise halka sunulan hizmetlerde karşılığında gelecek oylara, siyasi partiye getirecek yararlar göre karar alınmasıdır.²⁵³

Politikacılar, yapılan bir hizmette kendilerine destek veren kişilere daha fazla menfaat getirecek yolları izleyebilirler. Bu yanlış politikacıya kısa vadede olumlu sonuçları daha fazla gibi gözükebilir fakat uzun vadede hem kendisine hem de partisine etki eden olumsuz sonuçlar daha baskın olacaktır.²⁵⁴ Sonuç olarak bakıldığında siyasette tarafgirlik, devlet kurumlarında şeffaflık, hesap verebilirlik ve güven eksikliğine ve adalet zaafına yol açabilir.

2.4.9. Korkutma (Fallacies Of Threatening – Ad Baculum)

Korkutma yanlışında genellikle kişiler, ya atfedilen iddiaya uygun yeterli kanıtları bulunmadıklarından ya da iddia edilen önermenin doğruluğunu bildikleri halde bunu saklamaya çalıştıklarından konuyu asıl önermeden uzaklaştırmak isterler. Konunun irdelenmemesi adına da insanlara olmayan tehlikeleri sunarak korkutma yanlışında bulunurlar. Gözdağı vererek kişilerin psikolojisine etki ederler ve bu şekilde kişilerin sesiz kalmasını sağlarlar ya da gerçek olmayan fakat korkutmak için verilen argümanlara insanları inandırarak ikna ederler.²⁵⁵ İtirazlara ve eleştirilere maruz kalan bir tasarı için politikacının bu eleştirilere karşı “Eğer tasarı kabul edilmezse ekonomi ciddi bir şekilde yara alacaktır.” gibi söylemlerle korkutma yoluna başvurması bu yanlışın örneğidir.

Korkutma yanlışını farklı şekillerde ortaya çıkabilir. Örneğin insanlar rahatlık alanından çıkmaktan genellikle korkarlar bu nedenle alıştıkları ortamı, durumları kolay bir şekilde bırakamayabilirler. Siyasi retorikler de bu durumu kullanarak uygulanması gereken politikalara kendi çıkarlarına uymadığı için engel olmaya çalışırlar. Yapılacak olan değişikliklerin halkın alışkanlıklarını değiştireceğine ve

²⁵³ Bilal Eryılmaz, **Kamu Yönetimi**, Erkam Matbaacılık, İstanbul 2002, ss. 240-241.

²⁵⁴ Arzu Özkanan, Ramazan Erdem, “Yönetimde Kayırmacı Uygulamalar: Kavramsal Bir Çerçeve”, **Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**, Isparta 2014, Sayı: 20, s. 192.

²⁵⁵ Douglas Walton, **Informal Logic A Pragmatic Approach**, p. 20.

bundan dolayı zorlanacaklarına değinerek onları korkutabilirler. Diğer bir örnek ise resmi otoriteye başvurarak korkutmaya yönelmektir. Örneğin, bize yapılan aşağılama imparatora yapılmıştır şeklinde insanları korkutarak bastırabilirler.²⁵⁶ Burada unutulmaması gereken durum her tehlike uyarısı bir korkutma yanlışı değildir. Siyasi retorlar oluşabilecek tehlikelere karşı halkı bilinçlendirmek için çabalaması korkutma yanlışına girmez. Burada yanlış retorların olayları abartarak insanların duygularını istismar etmeleri veya insanlar üzerinde korkutma yoluyla baskı kurmasıdır.

Mantık yanlışları, politikacının düşebileceği ve hem kendine hem partisine zararlı sonuçlar doğurabilecek yanlışlardır. Ayrıca politikacı bu mantık yanlışlarıyla aldığı kararlar ve uyguladığı politikalar ile halka da zarar verebilir. Bunun dışında politikacı insanları kendi düşünme biçimine yönlendirmek için bu mantık yanlışlarını kasıtlı olarak da kullanabilir. Bu nedenle aslında hem politikacıların hem de halkın bu yanlışları iyi tanması gereklidir. Bu yanlışlara düşen birkaç politikacıyı örnek verebiliriz;

2016 Amerika Birleşik Devletleri başkanlık seçimleri sırasında Donald Trump, rakibi Hillary Clinton'u "Crooked (dolandırıcı)" olarak adlandırdı²⁵⁷ ve birincil rakibi Ted Cruz için "Lyin' Ted" (yalancı Ted)" gibi aşağılayıcı lakaplar kullandı.²⁵⁸ Coşkun Baba'nın *Meclis Tutanaklarının Mantıksal Açıdan İncelenmesi* adlı eserinde;

"İbrahim Halil Çelik (Şanlıurfa) – Ne gülüyorsun?..

Başkan – Gülmemi de mi engelliyorsunuz?

İbrahim Halil Çelik (Şanlıurfa) – Başkanlık ciddi bir iştir.

Başkan – Gülmemi engelleyecek gücünüz varsa engelleyin.

örneğine baktığımızda başkanın "Gülmemi engelleyecek gücünüz varsa engelleyin."

*şeklinde cevap vermesi **korkutma** yanlışına bir örnektir.*²⁵⁹

Bayram Fırat Dayanıklı (Tekirdağ): Istranca derelerinin İstanbul'a taşınması projesi derhal durdurulmalıdır. Bu eylem; Trakya'nın, zaten kapasitesi dolmuş olan su rezervlerini daha da kötüleştirecektir.

²⁵⁶ Emiroğlu, **Mantık Yanlışları**, ss. 196-197; Alpay, s. 131.

²⁵⁷ The Guardian, **Trump calls Clinton 'Crooked Hillary' – should she ignore it or fight back?** <https://www.theguardian.com/us-news/2016/may/25/donald-trump-crooked-hillary-clinton-nickname-ignore-fight>, (12.06.2022)

²⁵⁸ The Guardian, **Lyin' Ted' Cruz is now 'Beautiful Ted': how a change of nickname reveals Trump's midterm fears**, <https://www.theguardian.com/us-news/shortcuts/2018/oct/23/lyin-ted-cruz-is-now-beautiful-ted-how-a-change-of-nickname-reveals-trumps-midterm-fears>

²⁵⁹ Baba, *Meclis Tutanaklarının Mantıksal Açıdan İncelenmesi*, s. 90.

Buradaki örnekte bir tehlike öne sürülerek korkutma yanlışına başvurulmuştur.²⁶⁰

Sonuç olarak hem siyasi retorikler hem de halk sunulan fikirleri doğru bir akıl yürütme ile değerlendirebilir. Hem politikacı hem de seçmenler yanlışa sevk eden bu nedenleri bilince öne sürülen fikirlerdeki yanlışlar, boşluklar, tutarsızlıklar fark edilir ve bunlara karşı uyanık olunur ve korunmak için tedbirler alınır. Bu da diğer alanlarda olduğu gibi siyasette de seviyenin yükselmesine yol açmaktadır.

2.5. ÇAĞDAŞ RETORİKTE OLUMSUZLUKLAR VE ELEŞTİRİLER

Çağdaş retorik, doğru bir argüman oluştururken mantıksal ve formel akıl yürütmelerinin yanında formel olmayan unsurları da kullanmaktadır. Bir başka ifade ile söyleyecek olursak, çağdaş retorik yaklaşımı, dinleyicinin sunulan argümanı kabul etmesinde, formel olmayan unsurların etkisini ve önemini vurgular. Bu yaklaşım, birlikte informel unsurların iknadaki gerekliliğini ortaya koymuş ve klasik retorikğin eksik yönlerini tamamlamayı amaçlamıştır. Bu yaklaşıma göre retor, sunduğu argümanın doğru bir akıl yürütme ile oluştuğunu dinleyiciye göstermelidir. Çünkü dinleyicinin ikna olması argümanın oluşturulma şekline bağlıdır. Bu bağlamda çağdaş retorik argüman oluşturmada pratik (informel) bir yaklaşım sunmaktadır. Bunun en büyük sebeplerinden birisi kişilerin değer yargıları gibi formel olmayan unsurların akıl yürütme sürecine olan etkisidir.²⁶¹

Çağdaş retorikğin kurucularından biri olan Chaim Perelman'ın da informel unsurların argüman oluşturmada formel mantıktan daha etkili olacağının üzerinde durmuştur.²⁶² Bu bağlamda çağdaş retorik savunucuları, formel mantığın değerini küçümstedikleri gerekçesiyle klasik retorik savunucuları tarafından eleştirilmiştir. Fakat çağdaş retorik yaklaşımının geliştiricileri, klasik retorik referans aldıklarını ve

²⁶⁰ Baba, **Meclis Tutanaklarının Mantıksal Açısından İncelenmesi**, ss. 128-129.

²⁶¹ Osman Çalışkan, **Seçmen Tercihlerinin Yönlendirilmesinde Argümantasyon Faktörü: Cumhurbaşkanlığı Hükümet Sistemi Referandumu Kapsamındaki Tartışmalara Dair Örnek Bir Politik Argümantasyon Analizi**, (Yayınlanmamış Doktora Tezi), Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Halkla İlişkiler Anabilim Dalı, Halkla İlişkiler Bilim Dalı, İstanbul 2018, ss. 123-124.

²⁶² Chaim Perelman, Lucie Olbrechts-Tyteca, **The New Rhetoric A Treatise on Argumentation**, Translated by, John Wilkinson, Purcell Weaver, University of Notre Dame Press 1969, pp. 45-47; Çalışkan, **Seçmen Tercihlerinin Yönlendirilmesinde Argümantasyon Faktörü: Cumhurbaşkanlığı Hükümet Sistemi Referandumu Kapsamındaki Tartışmalara Dair Örnek Bir Politik Argümantasyon Analizi**, s. 2.

Aristoteles'in retorik anlayışının geri getirildiğini belirtmişlerdir. Bu şekilde eleştirilerin bir kısmı çürütülmüştür. Çağdaş retorikte argümantasyon aşaması boyunca retorun kendi karakterini (ethos) etkin bir şekilde kullanamaması da bir eleştiri konusu olmuştur. Çağdaş retorik savunucuları da bu yaklaşımın hali hazırda logos üzerine kurulu olduğunu belirtmektedir. Bu yaklaşımda nesnellik temel alındığından rasyonellik ön plandadır.²⁶³

Görüldüğü üzere çağdaş retorik genel olarak logosu baz alarak akılcılığa ve nedenselliğe önem vermiştir. Burada argümanların doğruluğu nesnel bir tabanla oluşturulmaktadır. Fakat siyasi retorlar, sahte belge kullanımı ve yanlış istatistiksel verilerin kullanılması gibi gerçekçi olmayan kanıtlama yolları ile dinleyici manipüle edebilir. Böylelikle o, dinleyicinin hatalı bir akıl yürütme ile yanlış bir sonuca varmasına yol açabilir. Dinleyicinin burada manipüle olmamak için çok dikkatli olması gerekir. Çünkü siyasetçinin kullandığı bazı yollar bariz bir şekilde kendini ele verirken bazı yollar gerçek ile iç içe geçebilmektedir. Retorun dinleyici kandırmak için kullanabileceği bu yolları örnekler ile birlikte ele alacağız.

2.5.1. Yalan

Siyasi retorlar genelde, dinleyiciyi ikna etmek onları belli bir görüşe yönlendirmek amacıyla yalanı bir manipülasyon aracı olarak kullanırlar. Retor, yapılan hataları affedilebilir göstermek veya hataları aslında hata değilmiş gibi göstermek çabasıyla yalan söylemekte bulunmaktadır. Doğrudan dinleyiciye yönelik değil aynı zamanda rakiplerin kötü gösterilmesi veya rakiplerden kendilerine yöneltile suçlamaları ve ithamları geri tepmek amacıyla da yalanlar kullanılmıştır. Böylece retorlar dinleyici üzerinde iyi bir izlenim bırakırken rakipleri için de kötü bir izlenim yaratma çabasındadırlar. Anlaşılabileceği üzere aslında yalan; var olan izlenimi değiştirme, yeni bir izlenim oluşturma, manipülasyon gibi amaçlarla

²⁶³ Çalışkan, Seçmen Tercihlerinin Yönlendirilmesinde Argümantasyon Faktörü: Cumhurbaşkanlığı Hükümet Sistemi Referandumu Kapsamındaki Tartışmalara Dair Örnek Bir Politik Argümantasyon Analizi, ss. 150-151.

kullanılmaktadır. Bu amaçlara daha yakından baktığımızda yalandaki tek amacın doğrudan veya dolaylı bir şekilde kitleleri ikna etmek olduğunu görürüz.²⁶⁴

Birçok düşünür tarafından geçmişten günümüze yalan çok kez tartışılmıştır. Bazı düşünürler siyasette yalanın kullanılmasının gerekli ve faydalı olabileceğine vurgu yapmıştır. Örneğin Platon, halkın refahı ve otoritenin sağlanması için yalanı gerekli görmüş hatta buna da asil yalan demiştir. Bazı düşünürler ise dürüstlüğün bir altyapı olarak güçlü olması gerektiği düşüncesindedir. Örneğin Kant (ö.1804) için doğruluktan yana olmak toplumu oluşturan yapı taşıdır.²⁶⁵ Bu noktada doğruluk kavramını iyi anlamamız gerekmektedir. Zira bir şeyin gerçek olması ile doğru olması aynı şey değildir.

Doğruluk ve gerçeklik birbirine sık karıştırılan kavramlardır. Gerçeklik kavramı daha çok nesnelere yönelik bir kavramdır. Hakikat ise bu gerçekliğin insan zihninde oluşurken getirdiği yansımalarıdır. Örneğin erik bir gerçektir ve nesneldir. Erik var olmak için insan zihnine ihtiyaç duymaz. Gerçeklik insan zihninden bağımsızdır. Bu nedenle de varlık felsefesinin konusudur. Erik bir meyvedir, dediğimizde ise bu bir bilgidir ve var olması için insan zihnine ihtiyaç vardır. Dolayısıyla “Erik bir meyvedir.” ifadesi bir hakikat (doğruluk) iken, “erik” bir gerçektir. Doğruluk için gerçeklikle ilgili ortaya atılan kuramlar, ifadeler veya savlardır diyebiliriz. Görüldüğü üzere aslında hakikat sadece insan zihni içerisinde oluşan bir yapıdır.²⁶⁶ Bu bilgilerden yola çıkarak diyebiliriz ki insanların yanlış bilgiyi alması da doğru bilgiye ulaşması da aslında tamamen kendi zihnindeki bilgiyi süzgeçten geçirme yöntemine bağlıdır.

Siyasi retoriklerin yalan söylemesi hep var olan bir durumdur fakat zaman içerisinde dinleyicilerin bu yalanlara verdiği tepkiler değişmiştir. Günümüzde siyasetçilerin yalan söylemediğine inanacak birisinin bulunması neredeyse imkânsızdır. Bu dinleyicilerin de farkında olduğu ve kabullendikleri bir gerçektir ve

²⁶⁴ Eda Mezda, “Propaganda Aracı Olarak Siyasi Parti Reklamları: 2014 Yerel Seçim Örneği”, **Anadolu Üniversitesi İletişim Bilimleri Fakültesi Uluslararası Hakemli Dergisi**, Cilt: 25, Sayı: 3, 2017, s. 7.

²⁶⁵ Alev Özkazanç, “Yalan İktidar ve Muhalif Siyaset: Arendt ve Derrida Üzerinden Bazı Değerlendirmeler” **Yeni Türkiye Hakikatsiz Siyaset Soylu Yalan**, (Ed. Betül Yazar), Phoenix Yayınevi, Ankara 2018, s. 143.

²⁶⁶ Alpay, ss. 27-28.

bu duruma karşı olan tepkilerini yitirmeye başlamışlardır.²⁶⁷ Dinleyicilerin de farkında olduğu bu gerçek eğer kendini gösterecek hiçbir performans bulamazsa sessizce gerçek olmaya devam edecektir çünkü hakikat daha önce de belirttiğimiz gibi insana ihtiyaç duyar ve çaba olmadan kendiliğinde ortaya çıkmaz.²⁶⁸ Ne yazık ki insanların yalanları kabullenışı ve hakikat için gerekli çabayı göstermemesi de doğruluğun önemini yitirmesine sebebiyet vermeye başlamıştır.

Bununla birlikte dinleyiciler retorun yalan söylediğini bilse bile buna karşılık bir eylemde bulunmuyor ya da retora karşı gözünde kötü bir imaj oluşmuyor. Örneğin 2016 ABD seçimlerinde Trump'ın birçok yalanı ortaya çıkarılmış ve kamuoyuna sunulmuş fakat seçim sonunda yine de Trump galip gelmiştir.²⁶⁹ Bunun en önemli sebeplerinden biri dinleyicinin kendini de aslında bir nevi kandırıyor olmasıdır. Siyasi retorlar ikna süreçlerinde kitlelerinin rasyonel yönlerine değil daha çok duygusal yönlerine ulaşmaya çalışmaktadırlar. Kişiler rasyonel bir bakış açısıyla retorun yapmaya çalıştığı çoğu manipülasyonu fark edebilir ve bu tarz yöntemlerle kandırılmazlar.

Diğer bir tarafta ise eğer kişinin bazı korku, mağduriyet, hüzn, nefret, kutsallık, milliyetçilik gibi ifadelerle duyguları harekete geçirilen dinleyici hakikat arayışına girmediğinde ve bir nehre kapılmışçasına bu duygulara kendisini bıraktığında hakikat önemini yitirmeye başlıyor. Dinleyici aslında doğruluğunda şüphe olduğunu bildiği çoğu şeyi kendi içerisinde hakikat olarak kabul etmektedir. Genellikle bu tür dinleyiciler için retorların verdikleri vaatlerden çok bu vaatlerin kendilerinde uyandırdığı duygular ön planda tutulmaktadır.²⁷⁰ Gerçeğin kendisi var olmaya devam etmektedir fakat asıl bu gerçeği görmek artık onlar için yeterli öneme sahip değildir çünkü onlar bu gerçeğin kendilerine sunulmuş şeklini kabul etmişlerdir.

Şunu da eklemeliyiz ki bazı durumlarda, birtakım dinleyiciler yalanları farkında oldukları halde duygusal etkilere kapılarak onu hakikat olarak görmek yerine rasyonel düşünerek durumu tamamen kavrayabilmektedir. Ancak politika yapmamak için, hakikati gün yüzüne çıkarmak adına da bir eylemde bulunmaktan

²⁶⁷ Ralph Keyes, çev. Deniz Özçetin, **Hakikat Sonrası Çağ**, Delidolu Yayınları, Ankara 2019, ss.10-12.

²⁶⁸ Yarar, s. 18.

²⁶⁹ Alpay, s. 54.

²⁷⁰ Alpay, s. 30; Yunus Emre Özer, **Post-Truth, Post-Truth Siyaset ve Yerel Düzeye Etkileri: Etik İlkeler Üzerinden Bir Değerlendirme**, Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Sayı: 55, 2023, s. 368.

kaçınıyorlar ve sessizliğe bürünüyorlar. Burada hiç kimsenin unutmaması gereken etken, halk politik olarak aktif bir rol edindiğinde hak sahibi olur. İnsanlar iyi bir hayat sürebilmek için gerekli refah, güvenlik gibi temel ihtiyaçlarını sağlanması dışında aynı zamanda en az bu ihtiyaçlar kadar önemli özgür düşünmeyi ve özgür ifade kullanabilme haklarını da isterler. Dolayısıyla insan sadece politik rolü ile bir ethos kurarak kendi benliğine de ulaşır. Bilindiği gibi Aristoteles de aynı zamanda insan için politika yapan canlı tanımını kullanmıştır. Aynı zamanda Yunan demokrasisine yönelik kullanılan “hakikat”, Atinalılarda “*parrhesia*” olarak kullanılmaktadır. Parrhesia vatandaş ve özne olmak anlamlarıyla da kullanılır. Yani hakikati belirtemeyen kişi kölelikle aynı konumdadır.²⁷¹ Dolayısıyla retorlar her yöntemi kullanabilir ama dinleyici de kendi rasyonelliğini kullanarak politika yapmaktan çekinmemelidir.

Yukarıda da belirttiğimiz gibi, siyasi retorlar her zaman hileli yollara başvurarak dinleyiciyi ikna etmeye çalışacak ve yalanlarını manipüle etmek için bir araç olarak görecektir çünkü eylem siyasetin asıl olayıdır. Zira dinleyicileri ikna edip onların aksiyon almasını sağlamak siyasi retorun ana amacıdır.²⁷² Bu durumda dinleyicinin manipüle olmamak için yalanları fark edebilmesi ve gerçek olandan kopmaması adına dikkatli olması gerekir. Kişinin, siyasi retorun sunduğu öncüller hakkında bilgi sahibi olması avantajına olacaktır. Bu sayede dinleyici, retorun öncülü sunarken kullandığı ifadelerin doğruluğuna karar verebilir ve retor yanlış bir bilgi kullandığında bunu saptayabilir. Ayrıca dinleyiciye verilen bilgiler çok karmaşık veya onun bilgi düzeyinde olmadığında dinleyici zihninde açık temiz bir şekilde bilgiyi konumlandıramadığından yanlış düşmesi daha kolay olmaktadır. Dolayısıyla dinleyici kesinlikle kendisine karmaşık gelen ve zihninde açık ve net bir şekilde göremediği ifadeleri irdelemesi gerekir. Bu ifadeleri yeterince anlamlandırdığında ve mantığına uyduğunda bilgiyi kabul etmesi gerekir. Aksi takdirde yanılsama da yüksek olasılıktır.²⁷³

Retorun manipülasyon için kitlenin duygularına hitap edeceğinden yukarıda da bahsetmiştik. Bu tarz durumlarda dinleyicilerin akıl yürütmeleri sekteye

²⁷¹ Yazar, ss. 28-29.

²⁷² Hannah Arendt, çev. İmge Oranlı, Berfu Şeker, **Siyasette Yalan**, Sel Yayınları, İstanbul 2018, s.14.

²⁷³ Alpay, s. 106.

uğrayabilir. Bundan dolayı dinleyicinin hem duygusal yönlerini hem de rasyonel taraflarını dengede tutmaları gerekmektedir. Onların yoğun akıl yürütmeyi bir kenara bırakarak duygu seline kapılmamaları gerekir. Belirtmeden geçemeyeceğimiz en önemli durumlardan birisi de dinleyicilerin içinde büyüdükleri sosyal ortam ve kültürleridir. Kişi çocukluğundan gelen çoğu normları doğru olarak kabul eder ve onları araştırma gereği duymaz.²⁷⁴ Bu dinleyicinin yanlışla düşmesine giden yolda bulunan açık bir kapıdır ve kullanılabilir. Dinleyici sorgulamayı hiçbir zaman bırakmamalıdır.

Yalanla oluşturulacak retorun, oluşturabileceği tehlikelerin yanısıra siyasette yalanın gerekli bir durum olduğunu savunan düşünürler de vardır. Yukarıda kısaca değindiğimiz gibi, Platon dinleyicinin siyasilere karşı yalan söylemesine tamamen karşıyken siyasilerin halka yalan söylemesini onaylar ve bunu yapılması gereken olarak belirtir. Ona göre siyasi yöneticiler halkına en iyi imkânları sağlamak için her şeyi yapabilir. Platon'un burada toplumu kendi içinde sınıflandırmaya gittiğini görüyoruz. Onun için siyasi liderler aslında tanrının onlara verdiği doğuştan gelen yetenek sayesinde önderlik yapabiliyorlar. Bu yeteneğe doğuştan sahip olmayanların dışında birisi önderlik etmeye kalkarsa toplumun çökeceğini ve bunu da tanrının buyurduğunu belirtmiştir.²⁷⁵ Bu ifadeleri kabul edenler toplumdaki yerlerini sorgulayamayacak ve durumlarını kader olarak kabul edeceklerdir. Böylelikle siyasi otoritenin kurulması da çok daha kolay olacaktır. Platon için bunu sağlayan da asil yalandır.

20. yüzyılın en büyük siyasi teorisyenlerinden Hannah Arendt'in (ö.1957) düşüncesine göre modern dünyadaki kamusal alan salt gerçeklerin ve siyasi çıkarların çatışma alanı haline gelerek kişilerin aldatılmasına dönüşmüştür. Arendt, kamusal alanın artık Antik Yunan döneminde olduğu gibi sadece tarihe geçen siyasal eylemlerin gerçekleştiği alan değil aynı zamanda oluşan yalanlarla tarihin de inkâr edildiği alan olduğunu düşünmektedir. Bahsedilen tarihi inkâr Arendt'a göre dünya savaşlarından sonra oluşmaya başlamıştır. Bu tarz yalanlar herkes tarafından bilinen ve kabul edilen tarihi olaylara saldırabilmektedir. Örneğin anlatılara göre eski Fransa başbakanı Clemenceau, Paris Barış Antlaşması sırasında bir Alman temsilcisine ileride hiçbir tarihinin Belçika'nın Almanya'yı istila ettiğini yazmayacağını

²⁷⁴ Emiroğlu, **Mantık Yanlışları**, ss. 25-26; Alpay, ss. 107-109.

²⁷⁵ Platon, **Devlet**, ss. 273-274 (415a-415c).

söylemiştir. Bu eylem savaşın nedenlerini ve sorumlularını araştıran herkesin fikirlerini etkileyebilecek kayıtların değiştirilmesine neden olabilecek bir ifadedir. Alman ordusunun 4 Ağustos 1914'te Belçika sınırlarına girmesinin kayıtlanmasına rağmen Fransa başkanı bu gerçeğe tam olarak siyasi alanda saldırmıştır diyebiliriz.²⁷⁶

Hannah Arendt, yalancı kişinin eylem insanı olurken, gerçeklere bağlı kalan kişinin eylem insanı olmadığından bahseder. Ona göre yalancı dünyayı değiştirmek için olgusal gerçekleri kendi istediği gibi olacak şekilde yorumlar. Bu kişi eylemde bulunma yetisinin, dünyayı değiştirebileceğinin de farkındadır ve bundan avantaj sağlar. Bu yalan söyleme kabiliyeti ise kişinin özgürlüğünün göstergesidir. Dolayısıyla yalan sadece geçmişe yönelik bir eylem değil, siyasi ve tarihi olarak gelişim gösteren bir eylemdir. Bu da yalana tehlikeli farklı bir yön kazandırmaktadır. İlk başta siyasi alanda etki yaratmak amacıyla bir araç olarak başvuru yalan sadece siyasete hizmet eder ama sonrasında büyük bir değişiklik göstererek artık eylemler için araç olmak yerine onları kendine araç eden bir hal alır. Yalan nesnel sayılabilecek bilgilere saldırır ve kitlesel hareket eder çünkü amacı sadece bireyi ikna etmek değil tüm kitlenin doğru bildiği gerçekleri değiştirmektir. Diğer bir deyişle o, tarihi değiştirmektir. Geleneksel yalanda yapılan olgusal gerçekliği tozlandırmak, çarpıtmak artık modern yalanda direkt gerçeğin yok edilmesine ve oluşturulan yalanın da onun yerine konulmasına kadar gitmektedir. Arendt için modern zamandaki en büyük tehlike de buradan çıkmaktadır ve siyaset alanında olgusal gerçeklerin tamamen yitirilmesidir.²⁷⁷

Hannah Arendt'a takip eden ve onun fikirlerini, yazılarını daha da derinleştirerek ele alan Derrida, Arendt'ı siyaset ve yalan kavramlarının ilişkisinde psikanalitik ve performatif açıdan eksik kaldığı için eleştirmektedir. Derrida'ya göre "simulacra" makinesinin ana etken olduğu durumlarda geleneksel yalan anlayışının bir anlam ifade etmediğini belirtmiştir. Ayrıca Arendt'ın olgusal gerçeklere uygulanan manipülasyon kavramının da yetersiz kaldığını söylemiştir. Derrida açısından, siyaset için dürüstlük gibi erdemleri kaybetmemek adına "açık yalan" kavrayışını benimsememiz gereklidir. Derrida buna ithafen geleneksel olarak yalan anlayışının performatif özelliğine vurgu yapar. Ona göre yalan ihanet ettiği noktada doğruluk vaadinde de bulunduğu için performatiftir. Derrida, Arendt'ın yalanın bir

²⁷⁶ Arendt, ss. 71-72.

²⁷⁷ Arendt, ss. 73-75.

eylem olduğu, olgu ya da bir durum olmadığı fikrine katılmaktadır. Derrida yalan ve yanlış arasındaki farka özellikle dikkat çekmek istemektedir. Yalanlar kasıtlı olarak yapılan eylemlerken yanlışlar doğruluğa yönelik yapılmış hatalardır. Yalan kavramının aynı zamanda korunabilmesi için bilinçli yapılan ve bilinçsiz yapılan, iyi niyet ve kötü niyet, yararlı olan ve zararlı olanlar arasındaki farklılık kritik önem taşımakla birlikte bu farklılığı gözetemediğimiz ve bu durumları birbirinden ayrılmasına büyük önem vermektedir.²⁷⁸

Sonuç olarak yalan, tarih boyunca birçok düşünür tarafından kötülenmiş ve kullanıldığındaki olası sonuçları ve tehlikeleri belirtilmiştir. Bu tehlikeler genel olarak halkın düzene olan tüm güvenini kaybetmesi ve bunun sonucu olarak toplumun bozulmasına kadar gidebilmektedir. Aynı zamanda yalanın gerekli olduğuna dair de birçok çalışma bulunmaktadır. Doğal olarak hepimizin aklında bir tereddüt oluşabilmektedir. Konunun kendisi de birçok düşünürün belirttiği üzere oldukça karmaşık ve naiftir. Yalan retorun kendi çıkarları için kullanmaması gereken aksi takdirde onu birçok tehlikeyle yüz yüze bırakan bir araçtır. Bunun yanı sıra ulusal bir güvenlik söz konusuysa veya halkta panik oluşturabilecek ve refahı bozabilecek durumlar ortaya çıkacaksa yalan kabul edilebilir görülmüştür. Siyasi tarih boyunca ise yalan çoğu kez aldatmaya yönelik, çıkarlar hedefinde kullanılmıştır. Modern zamana ilerledikçe de yalan artık versiyon değiştirmeye başlamış ve gelişen medya etkisiyle de kitlesel hareket ederek, geleneksel yalanın aksine gerçeklere etki etmek yerine onları yok edip yerine geçmeye başlamıştır.

2.5.2. Sahte Bilgi ve Belge

Gelişen teknoloji ve oluşan yeni medya, bilgi güvenilirliği sorununu da beraberinde getirmiştir. Özellikle internet ve sosyal medya herkesin bilgi üretebileceği ve yayabileceği bir ortam oluşturmuştur. Bununla birlikte bilginin yayılma hızı da kontrolden çıkmış ve teyit edilmeyen birçok bilgi çok kısa bir sürede büyük kitlelere ulaşmaktadır. Bu nedenle teknoloji çağında kaynağı belli/belirsiz birçok sahte bilgiye maruz kalmaktayız. **Sahte bilgiler**, kişiler üzerinde algı oluşturmak, onları manipüle etmek amacıyla kasıtlı olarak üretilen bilgilerdir ve

²⁷⁸ Özkazanç, ss. 158-159.

dezenformasyon olarak adlandırılırlar. Bu tür bilgiler kişileri veya kurumları hedef göstererek nefret söylemlerine neden olabilmekte ve bu da toplumsal huzurun bozulmasına sebep olabilmektedir.²⁷⁹

Sahte bilgi ve belgelerin üretiminin bu kadar kolay olması ve çok büyük bir hızla yayılabilmesi insanları manipüle etmeyi oldukça kolaylaştırmıştır. Bu durum birçok politikacı açısından bir avantaj olarak değerlendirilmiştir. Çünkü siyasette manipülasyon ve algı yönetimi her ne kadar etik olmasa da dünya üzerinde artık siyaset ve manipülasyon neredeyse bir tutulmaktadır. Özellikle Post-Truth dönemi ile birlikte, bilgilerin kendisinden ziyade uyandırdıkları duygular ön planda tutulmaya başlanmış ve doğruluk neredeyse önemini yitirmektedir. İnsanların öğrendikleri bilgileri mantık çerçevesinde değerlendirmek ve sorgulamak yerine duygularla değerlendiriyor olmaları siyasiler tarafından manipüle edilmelerine ortam hazırlamaktadır. Siyasetçiler sahte bilgi ve belgeleri, halkın duygularına hitap edecek şekilde oluşturarak algı yönetmek, rakibi itibarsızlaştırmak ve seçimlerde oy artırmak için kullanabilmektedirler. Bu durum ise halkta güven kaybına yol açabilmekte ve demokrasiye olan inancı zedeleyebilmektedir.²⁸⁰

Bu tür sahte bilgilerin üretilmesinde birçok yol bulunmaktadır. Bu yollardan biri, insanların düşüncelerini belli bir yöne çekmek adına bir konuya ait bilgilerde istenilen amaca uygun değişikliklerin (yanlış bilgiler eklemek veya doğru bilgileri silmek vb.) yapılmasıdır.²⁸¹ Örneğin 1994 yılında Yerel Seçimlere istinaden Ankara, İstanbul ve İzmir kapsamında yapılan kamuoyu araştırmasında, kazanma ihtimali gözükmeyen üç isim seçimlerin galibi olmuştur. Araştırma sonuçlarından gerçek veriler silinerek başarılı olma ihtimalleri olan partilerin kazanma ihtimalleri bulunmuyormuş gibi gösterilmiştir. Seçmenleri alternatif bir partiye oy vermeye yönlendirerek seçimler manipüle edilmeye çalışılmıştır.²⁸² Araştırma şirketlerinin

²⁷⁹ Selman Selim Akyüz, Mete Kazaz, Birol Gülnar, “İletişim Fakültesi Öğrencilerinin Sahte/Yalan Haberlerle İlgili Görüşlerine Yönelik Betimleyici Bir Çalışma”, **Selçuk İletişim Dergisi**, Cilt: 14, Sayı: 1, 2021, s. 220; Seçil Utma, “Dijital Çağda Medyanın Psikolojik Gücü: Algı Yönetimi Perspektifinden Kuramsal Bir Değerlendirme”, **Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**, Sayı: 22, 2018, s. 2908; Yunus Emre Özer, “Post-Truth Siyaset ve Yerel Düzeye Etkileri: Etik İlkeler Üzerinden Bir Değerlendirme”, **Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**, Sayı: 55, 2023, s. 368.

²⁸⁰ Özer, ss. 366-367.

²⁸¹ Kazaz, Akyüz, **Sahte Haber**, s. 47.

²⁸² Nurettin Güz, “Siyasi Etik İhlalleri Aracı Olarak Kamuoyu Araştırmaları”, **Düşünce Dünyasında Türkiz Siyaset ve Kültür Dergisi**, Cilt: 2, Sayı: 7, Güntülü Eğitim Yayıncılık, Ankara 2011, ss. 36-37.

tarafsız olacağı görüşüyle insanlar bu tür kuruluşların sahte bilgilerine sorgulamadan inanabilmektedirler.

Kuruluşların gerçek bilgileri manipüle ederek çarpıtabileceği gibi art niyetli kişiler de sahte bilgi ve belgeleri gerçek kuruluşlara aitmiş gibi göstererek insanları manipüle edebilmektedirler.²⁸³ Bu gibi durumlarda gösterilen kaynak güvenilir olduğu için insanlar sorgulamadan inanma eğiliminde olabilmektedirler. Fakat bu tür sahte bilgi veya belgenin ömrü genellikle çok uzun olmamaktadır. Zira gerçek kurumlar sahte bilgiyi tespit ederek kamuoyuna en kısa sürede duyurmaktadır. Her ne kadar kurumlar bu duyurularında oldukça hızlı olsalar da sosyal medyanın yüksek hızda bir bilgi akışına sahip olması bu durumda kısa süreli bir sansasyona sebep olabilmektedir.

Özellikle sosyal medyanın bu kadar geniş bir kitleye sahip olması ve kullanıcıların gerçek kimliklerine ihtiyaç duymadan paylaşım yapabilmeleri sahte bilgi ve belge üretiminde büyük bir artışın yaşanmasına sebep olmuştur. Sosyal medyada en sık karşılaşılan sahte bilgi üretme yolu ise paylaşılan video veya fotoğraflarda montaj yapılmasıdır. Çoğunlukla partizan olarak adlandırılan seçmenler tarafından oluşturulan montajlar, partilere ve siyasilere karşı karalama amaçlı yapılmaktadır. Örneğin ABD'nin eski Başkanı Donald Trump, 2016 Başkanlık seçimleri sırasında Stormy Daniels adlı bir film oyuncusuyla ilişkisiyle ilgili olarak "sus payı" suçlamasıyla hakkında açılan dava kapsamında tutuklanabileceğini duyurdu ve destekçilerini protestoya çağırdı. Bu açıklamaların ardından sosyal medyada, deepfake teknolojisi kullanılarak üretilen sahte tutuklama görüntüleri hızla yayılmaya başladı. Ancak belirtmek gerekir ki, bu görüntülerin tamamı asılsız ve yapay zekâ kullanılarak üretilmiştir. Gerçeği yansıtmayan bu manipüle edilmiş içerikler, dikkatli olunması gereken birer yanıltıcı örnektir. Gerçeklikten uzak olan bu sahte görüntüler, yapay zekâ teknolojisinin yanlış amaçlarla kullanıldığı bir örnek olarak karşımıza çıkmaktadır.²⁸⁴

²⁸³ Kazaz, Akyüz, **Sahte Haber**, s. 48.

²⁸⁴ Hürriyet, (24 Mart 2023), **İlk bakışta gerçek gibi... Trump'a 'gözü' ABD'yi ayağa kaldırdı**, <https://www.hurriyet.com.tr/yazarlar/fulya-soybas/ilk-bakista-gercek-gibi-trumpa-gozalti-abdyi-ayağa-kaldirdi-42239417> bkz. Türker Elitaş, "Dijital Manipülasyon "Deepfake" Teknolojisi ve Olmayanın İnadırıcılığı", **Hatay Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**, Cilt: 19, Sayı: 49, ss. 113 -128.

Bazı durumlarda ise kişiler sahte olmayan ancak farklı olaylara ait fotoğraf ve videoları sanki ilgili olaya aitmiş gibi paylaşabilmektedirler.²⁸⁵ Örneğin bir sokak kavgasına ait fotoğraf, bir siyasinin mitinginde olmuş gibi paylaşarak provokasyon yapılabilmektedir. Her ne kadar sahte oldukları kolay bir şekilde tespit edilebiliyor olsa da insanlar kanıt olarak gösterilen bu içerikleri sorgulamadıklarında paylaşılan bu gönderilere kolay bir şekilde inanabilmektedirler.

Montaj fotoğraf ve videoların sosyal medyada bu kadar yaygın olmasındaki en önemli sebeplerden biri sosyal medyanın insanların kimliklerini saklayarak paylaşım yapabileceği bir ortam olmasından kaynaklıdır. İnsanlar kimliklerini saklayarak eylemlerinin sorumluluklarından da kaçındıklarını düşünmektedirler. Bu minvalde sahte profiller ile gerçek kişileri veya kurumları taklit eden hesaplar da sahte bilgi ve belge üretiminde kullanılan bir diğer yöntemdir.²⁸⁶ Örneğin, A partisinin kitlesine özgü simgeler, ifadeler kullanılarak oluşturulan bir sosyal medya hesabında insanlardan tepki toplayacak paylaşımlar yapılarak parti ve kitlesi kötü gösterilmeye çalışılmaktadır. Burada genellikle amaç, belli bir siyasi partinin kitlesine karalama kampanyası oluşturmaktır.

Seçmenleri yanlış bilgilerle ve sahte belgelerle manipüle etmek, algıları yöneterek belli bir düşünceye ve partiye yönlendirmek siyasilere, medyaya ve demokrasiye zarar verebilmektedir. Seçmenin düşüncelerini yönlendirecek ve kararlarını değiştirecek sahte bilgi ve belgeler şüphesiz seçim sonuçlarını da etkileyecektir. Bu da seçmenlerin desteğini hileli yollar ile kazanmış kişilerin seçilmesine sebep olabilmektedir. Seçim sonuçlarının bu şekilde manipüle edilmeye çalışılması halkın iradesinin kısıtlanması anlamına gelmektedir. Halkın güveninin ve inancının zayıflaması uzun vadede güven bunalımına neden olmakta ve bu da siyasi süreci, kurumları ve demokratik sistemin zayıflamasına yol açacaktır. Bu nedenle seçimlerin adil ve özgür bir şekilde gerçekleşmesi büyük önem arz etmektedir.

²⁸⁵ Nihal Kocabay Şener, “Doğruluk Kontrol Merkezi ve Yalan Haber Kavramlarına İlişkin İçeriklerin Medyada Yansımasının Araştırılması”, **Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi**, Sayı 29, 2018, s. 360; Kazaz, Akyüz, **Sahte Haber**, ss. 51-52.

²⁸⁶ Kazaz, Akyüz, **Sahte Haber**, s. 54.

Dolayısıyla halkı yönlendirecek sahte bilgi ve belgelere karşı gerekli önlemler alınmalıdır.²⁸⁷

Belge bölümümüzde bahsettiğimiz gibi belgede sahtecilik anayasal bir suçtur ve niteliğine göre para ve hapis cezası ile karşı karşıya kalınabilir. Bunun dışında sosyal medyada hızlı bir şekilde yayılan yalan bilgiler için sosyal medya kuruluşları bu tür bilgileri önlemek adına gönderileri şikâyet etme, engelleme, bu gönderileri üreten hesapların kaldırılması gibi yollara başvurmaktadır. Bunların yanı sıra doğruluk merkezleri de medyada dolaşan bilgilerin gerçekliğini kontrol etmektedir. Böylelikle birçok sahte bilgi ve belge kısa sürede teyit edilebilmektedir. Fakat yine de bu sorunun tamamen önüne geçmek pek mümkün değildir. Bu nedenle aldığımız bilgileri mantık çerçevesinde sorgulayarak kaynağını iyi tetkik etmek ve ihtiyatlı davranmamız gerekmektedir.

2.5.3. Çarpıtma

TDK Türkçe Sözlüğü'ne göre bilgiyi çarpıtma; kişiyi veya kurumu herhangi bir konuda bilinçli olarak gerçeği saptırarak yanlış bilgilendirme, dezenformasyon şeklinde tanımlanmaktadır.²⁸⁸ Bu terim, bilinçli olarak yanıltıcı veya yanlış bilgi, haber veya içerik üretmek amacıyla yapılan bilinçli bir eylemi ifade eder. Başka bir deyişle dezenformasyon, toplumu yanıltmak, manipüle etmek veya yanlış yönlendirmek için kullanılan bir araçtır.²⁸⁹

Aristoteles'in retorik anlayışına göre çarpıtma, bir tartışma sürecinde doğru olmayan teknikleri kullanarak hedef kitleyi veya muhatabını ikna etmeye çalışmaktır. Bu teknikler, çıkarlar doğrultusunda bir sonuca ulaşmak adına bilgiye farklı anlamlar yükleyerek onu yanıltıcı bir hale getirir. Diğer bir ifade ile çarpıtma, gerçekten saptırarak yanıltıcı teknikler kullanarak hedef kitleyi veya muhatabını etkilemeye çalışmaktır.²⁹⁰

²⁸⁷ Şener, s. 361; Güz, ss. 38-39; Mete Kazaz, Selman Selim Akyüz, "İletişim Fakültesi Öğrencilerinin Sahte/Yalan Haberlerle İlgili Görüşlerine Yönelik Betimleyici Bir Çalışma", **Selcuk İletişim Dergisi**, Cilt: 14, Sayı: 1, 2021, s. 225.

²⁸⁸ <https://sozluk.gov.tr/> (TDKS) (28.04.2023)

²⁸⁹ Hüseyin Köse, Nurlan Salamov, "Tv Tartışmalarında Çarpıtma Unsurları: II. Karabağ Savaşı (Ermenistan -Azerbaycan Çatışması) Örneği", **Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**, 25 (Özel Sayı), 128- 152, s. 135.

²⁹⁰ Aristoteles, **Retorik**, ss. 143-158 (1397- 1402a 25).

Modern dünyada da siyasi söylemlerde sıklıkla kullanılan bir teknik olan çarpıtma, bireylerin görüşlerini etkilemek için retorik tuzaklarını kullanmayı amaçlar. Bu tuzaklar, yukarıda da belirttiğimiz gibi, gerçekleri kasıtlı olarak yanlış şekilde sunarak insanların düşüncelerini değiştirme veya manipüle etme yolunda kullanılır. Dezenformasyon retorisi, propaganda, yalan haberler ve sahte bilgilerin yayılması gibi birçok farklı şekilde ortaya çıkabilir. Dezenformasyon retorisinin en önemli nedeni, güç ve kontrol kazanma arzusudur. Siyasi retorlar veya partiler belirttiğimiz gibi kendi çıkarları doğrultusunda insanları manipüle etmek ve kendi hedeflerine ulaşmak için dezenformasyon retorisi kullanırlar. Bu taktiğin kullanımı, toplumun düşünce yapısını değiştirebilir ve halkın doğru bilgiye erişmesini engelleyebilir.²⁹¹

Örneğin, sosyal medyada yayılan bir dekont görüntüsüne dayanarak, AK Partili Maksut Serim'in Cumhurbaşkanı adayı Muharrem İnce'ye 10 milyon TL bağış yaptığı iddiası ortaya atıldı. Ancak yapılan araştırmalar sonucunda, dekontun montajlandığı ve gerçek olmayan bir bilgiyi yaymaya yönelik bir dezenformasyon yaparak insanları yanıltma ve çarpıtma tekniklerine örnek olarak gösterilebilir.²⁹² Bu tür çarpıtmaların amacı, genellikle belirli bir siyasi görüşü veya hedefi desteklemek, rakipleri zayıflatmak veya toplumun bir kesimini etkilemektedir.

Siyasi çarpıtmaların yapılması, insanların yanlış kararlar vermesine neden olabilir ve toplumsal sorunların çözümüne katkı sağlamak yerine daha da kötüleştirebilir. Ayrıca, bu tür çarpıtmalar toplumda güven kaybına da neden olabilir. Bu durum toplumsal huzursuzluğa, kutuplaşmaya ve hatta şiddete yol açabilir. Bu nedenle, doğru bilgiye dayalı bir iletişim tarzı benimsemek ve çarpıtma tekniklerini tanıma konusunda bilinçli olmak önemlidir. Böylece, toplumda yanlış bilgi yayılması ve manipülasyonu önlenerek daha sağlıklı ve güvenli bir toplumsal ortam oluşturulabilir.

Modern dönemde, siyasi çarpıtma birçok farklı şekilde gerçekleştirilebilir. Bunlardan, istatistik kandırma ve manipülasyonu sırasıyla ele alacağız.

²⁹¹ Tracy Howell, Gary Kemp, **Eleştirel Düşünme Kılavuzu**, çev. Bilge Tanrıseven, Tubitak Popüler Bilim Kitapları, 2.Basım, Ankara 2020, s. 69.

²⁹² Türkiye Cumhuriyeti Cumhurbaşkanlığı İletişim Bakanlığı, **Dezenformasyon Bülteni**, Sayı 64, https://www.iletisim.gov.tr/images/uploads/dosyalar/Dezenformasyon_Bulteni_Say-i_64_2.pdf, ss.13-14.

2.5.3.1. İstatistik Kandırma

İstatistik bilimi ile belli bir konuya ilişkin veriler toplanır, değerlendirilir ve bu, hem içinde bulunulan durumun anlaşılmasında hem de alınacak yeni kararların belirlenmesinde kullanılır.²⁹³ Siyaset alanında alınan kararlarda halkın tepkisinin ölçülmesinde, seçmenlerin oy verme davranışlarının analizinde ve oluşturulacak yeni politikalarda veri analizi oldukça büyük bir önem arz etmektedir. Siyasetçiler de özellikle seçim kampanyalarında bu verilerden yararlanarak seçmenlerin desteğini kazanmayı amaçlamaktadırlar.²⁹⁴

İstatiksel veriler ile sunulan bilgiler insanlara her zaman daha inandırıcı gelmiştir. Bu nedenle siyasiler de iddialarında sıklıkla istatistiksel verilere yer vermektedir. İstatistiklerin inandırıcılığından yararlanmak isteyen bazı siyasiler ise bu durumu halkı kandırmak ve düşüncelerini yönlendirmek amaçlı kullanabilmektedir. Bu minvalde gerçek verilere ekleme veya çıkarma yapılarak analiz sonuçları değiştirilebilmektedir. Örneğin Donald Trump, Twitter hesabında paylaştığı bir istatistikte, siyahi ve beyaz ırkta insanların hangi ırk tarafından öldürülme oranının yüksek olduğu gösteriliyordu. Trump'ın paylaştığı bilgilere göre, siyahi insanların beyazlar tarafından öldürülme oranları oldukça düşükken beyazların siyahiler tarafından öldürülme oranı nispeten daha yüksektir. Fakat Trump'ın Tweet'inde paylaştığı istatistiksel oranlar gerçeği yansıtmamaktadır. Burada ırkçılık üzerine bir algı yönetimi yapılmak istenmiştir.²⁹⁵

Bilgilerin eklenip çıkartılabileceği gibi kesin veriler alınamayacak değerlerin kullanılarak bir istatistiksel sonuç oluşturulması da siyasetçilerin istatistiksel kandırmada kullandıkları bir yöntemdir. Örneğin bir ülkedeki evsiz insan sayısı üzerine net bir veri sunulamaz. Çünkü ülkedeki belli bir zamanda evsiz kişi sayısı kesin bir şekilde tespit edilemez. Bu nedenle yaklaşık sayılar kullanmak yerine kesin bir sayı üzerinden istatistiksel analiz yapılması doğru olmayacaktır.²⁹⁶ Politikacıların bu noktada kullandıkların verinin kaynağına dikkat etmeleri gerekmektedir.

²⁹³ Onur Özsoy, **İktisatçılar ve İşletmeciler İçin İstatistik**, Siyasal Kitapevi, Ankara 2014, ss. 1-2.

²⁹⁴ Ilgar Seyidov, "Büyük Verinin Gücü Adına: Siyasi Kampanyalarda Etkili Veri Kullanımı", **TRTAkademi**, Cilt: 6, Sayı: 11, 2021, ss. 35-36.

²⁹⁵ Financial Times, **Politikacılar istatistikleri nasıl zehirledi?** <https://www.ft.com/content/2e43b3e8-01c7-11e6-ac98-3c15a1aa2e62>, (12.06.2022.)

²⁹⁶ Kahane, p. 101.

Yukarıdaki örnekte olduğu gibi sahte veriler ile manipülasyon yapılabildiği gibi tamamen doğru hesaplamalar ile de gerçeği çarpıtmak mümkündür. İstatistik biliminde verilerin toplanma biçimi oldukça önemlidir. Zira tüm analiz sonuçları eldeki verilere göre oluşturulmaktadır. Yapılacak analizler için istenilen sonuca uygun veriler toplandığında doğal olarak analiz sonucu da belirlenen hedef doğrultusunda olacaktır. Görüldüğü üzere sadece istenilen hedefe uygun örneklem²⁹⁷ seçimi ile verilerin hesaplanmasında bir hileye başvurulmadan istatistiksel kandırma mümkündür.²⁹⁸ Bu minvalde siyasi alanda da yapılan seçim anketleri, sunulan politikalarla karşı halkın tepkisinin ölçülmesi gibi birçok alanda anket sonuçları belli niteliklerde örneklemelerin seçilmesi ile manipüle edilebilmektedir.

Bu durumu bir örnek üzerinden daha somut bir şekilde açıklayabiliriz. Örneğin bir belediye başkanının turistik bir alanda doğal yaşamı korumak ve doğanın tahribatını önlemek amacıyla aldığı bir karara yönelik tepkileri ölçmek istediğimizi düşünelim. Belirlenen bölgede işletmeleri olan birçok kişi yaşayacakları maddi kayıptan ötürü politikaya karşı çıkacaktır. Fakat çevreci birçok insan da bu politikayı savunacaktır. Bu noktada yerel halkın karara olan tepkisini ölçmek adına yapılan ankete katılanların büyük bir çoğunluğu bu alanda işletme sahibi kişiler olursa istatistik sonucunda da “yerel halkın %75’i politikayı istemiyor” şeklinde bir raporun oluşması şaşırtıcı olmaz. Aynı şekilde anket katılımcılarının çoğunluğu çevreci kişiler olduğunda “yerel halkın büyük çoğunluğu kararı destekliyor” sonucuna varmak şaşırtıcı olmayacaktır. Böyle bir durumda hesaplamalar doğru olsa da varılan sonuçlar doğru değildir. Anlaşılacağı üzere herhangi bir konuda yapılan istatistiksel araştırma sonuçları tamamen toplanan verilerin bir yansımasıdır.

Bahsettiğimiz gibi istatistiksel kandırmada hesaplamalarda yalan söylenilmesine gerek yoktur. Taraflı örneklemeler seçilerek istatistiksel sonuçlar manipüle edilebileceği gibi örneklemin büyüklüğü de yapılan analiz sonuçlarını etkilemektedir. Örneğin bir siyasetçi, doktorlara yönelik geliştirdiği bir politikayı savunmak için doktorların %80’inin bu politikayı istediğini belirtebilir. Fakat sadece on tane doktorun fikri alınmışsa verilen oran bir anlam ifade etmemektedir. Verilen oranda bir hata

²⁹⁷ Örnekleme ilgili konuya ait toplanan verilerin tümünün oluşturduğu havuz şeklinde tanımlayabiliriz.

²⁹⁸ Darrell Huff, çev. Ergin Koparan, **İstatistik İle Nasıl Yalan Söylenir?**, Sarmal Yayınevi, İstanbul 1995, ss. 22-24.

olmamasına ve yalan söylenmemesine rağmen siyasetçi, doktorların çoğu bu politikayı istiyor izlenimi vermeyi başarmıştır. Bu nedenle istatistiksel oranlarda toplanan verilerin büyüklüğünü bilmek oldukça önemlidir.²⁹⁹

İstatistiksel verilerin bu şekilde manipüle edilmesi ile siyasiler rakiplerini geri planda bırakmayı, oy oranlarını artırmayı, performanslarını iyi göstermeyi hedeflemektedir. Bu minvalde siyasetçiler mali tabloları ve ekonomik verileri de manipüle edebilmektedirler. Örneğin performanslarını yüksek göstermek için belli bir ekonomik göstergede birtakım giderleri hesaplamaadan çıkararak hedeflenen sonuca ulaşabilirler. Böylelikle iyi bir bütçe yönetimi yaptıkları izlenimi vermeyi hedeflemektedirler.³⁰⁰

Sonuç olarak bakıldığında istatistiksel veriler, halkın nabzının ölçülmesinde ve yeni oluşturulacak politikalara yol göstermede oldukça yarar sağlamaktadır. Ayrıca sayısal verilerin halk üzerinde inandırıcılığı oldukça yüksektir. Bu nedenle birçok siyasetçi, kampanyalarında istatistiksel verilere sıklıkla yer vermektedir. Fakat halkı ikna etmek adına sahte verilere de başvurulabilmektedir. Bu durumun anlaşılması ise siyasetçi ve partisi için itibar kaybına sebep olmakla birlikte belgede sahtecilik suçu gibi anayasal suçlar ile yargılanmalarına da yol açabilir. Bu nedenle istatistiksel kandırmada, taraflı örneklem oluşturmak gibi hesaplanacak verilerin istenilen sonuca uygun seçilmesi daha yaygın bir yöntemdir. Bu noktada kişilerin analiz sonuçlarına inanmadan önce hangi veriler üzerinde analiz yapıldığına dikkat etmesi gerekmektedir. Unutmayalım ki rakamlar yalan söylemez ama yalan söyleyenler rakamları kullanırlar.

2.5.3.2. Manipülasyon

Manipülasyon, bilinçli bir şekilde başkalarını yanıltmak veya aldatmak amacıyla kullanılan bir yöntemdir. Bu yöntem genellikle gerçekleri saklamak, zihin karışıklığı yaratmak ve yanıltıcı bilgilerle insanları yönlendirmek gibi hileli taktikler

²⁹⁹ Huff, ss. 40-42; Kahane, s.103-104.

³⁰⁰ Murat Ocak, Fırat Coşkun Güçlü, “Muhasebe Manipülasyonu: Hile, Yaratıcı Muhasebe, Kâr ve İzlenim Yönetimine İlişkin Kavramsal Çerçeve”, *Uluslararası Alanya İşletme Fakültesi Dergisi*, Cilt: 6, Sayı: 3, 2014, s. 130.

kullanılarak gerçekleştirilir.³⁰¹ Siyasi alanda da **manipülasyon**, kişilerin duygusal ve zihinsel durumlarını etkileyerek insanları ikna etmek amacıyla kullanılır. Özellikle 20.Yüzyılda gelişen sosyal medya ile siyasi retorların paylaştığı her ileti; semboller, duygusal imgeler ve toplumsal sorunlara yönelik mesajlar ile manipülatif unsurlar içermektedir.³⁰²

Siyasi retorlar genellikle manipülatif yöntemler kullanarak kişilerin kararlarını etkilerler ve bu şekilde desteklerini kazanarak iktidarı elde etmeyi amaçlarlar. İktidara ve güce sahip olan siyasiler kitleleri kendi amaçları doğrultusunda yöneltmek isterler. Bu bağlamda toplumda var olan güç dengesizliğini kullanarak kendi çıkarları doğrultusunda bir düzen kurmak ve bu düzeni sürdürmek amacıyla halkın desteğini kazanmayı hedeflerler. Halkı inandırabilmek ve onların rızasını alabilmek adına da manipülasyon yöntemine başvururlar.³⁰³

İnsanların bireysel haklarının ve özgürlüklerinin korunduğu liberal demokrasilerde manipülasyon oldukça yaygın bir şekilde kullanılan siyaset aracıdır. Herbert Schiller’in de vurguladığı gibi fikir ve düşünce özgürlüğüne sahip olmayan, baskı altında yönetilen toplumlarda manipülasyon gerekli bir araç değildir. Halk alınan kararlara uymak zorundadır. Dolayısıyla siyasilerin halkı etkilemek için çaba sarf etmesi de gereksizdir.³⁰⁴ Bu durumun tam aksine, liberal toplumlarda alınan kararlara halkın rıza göstermesi gerekmektedir. Siyasiler de halkı kendi taraflarına çekebilmek ve rızalarını alabilmek adına manipülasyonu retorik çalışmalarının merkezine almışlardır. Bu minvalde siyasiler sahte kanıtları, yalan söylemleri ve çarpıtılmış gerçekleri halkı inandırmak için kullanmaktadırlar.

Bu durum etik ilkelere tamamen aykırı olmasına rağmen modern siyasetin atası olarak bilinen Niccolo Machiavelli, bir siyasetçinin iktidarlık pozisyonunu koruması için manipülasyon, yalan söylem ve nezaketsizlik gibi yollara başvurabileceğini savunur. Machiavelli’ye göre siyasi retor, bu amaç doğrultusunda

³⁰¹ Ersal Kiraz, “Sosyal Medyada Sahte Haberin Yayılmasında Kullanıcı Faktörü”, **İnönü Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi**, Cilt: 5, Sayı: 1, 2020, s. 10.

³⁰² Beyzade Nadir Çetin, Propaganda Olgusu ve Propagandanın Amerikalaşması, **Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi**, Cilt: 24, Sayı: 2, Elazığ 2014, s. 240; Güder, ss. 83-84.

³⁰³ Meltem Güler, “Bir Manipülasyon Aracı Olarak Rızanın İmalatı”, **Abant Kültürel Araştırmalar Dergisi**, Cilt: 3, Sayı: 5, 2018, s. 99.

³⁰⁴ Güler, s. 77.

her türlü aracı kendi çıkarı için kullanabilir.³⁰⁵ Bu doğrultuda gelişen Makyavelizm felsefesine göre siyasinin asıl amacı iktidara sahip olmak ve iktidarı elde tutmaktır. Makyavelizm felsefesi üzerine kurulmuş Herestetik kavramını ise “siyasinin iktidarı elde etmek amacıyla manipülasyon yöntemlerini kullanarak stratejiler oluşturmaları” şeklinde tanımlayabiliriz. Herestetik sanatına göre eğer siyasetçi iktidarı kazanmak istiyorsa ilk öncelikle halkla bütünleşmesi ve onlara değer verdiğini göstermesi gerekmektedir. Siyasi retor halka karşı; bizim büyük milletimiz, onurlu Türk milleti, şanlı Türk milleti gibi ifadelerle halka kendisini değerli hissettirecek hitaplar kullanmalıdır. Bu övgüler manipülasyonun başlangıç yöntemlerindendir. Bunun dışında siyasetçi, manipülasyon yöntemi olarak yalan söylem, oy ticareti, kayırmacılık, gündem belirleme, hileli seçim bölgesi taksimatı gibi unsurları da kullanmaktadır. Politik manipülasyon aracı olarak kullanılan yalan söylem önceki bölümde de bahsedildiği üzere en fazla kullanılan yöntemlerden biridir. Seçmenlerin ilgisini çekmek adına yalan vaatlerde bulunmak veya rakibini karalamak için gerçek dışı iddialarda bulunmak, özellikle seçim dönemlerinde karşımıza çıkan en yaygın yalan biçimleridir.³⁰⁶

Manipülasyon aracı olarak kullanılan en yaygın yöntemlerden biri de gündem belirlemektir. Gündem, ilgili siyasetçinin çıkarları doğrultusunda güzelleme yapmak veya bir problemin üzerini örtmek amacıyla kullanılabilir.³⁰⁷ Siyasiler kendi imajlarını oluşturmak ve halkın ilgi odağını yönlendirmek amacıyla yeni gündemler belirleyerek medyayı manipüle edebilmektedirler. Medya, siyasi ve ekonomik güç odaklarının etkisi altında kalarak toplumu yanıltıcı ve yönlendirici bir rol oynayabilir.³⁰⁸ Bu minvalde medya araçları belirttiğimiz gibi, halkın rızasını kazanmakta ve onları ikna etmekte en güçlü unsurlardandır. Birinci Dünya Savaşı sürecinde de kitle iletişim araçları ile gerçekleştirilen propagandalar, halkın sahip olduğu düşüncelerin yönlendirilmesinde ve halkın manipüle edilmesinde medyanın

³⁰⁵ Coşkun Can Aktan, “Makyavelizm, Herestetik ve Politik Manipülasyon Sanatı Kamu Tercihi Perspektifinden İyiliksever Despot ve İktidar Hırsı”, **Sosyal Bilimler Dergisi**, Cilt: 14, Sayı: 2, 2022, ss. 124-125.

³⁰⁶ Aktan, ss. 129-132.

³⁰⁷ Ayten Güngör, “Gündem Belirleme Kuramı Bağlamında Sosyal Medya İle Siyaset Gündeminin Karşılaştırmalı Analizi”, **İnönü Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi (İNİF E-Dergi)** Cilt: 6, Sayı: 2, 2021, ss. 77-78.

³⁰⁸ Mücahit Gültekin, **Algı Yönetimi ve Manipülasyon Kanmanın ve Kandırmanın Psikolojisi**, Pınar Yayınları, İstanbul 2016, s.17; Mevlüt Altıntop, Gökhan Bak, “Algı Yönetimi ve Manipülasyon: Kanmanın ve Kandırmanın Psikolojisi”, **Academic Knowledge**, Cilt: 5, Sayı: 2, 2022, s. 348.

etkisini açıkça ortaya koymuştur.³⁰⁹ Bu etkinin günümüzde hemen her demokratik ülkede yapılan seçimlerde görüldüğünü söylemek mübalağa olmayacaktır.

Manipülasyon aracı olarak kullanılan bir diğer unsur **oy ticaretidir**. Menfaatler doğrultusunda oluşturulan yasa tekliflerinin, politikaların uygulanabilmesi adına bir ortaklık kurulmasıdır. Farklı ideolojilere sahip siyasiler iktidara ulaşmak veya iktidardaki konumlarını korumak amacıyla menfaatler doğrultusunda bir araya gelerek negatif oy ticaretinde bulunmaktadır.³¹⁰

Siyasilerin iktidarda kalma arzusu, oy kazanma stratejilerinde manipülatif bir yöntem olan hizmet kayırmacılığına da yönlendirmektedir. Bu nedenle seçim zamanı siyasiler, politikalarını kendi seçmen kitlesinin çıkarları doğrultusunda uygulayabilmektedir. Siyasiler, kendi yönetimlerinde olan bölgelere bütçe konusunda ayrımcılık yaparak ve bu bölgelerdeki projelerin tamamlanma süresi, maliyeti, kalite oranı gibi ölçekler üzerinde değişiklik yapılması ile halkı manipüle edebilmektedirler.³¹¹

Bu minvalde politikalar belirlenirken asıl dikkat edilmesi gereken unsurlar göz ardı edilebilmektedir. Ülke bütçesinin, uygulanacak hizmetlerde en verimli ve en etkili şekilde kullanılması gibi ekonomik amaçlara öncelik vermek yerine sadece politikanın kazandıracağı oy potansiyeline öncelik verilmektedir. Örneğin, bir sağlık projesine ayrılacak bütçe, halkın dikkatini çekmek adına insanlar arasında daha popüler olacak bir ulaşım projesine harcanabilir. Halk verilen hizmetler ile manipüle edilmeye çalışılmaktadır. Fakat bu durum bütçenin iyi yönetilememesine ve verimli bir şekilde kullanılamamasına yol açmaktadır. Dolayısıyla diğer projelerde ve hizmetlerde aksaklık yaşanılacaktır ve sonucunda halk olumsuz etkileneceği için manipülasyon yöntemi ile kazanılan oylar tekrar kaybedilebilir. Genel olarak bakıldığında hizmet kayırmacılığı karşıt görüşteki insanların da dikkatini çekeceğinden ve ileride ekonomik açıdan sıkıntı doğurabileceğinden aslında tehlikeli

³⁰⁹ Güler, s. 80.

³¹⁰ Coşkun Can Aktan, **Kamu Tercihi İktisadi ve Anayasal Politik İktisat**, Seçkin Yayınları, Ankara 2019, s. 227.

³¹¹ Arzu Özkanan, Ramazan Erdem, “Yönetimde Kayırmacı Uygulamalar: Kavramsal Bir Çerçeve”, **Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**, Cilt: 2, Sayı: 20, Isparta 2014, s. 197.

bir yöntemdir. Bu asıl verilmesi gereken hizmetlerde de aksaklık yaşanacağından elde edilen kitlenin de kaybedilmesine yol açabilecek bir yöntemdir.³¹²

Politikacılar tarafında manipölasyon aracı olarak kullanılan diğerk bir yöntem ise stratejik oylamadır. Seçim döneminde kararsız kalan birçok seçmen vardır. Kararsız kalan seçmenler genellikle sempati duydukları partinin kazanma ihtimalinin olmadığını düşündükleri için partiye boş yere oy vermek istemez. Bundan faydalanmak isteyen diğerk siyasiler ise seçmenleri oy kullanmaya teşvik ederken aynı zamanda oylarının etkili olabilmesi için kendilerine oy vermeye ikna etmeye çalışırlar. Politikacılar seçmenlere, sevdikleri partilerin zaten kazanamayacaklarını, en azından kazanma ihtimali çok daha yüksek olan kendi partilerine oy vermelerinin daha mantıklı olduğunu savunurlar. Böylelikle, oylarının boşa gitmeyeceğini ve etkisiz kalmayacağını vurgularlar. Bu yöntem kararsız kalan seçmen kitlesinde oldukça etkili olan bir yöntemdir.³¹³

Görüyoruz ki seçmenleri ikna etmek için birçok manipölasyon yöntemi bulunmaktadır. Politikacılar, mantıksal çerçeveler içinde kalarak gerçekleri çarpıtmadan şeffaf bir şekilde halkı ikna etmek yerine iktidarı kazanma arzusuna yenik düşerek birçok kandırma yoluna başvurmaktadırlar. İlk başlarda tehlike arz etmiyormuş gibi gözüken bazı manipölasyon yöntemleri halk tarafından dikkate alınmamaktadır. Manipüle edilmeye çalışıldıklarını fark etseler de bunu büyük bir problem olarak görmemektedirler. Politikacının bu manipölasyon yöntemlerine başvurmalarının sebebi iktidarı elde etme hırsı maalesef gün geçtikçe daha da yoğunlaşmaktadır. Bu durum aslında halk için büyük bir tehlike arz etmektedir. Zira iktidarı elde eden siyasi onu elinde tutmak için her yolu deneyecektir. Bu minvalde anayasalar manipüle edilebilir ve halk bir çıkmazın içine sürüklenerek refah seviyesi düşük, hak ve özgürlüklerin kısıtlandığı bir yönetime maruz kalabilirler.

³¹² Ersin Yavuz, Sevinç Yaraşır Tülümce, “Hizmet Kayırmacılığının Kuramsal Çerçevesi”, **Maliye ve Finans Yazıları Dergisi**, Cilt: 36, Sayı: 118, 2022, ss. 138-140.

³¹³ Funda Bayrakdaroglu, Turgay Uzun, Hatice Hicret Özkoç, “Siyasal Pazarlama Kapsamında Seçmenlerin Stratejik Oylama Eğilimleri Üzerine Bir Araştırma: Menteşe Örneği”, **Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi**, Cilt: 21, Sayı: 3, 2016, ss. 911-912.

SONUÇ

Mantık alanında bildiğimiz kadarıyla Antik Yunan'a kadar uzanan retorik sanatı, o çağlarda yaşanan siyasi, adli ve sosyal olayların etkisi ile ortaya çıkmıştır. Sofistler, retorığı insanları etkilemek, ikna etmek veya kandırmak gibi amaçlarla siyasi meclis ve mahkemelerde ustalıkla kullanmışlardır. Ancak Aristoteles, retorik üzerine çalışmalarını önceki retorik deneyimleri ile birleştirerek mantık temelli yeni bir retorik anlayışı ortaya koymuştur. Aristoteles, retorığı sadece kandırma yolu olarak kullanılan bir yöntem olmaktan çıkarmış ve onun sistematik bir yapı haline yani mantığın bir bölümü haline gelmesini sağlamıştır. Böylece o, kıyas sanatı olarak ele alarak mantığın retorikte önemli bir rol oynadığını işlemiştir. Ayrıca Aristoteles, Antik Yunan dünyasında politik retorığın yeterli ilgiye sahip olmamasını da eleştirmiş ve politik retorığı diğer retorik türlerine göre daha üstü olduğunu belirtmiştir. Bu katkılarından dolayı Aristoteles, retorığın günümüze değin etkili kalmasını sağlayan bir düşünür olmuştur.

Politik retorığın sistemli bir şekilde üzerinde duran kişinin Aristoteles olduğunu biliyoruz. Bu tür retorikte, muhatapları ikna etmek hatta kandırmak amaçlanmaktadır. Bir retor, muhataplarını başarılı bir şekilde ikna etmek için ethos, pathos ve logos ikna etme yöntemlerine dikkat etmelidir. Politik söylemde çeşitli konuşma araçları kullanılmaktadır. Retor, konuları işlerken üslup ve biçimine, yani konuşmasını düzenlemeye dikkat etmelidir. Politik retorikte, retor muhatapları ikna etmek ve etkilemek için Aristoteles'in bahsettiği gibi entimemleri, örnekleri, bilgi ve belgeleri ustalıkla kullanmaya çalışır. Ancak bunu yaparken kıskançlık, aşırı rekabet, iktidar hırsı, ego, popülerlik sevdası, kişiyi hedef alma, otoriteye aşırı bağlılık, tarafgirlik ve korkutma gibi yanlışlara düşebilir. Bu yanlışlar, tezde örnekleriyle açıklanmıştır. Çağdaş retorikte ise yalan, sahte bilgi ve belge, çarpıtma, istatistikleri yanıltma ve manipülasyon gibi olumsuzluklar görülmektedir. Tezde bu olumsuzluklar, örnekler ve eleştirilerle açıklanmıştır.

Politik retorik, halkın refahını ve yaşam kalitesini, ülkenin geleceğini doğrudan etkilediği için oldukça önemli bir alandır. Siyasetçilerin halkı ikna ederek yönetime gelebilmeleri için başarılı bir ikna çabası gereklidir. Bu noktada siyasi retorun halkı ikna ederek oy toplayabilmesi için üç ikna yöntemi olan ethos, pathos ve logosu birlikte başarıyla icra etmelidir. Araştırmamız boyunca ethos, pathos ve

logos stratejilerinin incelikleri ve retorikteki işleyişini öncelik sırasına göre işledik. Bu yöntemlerden biri öne çıktığında diğerlerinin gereken önemi görmediğini müşahade ettik. Dolayısıyla çalışmamızda ethos, pathos ve logosun birbirinden bağımsız olmadığını ve bu üç yöntemin bir arada düşünülmesi gerektiğini vurgulamak istedik. Örneğin yalancılık ile tanınmış ve halkın güvenini tamamen yitirmiş bir siyasi retor, sağlam kanıtlara sahip olsa da kanıtlarını dinleyecek kimseyi bulamayacaktır. Bu nedenle etkili ve güçlü bir ikna için siyasi retor, ethos, pathos ve logos yöntemlerinden birine odaklanmak yerine hepsini başarılı bir şekilde oluşturmalıdır. Zira bu üç unsurdan sadece birine dayanarak diğerlerini göz ardı etmek iknada başarısızlığa yol açacaktır.

Siyasi retor, ikna etmenin etkisini artırmak için bu yöntemler ile birlikte retorikte birçok aracı da kullanmaktadır. Belge, yemin, reklam ve sosyal medya bu araçlar arasındadır. Belgeler siyasi retorun iddialarını desteklemek ve kanıtları için oldukça önemli bir unsurdur. Yeminleri çalışmamızda **vaat** olarak ele aldık. Aslında siyasi retorların konuşmalarındaki en önemli hususun veya halkın ikna emede en önemli etkenin vaatler olduğu görülmektedir. Bu nedenle siyasi retor vaatte bulunurken halkın ihtiyaçlarına ve güncel konulara dikkat etmelidir. Vaatler sadece sözde kalmamalı, mutlak anlamda icraate dönüşmelidir. Çünkü gerçekleştirilen vaatler halkta güçlü bir güven duygusu oluştururken, gerçekleştirilmeyen vaatler de halkın güveninin kırılmasına, retorun itibarının zedelenmesine neden olacaktır.

Reklamlarda dil- dışı retorik dilsel retorik kadar ağır basmakta hatta daha ön plana çıkmaktadır. Her ikisinin profesyonelce birleştirilmesi durumunda etkileyici ve halkın dikkatini çekecek reklamlar oluşturulur. Bu noktada reklamların periyodik bir şekilde yapılması retorun rakiplerinin önüne geçmesi bakımından önem taşır.

İnternetin gelişmesi ve sosyal medyanın büyük bir kitle kazanması, politik retoriği başka bir boyuta taşımıştır. **Sosyal medya** milyarlarca kullanıcıyı bünyesinde barındırarak aynı anda çok büyük bir kitleye ulaşma imkânı sunmaktadır. Özellikle genç seçmenlerin birçok olaya bu mecralardan dahil olması ve gündemin bu mecralarda oluşması siyasi retorların da sosyal medyaya katılımını zorunlu hale getirmiştir. Siyasetçiler, sosyal medya sayesinde kitle analizi yapabilmekte, halkın olaylara karşı tepkisini ölçerek sınıflandırabilmekte ve çeşitli yaş gruplarının, değişik kesimlerin beğenileri ve talepleri konusunda öngörü sahibi olmaktadır. Böylelikle

retorları, sınıflandırma yaparak kitlelere uygun konuşmalar hazırlamaları, onları ikna etmede büyük çapta başarılı kılacaktır. Burada en büyük etken son yıllarda büyük bir gelişme gösteren yapay zekâdır. Bu mecralar kendi algoritmalarında **yapay zekâyı** kullanarak profil analizi yapabilmekte ve sınıflandırılmış bilgileri kullanıcılarına sunabilmektedir. Yapay zekâ çok büyük verileri çok kısa sürelerde işleyerek ayrıntılı analizler yapabildiğinden ve öğrenme kapasitesi sayesinde yeni girilen verilere dair çıkarımlar oluşturduğundan politik sınıf için mükemmel bir araçtır. Son yıllarda gündemde olan ve birçok kullanıcıya sahip ChatGPT gibi yapay zekâ araçları kişilerin sorularına en uygun cevapları saniyeler içerisinde vermektedir. Bu tür yapay zekâ araçları oluşturulan kitle analizlerine göre her kitleye uygun onları etkileyebilecek konuşmalar için retorlara ışık tutmaktadır. Yapay zekâ kitleye özel hazırladığı örnek konuşma metinlerinde, hangi konulara değinilmesi gerektiğine ve hangi tür vaatlerde bulunulması gerektiğine dair fikirleri siyasi retorlara sunmaktadırlar. Son zamanlarda gündemde olan diğer bir teknoloji ise sanal gerçeklik ile bizi farklı bir boyuta götüren Metaverse'dir. Bu sistem de Türk siyasetine hızlı bir giriş yapmıştır. Ali Babacan Metaverse üzerinden bir genel merkez binası satın almış ve Metaverse üzerindeki ilk siyasi mitingini gerçekleştirmiştir. Görüldüğü üzere gelişen yeni teknolojiler siyaseti ve retoriği çok farklı bir boyuta taşımaktadır. Gelişen yeni teknolojinin politik retorik üzerindeki etkisi, bizim çalışmamızda asıl konumuzdan uzaklaşmamıza neden olacağından ayrı bir çalışmada ele alınmasının daha uygun olacağını düşündük.

Teknolojinin bu denli gelişmesi ve yeni araçların ortaya çıkması aynı zamanda halkın manipüle olmasına da yol açmıştır. Retorlar iktidar hırsı, ego gibi duygular ile halkı ikna edebilmek için her yolu mübah görmüştür. Bu noktada mantık yanlışlarına düşen bir retor, etik olmayan yollara başvurarak da halkın desteğini kitleleri kandırarak kazanabilir. Aristoteles bu hatalardan korunmanın en iyi yolunun bu konuda kendimizi eğitmek ve geliştirmek olduğunu savunmuştur. Dolayısıyla hem retorun hem halkın mantık ilmine hâkim olması gerekmektedir. Bu noktada önerimiz tüm liseler de klasik mantık ve retorik konularının müfredata eklenmesi yönündedir. Lise son sınıf öğrencileri on sekiz yaşına girdikten sonra oy kullanacağından öğrencilerin oy kullanmaya başlamadan önce manipüle olmamak ve özellikle siyasetçilerin bu yönde uyguladıkları yöntemlerin farkında olarak yanlışa

düşmemeleri için mantık ilmini öğrenmeleri gerekmektedir. Böylece retorik konusunda bilinçli, siyasilerin kandırma yollarına düşmeyen, kolay bir şekilde manipüle olmayan ve doğru akıl yürütme tekniklerini bilen öğrenciler yetiştirilmiş olacaktır. Ders içeriklerinde olması gerektiğini düşündüğümüz birkaç konu ise şöyledir:

- İyi bir retorun sahip olması gereken özellikler.
- Hitap edilen kişileri veya kitleyi tanıma, anlama ve empati kurabilme.
- Verilmek istenilen mesajın etkili bir şekilde iletebilmesi için beden dilinin önemi ve nasıl kullanılması gerektiği.
- Konuşmada ses tonunun önemi ve nasıl ayarlanması gerektiği.
- Mantıksal ve duygusal argümanların önemi ve nasıl oluşturulması gerektiği.

Bu sağlandığında, günlük hayatta bireylere iyi bir iletişim kurabilmede, topluluk önünde retorun şekil ve içerik şartlarına dikkat ederek ses ve nefes kontrolü yerinde, diksiyonu düzgün, ikna edici konuşmalar yapmada başarı sağlayacaktır.

Tarih boyunca teknoloji ile beraber siyasi retorların kullandıkları yöntemler ve araçlar büyük değişiklik göstermiştir. Antik Çağ'da retorlar, sadece yürüme mesafesindeki alanlarda ve sınırlı sayıdaki kişilerle retorik sanatını icra ederken, günümüzde siyasi retorlar sadece saniyeler içinde milyonlarca insana ulaşabilmektedir. Öngörümüz, gelecekte de kullanılan yöntemler ve araçlar değişmeye devam edecektir. Fakat değişmeyen şeyler retorun ve halkın mantık yanlışlarına açık oluşları ve retorların sahip olacakları ethos, pathos ve logosu iyi kullanıp kullanmamalarıdır. Kullanılan araçlar farklı da olsa, Aristoteles'in işlediği mantık kuralları ve iknada ortaya attığı ölçüler günümüzde hala etkili rolünü sürdürmektedir. Bu minvalde bakıldığında Aristoteles'in *Retorik* adlı eseri için her zaman retoriğin en büyük kaynaklarından olmaya devam edecektir diyebiliriz. Çünkü retoriği klasik mantık temelinde ele almıştır. Kısacası klasik mantığın ana konuları ve özenle işlemeye çalıştığımız retorik, bunların uzantısı olarak, analitik ve eleştirel düşünme kullanıldığı takdirde, diğer alanlarda olduğu gibi siyasi alanda da hem retorlara hem de muhataplarına etkili ve başarılı olma imkânı açacaktır.

KAYNAKÇA

5237 Sayılı TCK, Madde 204. <https://www.mevzuat.gov.tr/MevzuatMetin/1.5.5237-.pdf> s.23. (18.12.2022)

Acun, Ramazan. “Her Dem Yeniden Doğmak: Online Sosyal Ağlar ve Kimlik”, **Milli Folklor Dergisi**, Geleneksel Yayıncılık, Sayı: 89, Ankara 2011.

Ağaoğulları, Mehmet Ali. **Sokrates' ten Jakobenlere: Batı'da Siyasal Düşünceler**, İletişim Yayınları, İstanbul 2015.

AK Parti. **Seçim Beyannamesi**. <https://www.akparti.org.tr/media/bwlbkgif/tu-rkiye-yu-zy%C4%B1%C4%B1-ic-in-dog-ru-ad%C4%B1mlar-2023-sec-im-beyannamesi.pdf> , s.189. (14.04.2023)

AK Parti. **Türkiye Yüzyılı İçin Doğru Adımlar**. <https://www.akparti.org.tr/media/dwyd05pu/tu-rkiye-yu-zyılı-ic-in-dog-ru-adımlar-2023-sec-im.pdf> s. 274 (13.04.2023)

Akar, Erkan. “**Sosyal Medya**”, (Ed. F.Zeynep Özata), T.C. Anadolu Üniversitesi Yayını No: 2877, Ünite: 3, Eskişehir 2013.

Aksoy, Abdulkadir, Onur Türkölmez. “Dijital Çağa Demokrasiyi Çağırarak: Cambridge Analytica Skandalı”, **Journal Of Political Administrative and Local Studies**, Cilt: 3, Sayı: 1, 2020.

Aktan, C. Coşkun. “Makyavelizm, Herestetik ve Politik Manipülasyon Sanatı Kamu Tercihi Perspektifinden İyiliksever Despot ve İktidar Hırsı”, **Sosyal Bilimler Dergisi**, Cilt: 14, Sayı: 2, 2022.

Aktan, Coşkun Can. **Kamu Tercihi İktisadı ve Anayasal Politik İktisat**, Seçkin Yayınları, Ankara 2019.

Aktan, Coşkun Can. **Osman Kürşat Acar, Kamu Yönetiminde Kayırmacılık**, Sosyal Bilimler Araştırma Derneği, Hukuk ve İktisat Araştırmaları Yayınları, İzmir 2021.

Aktan, Ercan. **Sosyal Medya Kullanımının Siyasal Katılıma Etkisi**, (Yayınlanmamış Doktora Tezi), Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Halkla İlişkiler ve Tanıtım Anabilim Dalı, Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bilim Dalı, Konya 2017.

Aktepe, S. Hilal. “Tülin Durukan. Siyasal Pazarlama İletişiminde Yeni Sosyal Medya Kanallarının Kullanımın Z Kuşağı Üzerindeki Etkisini Belirlemeye Yönelik Betimleyici Bir Araştırma: Youtube ve Twitch Örneği”, **Journal of Applied and Theoretical Social Sciences (JATSS)**, Cilt: 4, Özel Sayı, 2022.

Akyüz S. Selim, Mete Kazaz ve Birol Gülnar. “İletişim Fakültesi Öğrencilerinin Sahte/Yalan Haberlerle İlgili Görüşlerine Yönelik Betimleyici Bir Çalışma”, Cilt: 14, Sayı: 1, **Selçuk İletişim Dergisi** 2021.

Akyüz, Ünal. “Siyaset ve Ahlak”, **Yasama Dergisi**, Sayı: 11, (93 – 129), 2009.

Alatlı, Alev. **Aklın Yolu da Bir Değildir**, Destek Yayınları, Ankara 2009.

Alpay, Yalın. **Yalanın Siyaseti**, Destek Yayınları, İstanbul 2017.

Altınörs, Atakan. “Platon ile Aristoteles’in Retorik Anlayışlarının Karşılaştırılması”, **Ekev Akademi Dergisi**, Sayı: 49, 2011.

Altıntop, Mevlüt ve Gökhan Bak. “Algı Yönetimi ve Manipülasyon: Kanmanın ve Kandırmanın Psikolojisi”, **Academic Knowledge**, Cilt: 5, Sayı: 2, 2022.

Anık, Cengiz. **Siyasal İkna**, Vadi Yayınları, Ankara 2000.

Anadolu Ajansı, **Obama Guantanamo’yu Kapatma Sözünü Tutamadı**, <https://www.aa.com.tr/tr/dunya/obama-guantanamo-yu-kapatma-sozunu-tutamadi/688149> (19.01.2023)

Aragonés, Enriqueta, Andrew Postlewaite, Thomas Palfrey. Political Reputations And Campaign Promises, **Journal of the European Economic Association**, Cilt: 5, Sayı: 4, 2007.

Arendt, Hannah. çev. İmge Oranlı, Berfu Şeker, **Siyasette Yalan**, Sel Yayınları, İstanbul 2018.

Arens, F. William. **Contemporary Advertising**, McGraw-Hill/Irwin, New York 2002.

Aristoteles, **Organon I (Kategoryalar)**, çev. Hamdi Ragıp Atademir, Milli Eğitim Basım Evi, Ankara 1963.

Aristoteles, **Organon- V (Topikler)**, çev. H.Ragıp Atademir, Milli Eğitim Basımevi, İstanbul 1996.

Aristoteles. **Nikomakhos'a Etik**, çev. Saffet Babür, Ayraç Yayınevi, Ankara 1997.

Aristoteles. **Politika**, çev. Furkan Akderin, Say Yayınları, İstanbul 2017.

Aristoteles. **Retorik**, çev. Mehmet H. Doğan, Yapı Kredi Yayınları (YKY), İstanbul 2020.

Aristoteles. **Sofistik Çürütmeleri Üzerine**, çev. Y.Gurur Sev, Pinhan Yayıncılık, İstanbul 2019.

Arslan, Ahmet. **İlkçağ Felsefe Tarihi 3**, İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları, İstanbul 2007.

Avcı, Kemal ve A. Banu Hülür. “Siyasal Seçim Vaatlerinin Seçmenin Oy Verme Kararına Etkisi: 2015 Kasım Seçimleri Bolu Örneği”, **Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi**, Cilt: 9, Sayı: 43, 2016.

Aydemir, Salih. **Retorik ve Şiir**, Mizanpaj Yayınevi, İstanbul, 2020.

Ayşe Nil Kireççi. “Reklamcılıkta Görsel İknanın Kuramsallaştırılma Çabaları ve Philips ve McQuarrie’nin Reklamcılıkta Görsel Retorik Sınıflandırması Üzerinden Reklam Analizleri”, **Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi**, Cilt: 11, Sayı: 2, 2018

Baba, Coşkun. “Retorik Mantık İlişki”. **Bingöl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**, Cilt: 9, Özel Sayı, Bingöl 2019.

Baba, Coşkun. “Retorikte Ethosun Yeri”, **Felsefe Dünyası Dergisi**, Sayı: 67, Ankara 2018.

Baba, Coşkun. “Retorikte Pathosun Yeri” **Mantık Çalıştayı Kitabı VIII**, (Ed. Kamer, Vedat ve Şafak Ural), Mantık Derneği Yayınları, İstanbul 2018.

Baba, Coşkun. **Meclis Tutanaklarının Mantıksal Açidan İncelenmesi**, Hiper Yayın, İstanbul 2019.

Baba, Coşkun. **Retoriğin İkna Gücü**, Çizgi Kitap Evi, Konya 2018.

Başaran, Funda. “Yeni İletişim Teknolojileri, Alternatif İletişim Olanakları”, **Mülkiye Dergisi**, Cilt: 34 Sayı: 269, Ankara 2010.

Başarır, Murat. **Siyasal İletişim Sürecinde Lider Üslubunun Seçmen Davranışındaki Rolü Üzerine Bir Araştırma**, (Yayınlanmamış Doktora Tezi), Selcuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Halkla İlişkiler ve Tanıtım Anabilim Dalı, Konya 2015.

Batı, Uğur. **Reklamın Dili**, Alfa Yayıncılık, 5 Baskı, İstanbul 2019.

Batı, Uğur. **Reklamlarda Retorik Figürlerin Kullanımı**, Öneri Dergisi, Cilt: 7, Sayı: 28, 2007.

Baum, Robert. **Logic**, Holt, Rinehart and Winston, USA, 1975.

Bayrakdaroglu, Funda, Turgay Uzun ve Hatice Hicret Özkoç. “Siyasal Pazarlama Kapsamında Seçmenlerin Stratejik Oylama Eğilimleri Üzerine Bir Araştırma: Mentşe Örneği”, **Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi**, Cilt: 21, Sayı: 3, 2016.

Bilgili, A. Hidaye ve Büşra Çetin, “Siyasi Liderlerden Beklenen Liderlik Özellikleri: X VE Y Kuşağı Bağlamında Nitel Bir Araştırma”, **Lefke Avrupa Üniversitesi (LAÜ) Sosyal Bilimler Dergisi** (X- 11), 2019.

Billig, Michael, Cristian Tileaga, Susan Condor. **Political Rhetoric**, Oxford Handbook of Political Psychology, Oxford University Press, England 2013.

Bostancı, Mustafa. **Bir Siyasal İletişim Aracı Olarak Sosyal Medya: Milletvekili ve Seçmen Örneğinde Bir Alan Araştırması**, (Yayınlanmamış Doktora Tezi), Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gazetecilik Anabilim Dalı, Kayseri 2015.

Bowell, Tracy, Gary Kemp. **Eleştirel Düşünme Kılavuzu**, çev. Bilge Tanrıseven, Tubitak Popüler Bilim Kitapları, 2. Basım, Ankara 2020.

Bruns Axel, Burgess Jean. “#ausvotes How Twitter Covered the 2010 Australian federal Election, Communication”, **Politics & Culture Journal**, Vol.: 44, No: 2, 2011.

Buhârî, Ebu Abdillâh Muhammed b. İsmail el-Buhari, **Sahih’ul Buhari**. Tefsîr 26/2, 34/2, 111/1-2, Daru’s Sahnun, Çağrı Yay, İstanbul 1992.

Büker, Seçil ve Ayşe (Eziler) Kıran. **Televizyon Reklamlarında Kadına Yönelik Şiddet**, Alan Yayıncılık, İstanbul 1999.

Cevizci, Ahmet. **Felsefe Terimleri Sözlüğü**, Paradigma Yayınları, İstanbul 1999.

Cialdini, B. Robert. **İknanın Psikolojisi**, çev. Yasemin Fletcher, Kapital Medya Yayınları, İstanbul 2008.

Cicero, Marcus Tullius. **On Oratory and Orators**, Translated Or Edited John Selby Watson, New York: Harper and Brothers, Publishers, 1860.

CNN. **From building the wall to bringing back coal: Some of Trump’s more notable broken promises**, <https://edition.cnn.com/2021/01/30/politics/trump-broken-promises/index.html> (06.02.2023)

Connolly, Joy. **The State of Speech Rhetoric and Political Thought In Ancient Rome**, Princeton University Press, England 2007.

Corbett, P. J. Edward, Robert J. Connors. **Classical Rhetoric for the Modern Student**, Fourth edition, Oxford University press, New York, USA, 1999.

Çakır, Semra, Ahmet Dağlı, Yusuf Yıldız ve İsa Abonaz. **Sosyal Bilimler Lisesi Diksiyon ve Hitabet Dersi Öğretmen Kılavuz Kitabı**, MEB Yayınları, İstanbul 2012.

Çalışkan, Osman. “Ethos Yönelimli Siyasi Retorik: Siyasal İttifaklar ve Liderlerin Sosyal Medyadaki Seçim Söylemleri Üzerine Bir Analiz”, **Cumhuriyet Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi**, Cilt: 21 Sayı: 1-84, 2020.

Çalışkan, Osman. **Seçmen Tercihlerinin Yönlendirilmesinde Argümantasyon Faktörü: Cumhurbaşkanlığı Hükümet Sistemi Referandumu Kapsamındaki Tartışmalara Dair Örnek Bir Politik Argümantasyon Analizi**, (Yayınlanmamış Doktora Tezi), Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Halkla İlişkiler Anabilim Dalı, Halkla İlişkiler Bilim Dalı, İstanbul 2018.

Çelgin, Güler. **Eski Yunanca-Türkçe Sözlük**, Kabalcı Yayınevi, İstanbul 2010.

Çetin, N. Beyzade. “Propaganda Olgusu ve Propagandanın Amerikalaşması”, **Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi**, Cilt: 24, Sayı: 2, Elazığ 2014.

Çıldan, Cihan, Mustafa Ertemiz, H.Kaan Tumuçin, Evren Küçük ve Duygu Albayrak. **Sosyal Medyanın Politik Katılım ve Hareketlerdeki Rolü**, Akademik Bilişim Konferansı, Bilkent Üniversitesi, Bilgisayar Teknolojisi ve Bilişim Sistemleri Bölümü, Ankara 2012.

Çobanoğlu, Şaban. **Suskunluk Sarmalı ve Siyasal İletişim**, Fide yayınları, İstanbul 2007.

Çoşkun, Abdulkadir. **İbn Sina Felsefesinde Retorik**, Litera Yayıncılık, İstanbul 2014.

Çüçen, A. Kadir. **Bilgi Felsefesi**, Sentez Yayınları, Bursa 2012.

Delice, Engin. **Aristoteles Felsefesinde Tasımsal Tanıt ve Diyalektik İlişkisi**, (Yayınlanmamış Doktora Tezi) Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Felsefe Anabilim Dalı, Ankara 2007.

Demir, Sertaç Timur ve Ali Özcan. “Sosyal Medya ve Linç Kültürü”, **İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi**, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Sayı: 56, 2021.

Demirhan, Kamil. **Sosyal Medya ve Siyaset İlişkisinin Müzakereci ve Agonistik Demokrasi Yaklaşımları Çerçevesinde Analizi: Türkiye’de 2014 Cumhurbaşkanlığı Seçim Sürecinde Twitter Kullanımı**, (Yayınlanmamış Doktora Tezi), Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi Anabilim Dalı Siyaset Bilimi Bilim Dalı, Ankara 2015.

Dijk, Teun Adrianus Van. **Discourse as Structure and Process: Discourse Studies: A Multidisciplinary Introduction**, Sage Publications, London 1997.

Doru, İsmail. **YouTube Video Anlatılarındaki Retorik Stratejilerinin Analizi ve Alımlanması**, (Yayınlanmamış Doktora Tezi), İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Radyo Televizyon Sinema Anabilim Dalı, İstanbul 2022.

Durhan, Gülümser. **Aristoteles Retoriğin Açık Uçlu Düşünme Modeli** (Yayınlanmamış Doktora Tezi), Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Felsefe ve Din Bilimleri Anabilim Dalı, Isparta 2017.

Dursunoğlu, İsmail. “Sosyal Medya ve Siyasal Davranış İlişkisi”, **Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi**, Cilt: 22, Isparta 2017.

Dürüşken, Çiğdem. **Antikçağ Felsefesi: Homeros’tan Augustinus’a Bir Düşünce Serüveni**, Alfa Yayınları, İstanbul, 2019.

Dürüşken, Çiğdem. **Roma’da Rhetorica Eğitimi**, Arkeoloji ve Sanat Yayınları, İstanbul, 2001

Ebu Abdillâh Muhammed b. İsmâil el-Buhârî, **Sahîh’l- Buhârî**, ‘Vekâle’ 7, ‘Hîbe’ 10, I-VI, Dâru’s-Sahnûn, Çağrı Yayınları, İstanbul, 1992.

Eco, Umberto. **Antik Yunan**, çev. Leyla Tonguç Basmacı, Alfa Yayınları, İstanbul 2018.

Elitaş, Türker. Dijital Manipülasyon ‘Deepfake’ Teknolojisi ve Olmayanın İnadcılığı, **Hatay Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**, Cilt: 19, Sayı: 49, 2022.

Emiroğlu, İbrahim. **Klasik Mantiğa Giriş**, Elis Yayınları, Ankara, 2009 s. 228.

Emiroğlu, İbrahim. **Mantık Yanlıları**, Elis Yayınları, Ankara 2011.

Emiroğlu, İbrahim. **Mevlânâ Yazıları**, Dokuz Eylül Üniversitesi Yayınları, İzmir 2018.

Emiroğlu, İbrahim. **Yanlış Düşünce ve Davranışlar Karşısında Mevlânâ**, İnsan Yayınları, İstanbul 2011.

Eraslan, C. Musa. “Siyasal Reklam ve Sosyal Medya: Siyasi Partilerin Sosyal Medya Kullanımları Üzerine İnceleme”, **İletişim Çalışmaları Dergisi**, Cilt: 8, Sayı: 2, Mayıs 2022.

Erdoğan, Oğuzhan. “Geri Çağırma Mekanizması: Uluslararası Örneklerden Türkiye’ye Çıkarımlar”, **Sosyoekonomi Dergisi**, Cilt: 28, Sayı: 45, 2020.

Eroğlu, Şahika ve Tolga Çakmak. “Post-Truth Dönemini Anlamak: Hacettepe Üniversitesi Bilgi ve Belge Yönetimi Bölümü Öğrencilerinin Yeni Medya Araçları Kapsamında Bilgi Bozuklukları ve Doğrulama Algılarının Değerlendirilmesi”, **Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**, Sayı: 39, Denizli 2020.

Eryılmaz, Bilal. **Kamu Yönetimi**, Erkam Matbaacılık, İstanbul 2002.

Erzen, Ü. Meltem. “Siyasi Lider İmajlarının Seçimlerde Etkisi”, **İletişim Fakültesi Dergisi**, Sayı: 31, İstanbul 2008.

Facebook.**Recep Tayip Erdoğan**.<https://www.facebook.com/RErdogan/>
(07.03.2023)

Fârâbî, **Fusu'l-Medeni**, çev. Hanifi Özcan, İzmir, Dokuz Eylül Üniversitesi Yayınları, 1987.

Fârâbî, **İlimlerin Sayımı**, çev. Ahmet Arslan, Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları, İstanbul 2019.

Fârâbî, **Kategoriler ve Retorik: Kitâbu'l Mâkûlat ve Kitâbu'l- Hatâbe**, çev. Ali Tekin, Klasik Yayınlar, İstanbul 2019.

Filimonov, Kirill. **Uta Russmann, Jakob Svensson. Picturing The Party: Instagram and Party Campaigning in the 2014 Swedish Elections**, Social Media Society Journals, Vol.: 2, Issue: 3.

FinancialTimes,**Politikacılaristatistiklerinasılzehirledi?**<https://www.ft.com/content/2e43b3e8-01c7-11e6-ac98-3c15a1aa2e62>, (12.06.2022.)

Frolov, İvan. **Felsefe Sözlüğü**, çev. Aziz Çalışır, Cem Yayınevi, İstanbul 1991.

Gadamer, G. Hans. **Güzelliğin Güncelliği**, çev. Fatih Tepebaşı, Çizgi Kitapevi, Konya 2015.

Genel, G. Mehmet. “Siyasal İletişim Kampanyalarında Sosyal Medyanın Kullanımı (12 Haziran 2011 Seçimleri ‘Twitter’ Örneği)”, **The Turkish Online Journal of Design, Art and Communication (TOJDAC)**, Cilt: 2, Sayı: 4, 2012.

Goddard, Angela. **The Language of Advertisin: Written Texts**, Routledge, New York, 1998.

Gökgül, N. Ahmet ve Şükrü Arslan. “Sosyal Medyada Siyasi Söylem: Siyasi Liderlerin Twitter Kullanımları”, **Sosyal Medyada Dil ve İletişim Retorik, Söylem ve İkna**, (Ed. Ali Yıldırım), Nobel Akademik Yayıncılık, Ankara 2021.

Gözel, Arif. “Belgede Sahtecilik Suçlarının Konusu Olarak Belge ve Elektronik Belge”, Süleyman Demirel Üniversitesi, **Hukuk Fakültesi Dergisi**, Cilt: 5, Sayı: 1, 2015.

Grimmelikhuijsen, Stephan, Gregory Porumbescu, Tobin Im, Boram Hong. **The Effect of Transparency on Trust in Government: A Cross-National Comparative Experiment**, Public Administration Review, 2013.

Güçlü, Abdülbaki, Erkan Uzun, Serkan Uzun ve Ümit Hüsrev Yolsal. **Felsefe Sözlüğü**, Bilim ve Sanat Yayınları, Ankara, 2003.

Güder, Feride Zeynep. **İkna Dili ve Medya**, Kriter Yayınevi, İstanbul 2016.

Güler, Meltem. “Bir Manipülasyon Aracı Olarak Rızanın İmalatı”, **Abant Kültürel Araştırmalar Dergisi**, Cilt: 3, Sayı: 5, 2018.

Gültekin, Mücahit. **Algı Yönetimi ve Manipülasyon Kanmanın ve Kandırmanın Psikolojisi**, Pınar Yayınları, İstanbul 2016.

Gülünlü, Derya, Oğuz Kuş ve Oğuz Göksu. “Videolarda Gerçek Hayattaki Gibi Değilim, Rol Yapmaktayım:TikTok Kullanıcılarının Benlik Performansları Üzerine Bir İnceleme”, **Intermedia international E- journal**, Cilt: 7, Sayı: 12, 2020.

Güngör, Ayten. “Gündem Belirleme Kuramı Bağlamında Sosyal Medya İle Siyaset Gündeminin Karşılaştırmalı Analizi”, **İnönü Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi (İNİF E-Dergi)**, Cilt: 6, Sayı: 2, 2021.

Güz, Nurettin. “Siyasi Etik İhlalleri Aracı Olarak Kamuoyu Araştırmaları”, **Düşünce Dünyasında Türkiz Siyaset ve Kültür Dergisi**, Cilt: 2, Sayı: 7, Güntülü Eğitim Yayıncılık, Ankara 2011.

Hakkı (İzmirli), İsmail. **Mi'yâru'l-Ulûm İsâgûcî Terceme ve Şerhi**, Hazırlayan Ahmet Yasin Çomoğlu, Çizgi Kitap Evi Yayınları, İstanbul 2020.

Hinnebusch, Raymond. The American Invasion of Iraq: Causes and Consequences, **Perceptions: Journal Of International Affairs**, Vol.: 12, Issue: 1, 2007.

Huff, Darrell. çev. Ergin Koparan, **İstatistik ile Nasıl Yalan Söylenir?**, Sarmal Yayınevi, İstanbul 1995.

Hürriyet, (24 Mart 2023),**İlk bakışta gerçek gibi... Trump’a ‘gözaltı’ ABD’yi ayağa kaldırdı**, <https://www.hurriyet.com.tr/yazarlar/fulya-soybas/ilkbakistagercek-gibi-trump-gozalti-abdyi-ayaga-kaldirdi-42239417>, (12.06.2022.)

Instagram.**DevletBahçeli**.<https://www.instagram.com/dbdevletbahceli/?hl=en> (29.03.2023)

Instagram.**Kemal Kılıçdaroğlu**. <https://www.instagram.com/kilicdaroglu/> (9 Mart 2023)

Instagram.**Meral Akşener** <https://www.instagram.com/meralaksener/> (9 Mart 2023)

Instagram.**RecepTayipErdoğan**.<https://www.instagram.com/rterdogan/?hl=en> (07.03.2023)

Işıklar, Zeynep. **Retorikte Dili Doğru ve Etkili Kullanma Yolları**, (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Felsefe ve Din Bilimleri Anabilim Dalı, Felsefe ve Din Bilimleri Programı, İzmir 2018.

İletişim Başkanlığı <https://www.iletisim.gov.tr/turkce/haberler/detay/cumhurbaskani-erdogan-yol-medeniyettir-anlayisiyla-ulkemize-ulasimda-cag-atlatmaya-devam-edecegiz> (24.07.2022)

İskender, Hakan. **Mantık Yanlışlarından Hareketle Öğretimin 7. Sınıf Öğrencilerinin Eleştirel Düşünme Beceri Ve Tutumları Üzerine Etkisi**, (Yayınlanmamış Doktora Tezi), Trabzon Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Türkçe Eğitimi Anabilim Dalı, Trabzon 2020.

Jasinski, James L. **Source Book on Rhetoric: Key Concepts in Contemporary Rhetorical Studies**, California: Sage Publications 2001.

Jost, Walter, Wendy Olmsted. **A Companion To Rhetoric And Rhetorical Criticism**, Part II, James L. Kasteley, (**Pathos: Rhetoric and Emotion**), Pondicherry: Blackwell Publishing, 2004.

Kağıtçıbaşı, Çiğdem ve Zeynep Cemalcılar. **Dünden Bugüne İnsan ve İnsanlar Sosyal Psikolojiye Giriş**, Evrim Yayınevi, İstanbul 2014.

Kahane, Howard. **Logic and Contemporary Rhetoric**, 3. Edition, Wadsworth, 1980.

Kalyon, Levent. **Cumhuriyet Dönemi Savunma Politikaları**, (Yayınlanmamış Doktora Tezi), Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Siyaset Bilim ve Kamu Yönetimi (Yönetim Bilimleri) Anabilim Dalı, Ankara 2008.

Kaplan, Mehmet. “Dijital İletişimde İkna Yöntemleri ve Söylem” **Sosyal Medyada Dil ve İletişim Retorik, Söylem ve İkna**, (Ed. Ali Yıldırım), Nobel Akademik Yayıncılık, Ankara 2021.

Karagül, Erdal Tanas ve Nergis Dama. “Partilerin Vaatleri Seçim Sonuçlarını Nasıl Etkiler?”, **Seta Perspektif Dergisi**, Sayı: 101, 2015.

Kavut, Sevgi. “Eleştirel Söylem Analizi Bağlamında Haber Sitelerinde Dijital Kimlik Başlıklı Haberlerin İncelenmesi”, **Uluslararası Kültürel ve Sosyal Araştırmalar Dergisi**, Cilt: 7, Sayı: 1, 2021.

Kaya, Emir. “Siyaset Devleti”, **Ankara Barosu Dergileri**, Sayı: 1, 2014.

Kazaz, Mete ve Selman Selim Akyüz. **Sahte Haber**, Literatürk Academia, Konya 2019.

Keith, William M, Christian O. Lundberg. **He Essential Guide to Rhetoric** (First Edition), Boston, New York: Bedford/St. Martin's, 2008,

Keith, M. William, Christian O. Lundberg. **The Essential Guide to Rhetoric**, Boston, New York: Bedford/St. Martin's, 2008.

Kennedy, George Alexander. **A New History Of Classical Rhetoric**, Princeton University Press, 1994.

Kennedy, George Alexander. **The Art of Rhetoric in the Roman World**, Wipf and Stock Publishers, 2008.

Kennedy, Gorge Alexander. **The Art of Persuasion in Greece**, New Jersey: Princeton University, 1963.

Kenny, Antony. **Ancient Philosophy**, Oxford University Press, New York 2004.

Keskin, Fatih. “Politikada Hakikat ve Yalan Anlatısı: Neoliberal Dönemde İknanın Akılcılaştırılmasının Üretim ve Sunum Biçimleri”, **İlef Dergisi**, Cilt: 3, Sayı: 2, 2016.

Keskin, Turgay. **Beden Dili ve Hitabet**, Ares Yayıncılık, İstanbul 2015.

Keyes, Ralp. çev. Deniz Özçetin, **Hakikat Sonrası Çağ**, Delidolu Yayınları, Ankara 2019.

Keyinci, Ü. Ceyda. “Cicero’nun Retoriğinde Mantığın Yeri ve Önemi”, **In Memoriam Filiz Ötkem**, Dil ve Tarih-Coğrafya Fakültesi Eskiçağ Dilleri ve Kültürleri Bölümü Latin Dili ve Edebiyat Anabilim Dalı Yayınları No: 440, Ankara 2014.

Kılıçaslan, Ç. Emine. **Siyasal İletişimde Güncel Yaklaşımlar**, Paradigma Akademik Yayınları, Çanakkale 2020.

Kırlar Barokas, Safiye. **Reklam ve Retorik**, Derin Yayınları, İstanbul 2011.

Kızılkaya, Z. Zeynep. “Gençlerin TikTok Kullanım ve Doyumu Üzerine Nitel Bir Araştırma”, **Anemon Muş Alparslan Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi**, Cilt: 10, Sayı: 1, 2022.

Kiraz, Ersal. “Sosyal Medyada Sahte Haberin Yayılmasında Kullanıcı Faktörü”, **İnönü Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi**, Cilt: 5, Sayı: 1, 2020.

Kirmanoglu, Hülya. “Kamu Malları”, **Kamu Ekonomisi**, (Ed. Beyhan Ataç), Anadolu Üniversitesi, No: 1476, Ünite: 4 Eskişehir 2003.

Kissinger, Henry. **Diplomasi**, çev. İbrahim H. Kurt, Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları, İstanbul 2000.

Kömürcü, Kamil. İbni Sina’ya göre Mantık Yanlışları ve Sebepleri, **Cumhuriyet Üniversitesi İlahiyat Dergisi**, 14 (2), Sivas 2010.

Köse, Hüseyin ve Nurlan Salamov. “Tv Tartışmalarında Çarpıtma Unsurları: II. Karabağ Savaşı (Ermenistan -Azerbaycan Çatışması) Örneği”, **Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**, 25 (Özel Sayı), 2021.

Köseoglu, Özer ve Ömer Faruk Köktaş. “Bilgi, Güç ve Siyasetin Kesişiminde Düşünce Kuruluşları: Kamu Politikaları Bağlamında Bir Analiz”, **Yönetim Bilimleri Dergisi**, Cilt: 15, Sayı: 30, 2017.

Kuipers, Sannake. **Annika Brandström, Accountability and Blame Avoidance After Crises, Oxford Research Encyclopedia of Crisis Analysis**, Oxford University Press, England 2020.

Kur’an-ı Kerim Meâli (Nahl Sûresi, 16/125), Diyanet İşleri Başkanlığı Yayınları, Ankara 2011.

Luce, Arthur Aston. **Teach yourself Logic**, The English Universities Press, London, 1966.

Martin, R. Thomas. **Eski Yunan Tarih Öncesinden Helenistik Çağ’a**, çev. Ümit Hüsrev Yolsal, Say Yayınları, İstanbul 2012.

McCormack C. Krista. **Ethos, Pathos, and Logos: The Benefits of Aristotelian Rhetoric in the Courtroom**, Washington University Jurisprudence Review, Volume: 7 Issue: 1, 2014.

Mevzuat.**Hukuk.Muhakemeleri.Kanunu**,<https://www.mevzuat.gov.tr/MevzuatMeti n/1.5.6100.pdf> (17.12.2022)

Meyer, Michel. **Retorik**, çev. İsmail Yerguz, Dost Kitabevi, Ankara 2009.

Mezda, Eda. “Propaganda Aracı Olarak Siyasi Parti Reklamları: 2014 Yerel Seçim Örneği”, **Anadolu Üniversitesi İletişim Bilimleri Fakültesi Uluslararası Hakemli Dergisi**, Cilt: 25, Sayı: 3 , 2017.

Millet İttifakı. **Anayasal ve Yasal Reformlar**. <https://milletittifaki.biz/anayasal-ve-yasal-reformlar-komisyonu/calismalar-raporlar> (15.04.2023)

Millet İttifakı. <https://milletittifaki.biz/media/oemnii1q/ortak-politikalar-mutabakat-metni.pdf> , s. 17. (14.04.2023)

Murthy, Dhiraj. **Twitter Digital Media and Society Series**, Polity Press, UK Cambridge 2013.

Mustafa Râşid El-İstanbulî. **Îsâgûcî Tercümesi- Mantık Risâleleri**, Türkiye Yazma Eserler Kurumu Başkanlığı Yayınları: 64, 1. Baskı, İstanbul 2015.

Niyazi Çiçek, “Hukuksal Geçerlilik Bakımından Resmi Belgelerin Biçimsel Özellikleri”, **Amme İdaresi Dergisi**, Cilt: 40, Sayı: 4, 2007.

Nussbaum, Martha. **Political Emotions: Why Love Matters for Justice**, The Belknap Press of Harvard University Press, England 2013.

Ocak, Murat ve Fırat Coşkun Güçlü. “Muhasebe Manipülasyonu: Hile, Yaratıcı Muhasebe, Kâr ve İzlenim Yönetimine İlişkin Kavramsal Çerçeve”, **Uluslararası Alanya İşletme Fakültesi Dergisi**, Cilt: 6, Sayı: 3, 2014.

Öcal, Derya. “Instagram Örneğinde Sosyal Medyadan Yansıyanlar”, **İnönü Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi (İNİF-E Dergi)**, Cilt: 3, Sayı: 1, Mayıs 2018.

Öğüt, Selman. “Uluslar Arası Hukukta Barışçıl Çözüm Yolları Açısından Türkiye’nin Rusya -Ukranya Arasındaki Arabuluculuğu”, **Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi**. Cilt: 75, Kütahya 2023.

Ökmen, Yunus Emre ve Nil Çokluk. “Ben De Artık Bir Hikaye Anlatıcısıyım: Hikaye Anlatımında Dijital Olanaklar Açısından Youtuber “Fly With Haifa” Üzerine Bir İnceleme”, **Üsküdar Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi**, Etkileşim, 7, İstanbul 2021.

Öner, Necati. **Klasik Mantık**, Divan Kitap Yayınları, Ankara 2021.

Özay, Nihat. “Uluslararası Ticarete Korumacılık ve Türkiye’de Uygulanan Koruma Önlemleri”, **Gümrük Ticaret Dergisi**, Sayı: 5, Ankara 2015.

Özay, Nihat. **Türkiye’deki Dış Ticaret Kolaylıklarının Artırılması Bakımından Yetkilendirilmiş Ekonomik Operatör (AEO) Sistemiinin Değerlendirilmesi**, (Yayınlanmamış Doktora Tezi), Gazi Üniversitesi Sosyal Bilim Enstitüsü, Maliye Anabilim Dalı, Maliye Bilim Dalı, Ankara 2019.

Özer, Yunus Emre. “Post-Truth, Post-Truth Siyaset ve Yerel Düzeye Etkileri: Etik İlkeler Üzerinden Bir Değerlendirme”, **Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**, Sayı: 55, 2023.

Özkanan, Arzu ve Ramazan Erdem, “Yönetimde Kayırmacı Uygulamalar: Kavramsal Bir Çerçeve,” **Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**, Sayı: 20, Isparta 2014.

Özkazanç Alev. “Yalan İktidar ve Muhalif Siyaset: Arendt ve Derrida Üzerinden Bazı Değerlendirmeler,” **Yeni Türkiye Hakikatsiz Siyaset Soylu Yalan**, (Ed. Betül Yayar), Phoenix Yayınevi, Ankara 2018.

Özsoy, Onur. **İktisatçılar ve İşletmeciler için İstatistik**, Siyasal Kitapevi, Ankara 2014.

Öztay, Oğuz Han. “Siyasal İletişim: 31 Mart 2019 Yerel Seçimleri Özelinde Bir Değerlendirme”, **İletişim Çalışmaları Dergisi**, 8/1, 2022.

Öztürk, Şerife. “Bilim İletişimi Üzerine Bir İnceleme”, **Üsküdar Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergi**, Etkileşim Yıl: 4 Sayı: 8, 2021.

Paşa, Ahmed Cevdet. **Mi'yar-ı Sedât**, Sadeleştiren Hasan Tahsin Feyizli, Fecr Yayınevi Ankara,1998.

Perelman, Chaim, Lucie Olbrechts-Tyteca, **The New Rhetoric A Treatise on Argumentation**, Translated by, John Wilkinson, Purcell Weaver, University of Notre Dame Press 1969.

Petters, E. Francis. **Antik Yunan Felsefe Sözlüğü**, çev. Hakkı Hünler, Paradigma Yayıncılık, İstanbul 2004.

Platon. **Devlet**, çev. Furkan Akderin, Say Yayınları, İstanbul 2016.

Platon. **Gorgias**, çev. Furkan Akderin, Say Yayınları, İstanbul 2016.

Platon. **Phaidon**, çev. Furkan Akderin, Say Yayınları, İstanbul 2013.

Platon. **Theaitetos**, çev. Furkan Akderin, Say Yayınları, İstanbul 2014.

Platon-Longinos. **Siyaset ve Retorik**, Hazırlayan Ahmet Aydoğan, İz Yayıncılık, İstanbul 2003.

Pracejus, W. John, G. Douglas Olsen, Thomas C. O'Guinn. "How Nothing Became Something: White Space, Rhetoric, History, and Meaning", **Journal of Cosumer Research**, Vol.: 33, Issue: 1, 2006.

Recep Tayip Erdoğan. <https://twitter.com/RTErdogan> (10 Mart 2023)

Robert Thomson, Heinz Brandenburg. "Trust and Citizens' Evaluations of Promise Keeping by Governing Parties", **Political Studies Association**, Vol.: 67, Issue: 1, 2018.

Ross, W. David. **Aristoteles**, çev. Ahmet Arslan, Kabalcı Yayınları, İstanbul 2011.

Rüzgar, Nilüfer ve Ali Akdemir. "Retorik Söylemin İçerik Kalitesi ve Etkileme Amacına Yönelik Algının Akademisyenler Düzeyinde Araştırılması", **İşletme Araştırmaları Dergisi**, Cilt: 9, Sayı: 2, 2017.

Sartre, Jean Paul, Martin Heidegger, Thomas Stearns Eliot, Irwing Babbitt. **Hümanizimin Özü**, çev. Ahmet Aydoğan, İz Yayıncılık, İstanbul 2002.

Sedâd, Ali. **Mîzânu'l-Ukûl Fi'l-Mantık Ve'l-Usûl**, Türkiye Yazma Eserler Kurumu Başkanlığı Yayınları: 63, 1. Baskı, İstanbul 2015.

Selçuk, Ali. **Diksiyon ve Hitabet**, Altın Anahtar Yayınları, Ankara 2013.

Seyidov, Ilgar. “Büyük Verinin Gücü Adına: Siyasi Kampanyalarda Etkili Veri Kullanımı”, **TRT Akademi**, Cilt: 6, Sayı: 11, 2021.

Sînâ, İbn. **El-Hitabe Min Kitabiş-Şifa**, Thk. Ahmed Fuad El- İhvani, Abdurrahman Bedevi, c. IV, Kahire, 1966.

Skinnell, Ryan. **Circuitry in Motion: Rhetorical Moves in YouTube’s Archive**, Enculturation Journal, 8, 2010.

Solmaz, Başak, Gökhan Tekin, Züleyha Herzem ve Muhammed Demir. “İnternet ve Sosyal Medya Kullanımı Üzerine Bir Uygulama”, **Selçuk İletişim Dergisi**, Cilt: 7, Sayı: 4, Konya 2013.

Sönmez Aykar. **Batı Retoriğinin Genel Terimleri Üzerine Bir Araştırma**, (Yayınlanmamış Doktora Tezi), Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yeni Türk Edebiyatı Anabilim Dalı, İzmir, 2008.

Sputnik NEWS. **Herşey Çok Güzel Olacak**. <https://sputniknews.com.tr/20190-625/her-cok-guzel-olacak-sloganinin-mimari-13-yasindaki-berkay-yesil-alan-en-buyuk-problem-1039467209.html> (20.07.2022)

Şener, Nihal Kocabay. “Doğruluk Kontrol Merkezi ve Yalan Haber Kavramlarına İlişkin İçeriklerin Medyada Yansımasının Araştırılması”, **Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi**, Sayı: 29, 2018.

Tayfur, Mehmet. “Sosyal Medyada TikTok”, **Sosyal Medyada Dil ve İletişim Retorik, Söylem ve İkna**, (Ed. Ali Yıldırım), Nobel Akademik Yayıncılık, Ankara 2021.

TDK, <https://sozluk.gov.tr/> Türkçe sözlük, T.D.K.S ,“Retorik Maddesi” (22.06.2022)

TDK. <https://sozluk.gov.tr/> (TDKS) (28.04.2023)

Temir, Erkam. **Siyasal İletişimde Retorik: Aleksey Navalny örneği**, (Yayınlanmamış Doktora Tezi), Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kayseri 2019.

Tepebaşı, Fatih. **Retorik Konuşma Sanatı – Söz Bilimi**, Çizgi Kitapevi, Konya 2016.

The Guardian. **'Lying' Ted' Cruz is now 'Beautiful Ted': how a change of nickname reveals Trump's midterm fears.** <https://www.theguardian.com/us-news/shortcuts/2018/oct/23/lying-ted-cruz-is-now-beautiful-ted-how-a-change-of-nickname-reveals-trumps-midterm-fears> (14.02.2023)

The Guardian. **Nick Clegg apologises for tuition fees pledge** <https://www.theguardian.com/politics/2012/sep/19/nick-clegg-apologies-tuition-fees-pledge> (19.01.2023)

The Guardian. **Trump calls Clinton 'Crooked Hillary' – should she ignore it or fight back?.** <https://www.theguardian.com/us-news/2016/may/25/donald-trump-crooked-hillary-clinton-nickname-ignore-fight> 14.02.2023)

Theodorakopoulos, Vas.Th. **Attika Retoriğine Giriş Retoriğin Doğuşu / On Retor/ Retorika Sanatı**, çev. Sema Sandalcı, Arkeoloji ve Sanat Yayınları, İstanbul 2004.

TikTok.**AkParti**.<https://www.tiktok.com/@akparti/video/7224874678890908933?lang=en> (12 Mart 2023)

TikTok.**KemalKılıçdaroğlu**.<https://www.tiktok.com/@kemalkilicdaroglu/video/7220850429607906565?lang=en> (12 Mart 2023)

Tokgöz, Oya. **Seçimler Siyasal Reklamlar ve Siyasal İletişim**, İmge Yayınevi, Ankara 2019.

Toktaş, Fatih. **Felsefe Tarihi**, Tıbyan Yayınları, İzmir, 2012.

Tosun, Cangül. **Reklamcılıkta Kullanılan Retoriksel Stratejiler, Kalkınmada Anahtar Verimlilik Dergisi, Ürün Güvenliliği**, T.C. Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı, Elma Teknik Basım, Sayı: 357, Ankara 2018.

Turnbull, Lori. **Deception in Politics: An Ethical Offence**, Canadian Political Science Association Annual Papers, 2008.

Türk, D. Gül. “Sanal Dünyada Linç Kültürü”, **Medya Çağında İletişim**, (Ed. Ali Murat Kırık), Çizgi Kitapevi, İstanbul 2017.

Türkiye Cumhuriyeti Cumhurbaşkanlığı İletişim Bakanlığı, **Dezenformasyon Bülteni**, Sayı: 64, ss.13-14. https://www.iletisim.gov.tr/images/uploads/d-osyalar/Dezenformasyon_Bulteni_Say-i_64_2.pdf, (12.06.2022.)

Twitch.**Haskologlu**.<https://www.twitch.tv/haskologlu> (11 03 2023)

Twitter. **Kemal Kılıçdaroğlu** <https://twitter.com/kilicdaroglu> (10 03 2023)

Twitter.**Devlet Bahçeli** <https://twitter.com/dbdevletbahceli> (10 03 2023)

Twitter.**Meral Akşener**. https://twitter.com/meral_aksener (10 03 2023)

Utma, Seçil. “Dijital Çağda Medyanın Psikolojik Gücü: Algı Yönetimi Perspektifinden Kuramsal Bir Değerlendirme”, **Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**, Sayı: 22, 2018.

Walton, Douglas **Ad Hominem Arguments**, University of Alabama Press, Alabama 1998.

Walton, Douglas. **Informal Logic A Pragmatic Approach**, Cambridge University Press, UK, 2008.

Yağmurlu, Aslı. “Kamu Yönetiminde Halkla İlişkiler ve Sosyal Medya”, **Selçuk İletişim Dergisi**, Cilt: 7, Sayı: 1, Konya 2011.

Yaman, Ertuğrul. **Doğru, Güzel ve Etkili Konuşma Sanatı**, Gazi Kitap Evi, Ankara 2001.

Yaman, Ertuğrul. **İletişim Türkçesi**, Kültür Bakanlığı Yayıncılık, Ankara 2011.

Yaran, Cafer Sadık. **İnformel Mantık**, Rağbet Yayınları, İstanbul 2011.

Yaşar, H. İbrahim. **Sosyal Medya ve Siyaset**, Orion Kitapevi, Ankara 2020.

Yavaşçalı A. Hakan ve Yusuf Zafer Can Uğurhan. “Neden Kullanıcılar Twitch Tv Üzerinde Yayıncılara Bağış Yapar? Twitch Tv Kullanıcıları Üzerinde Ampirik Bir Araştırma”, **Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi**, Cilt: 7, Sayı: 2, 2019.

Yavuz, Ersin ve Sevinç Yaraşır Tülümce. “Hizmet Kayırmacılığının Kuramsal Çerçevesi”, **Maliye ve Finans Yazıları Dergisi**, Cilt: 36, Sayı: 118, 2022.

Yıldırım, Asena. “Enformasyon Çağında Gözetim Toplumu: Facebook Cambridge Analytica Skandalı”, **Yeni Medya Elektronik Dergisi**, Cilt: 6, Sayı: 2, 2022.

Yıldız, İsmail. “Tarihte Belge Kullanımında Gerçekçilik ve Talat Paşa’nın Telgrafi Meselesi Örneği,” **Bayterek Uluslararası Akademik Araştırmalar Dergisi**, Cilt: 1, Sayı: 1, Aksaray 2018.

Yıldız, Mücahit. **Kütüb-i Sitte Özelinde Hadislerde Hz. Muhammed’in Sevdigi İfade Edilen Şeyler**, (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Temel İslam Bilimleri Anabilim Dalı, Çanakkale 2016.

Yılmaz, Ali Embiye. “Irak Savaşı’nda Spin Doktor Örneği”, **Dicle Üniversitesi İdari Bilimler Dergisi**, Cilt: 7, Sayı: 13, Diyarbakır 2017.

YouTube.**AkParti**. <https://www.youtube.com/@akparti> (11 03 2023)

YouTube.**CHP Genel Merkezi** <https://www.youtube.com/@chpgenelmerkezi> (11 03 2023)

Yüce, Abdülhakim. **Konuşma Sanatı Hitabet**, Işık Yayınları, İzmir 2011.

Yüksel, H. Ahmet. **İkna ve Konuşma**, Anadolu Üniversitesi Yayınları, Eskişehir 2005.

Zeybek, Burcu. **Siyasal Reklam İkna ve Retorik**, Beta Basım Yayınevi, 2. Baskı, İstanbul 2022.