

**İSTANBUL BİLGİ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
PAZARLAMA İLETİŞİMİ YÜKSEK LİSANS PROGRAMI**

**MİLLİYETÇİ HAREKET PARTİSİ'NİN 2017 ANAYASA REFERANDUMU
SÜRESİ BOYUNCA SOSYAL MEDYADA KULLANMIŞ OLDUĞU
İLETİŞİM DİLİNİN İNCELENMESİ**

HURİYE TUĞBA KAYMAZ

113699015

DOÇ. DR. ERKAN SAKA

İSTANBUL

2017

MİLLİYETÇİ HAREKET PARTİSİ'NİN 2017 ANAYASA REFERANDUMU SÜRESİ
BOYUNCA SOSYAL MEDYADA KULLANMIŞ OLDUĞU İLETİŞİM DİLİNİN
İNCELENMESİ

INVESTIGATION OF COMMUNICATION LICENSE USED IN THE SOCIAL MEDIA
DURING THE CONSTITUTIONAL REFERENCE DURING THE 2017
CONSTITUTIONAL NATIONAL MOVEMENT PARTY

HURİYE TUĞBA KAYMAZ

113699015

Tez Danışmanı: Doç. Dr. Erkan SAKA
İstanbul Bilgi Üniversitesi



Jüri Üyeleri: Doç. Dr. Çiğdem BOZDAĞ
Kadir Has Üniversitesi



Doç. Dr. İtir Erhart
İstanbul Bilgi Üniversitesi



Tezin Onaylandığı Tarih: 18.09.2017

Toplam Sayfa Sayısı: 118

Anahtar Kelimeler (Türkçe) :

- 1) 2017 Anayasa Referandumu
- 2) Milliyetçi Hareket Partisi
- 3) Devlet Bahçeli
- 4) Sosyal Medya
- 5) Söylem Analizi

Anahtar Kelimeler (İngilizce):

- 1) 2017 Constitutional Referendum
- 2) Nationalist Movement Party
- 3) Devlet Bahçeli
- 4) Social Media
- 5) Discourse Analysis

İÇİNDEKİLER

	Sayfa No
KISALTMALAR.....	V
ŞEKİLLER.....	VI
ŞEKİLLER	VII
ŞEKİLLER.....	VIII
ÖZET.....	IX
ABSTRACT.....	X
GİRİŞ.....	1
GİRİŞ	2

BİRİNCİ BÖLÜM**1.İLETİŞİM KAVRAMI**

1.1 İletişim Kavramının Tanımı ve Önemi	3
1.2 İletişim Sürecinin Yapısal Nitelikleri	3
1.3 İletişim Sürecinin İşleyişi	4
1.3.1 Tek Yönlü İletişim.....	4
1.3.2 İki Yönlü İletişim	5
1.3.3 Yansıma Sürecinin Etkinliği	5

2.İLETİŞİMİ ENGELLEYEN ETKENLER.....6**3. ÖRGÜT VE İLETİŞİM**

3.1 Bir Yönetsel Araç Olarak İletişim Düzeni.....	9
3.2 Yönetsel Başarıda İletişim Koşulları.....	9
3.2.1 Teknik Koşullar.....	9
3.2.2 Moral Koşulları	10
3.2.3 Yönetsel İşlevler-İletişim İlişkisi.....	10
3.2.4 İletişim Konusunda Yöneticilerin Sorumluluğu.....	12
3.2.5 Etkin Örgütsel İletişimde Yöneticinin Rolü.....	13

4. SONUÇ**İKİNCİ BÖLÜM****2. SİYASAL İLETİŞİM KAVRAMI.....15**

2.1 Siyasal İletişimin 3 Temel Özelliği	17
2.2 Siyasal İletişimin Fonksiyonları	22
2.3 Siyasal İletişimin Aktörleri	24
2.4 Siyasal İletişimde Benzeşme Faktörü	25

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM**3. REFERANDUM KAVRAMI.....27**

3.1 Kavram	28
3.2 Teorik Kökeni ve Tarihi Gelişimi.....	28
3.3 Referandumun Zamanı	29
3.4 Zorunlu Referandum	29

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

4. TÜRKİYE'DE VE DÜNYA'DA REFERANDUM ÖRNEKLERİ	31
4.1 Türkiye'de Referandum	31
4.2 Türkiye'de Referandum Tarih	32
4.3 Türkiye'deki Referandumlar	32
4.4 Dünya'da Referandum	33
4.4.1 Referandum Konuları	34
4.4.2 Referandumlarla İlgili Dört Yaygın Yanlış.....	35

BEŞİNCİ BÖLÜM

5.MHP'NİN TARİHÇESİ	37
5.1. MHP'nin Siyasi Bir Parti Olarak Referandum Sürecindeki Önemini.....	38
5.2. MHP Genel Başkanı Devlet Bahçeli Teşkilatlara Genelge Gönderdi.....	39
5.3.Anayasa'nın İlk Dört Maddesinin Korunmasından Asla Ödün Vermeyeceğiz.....	44
5.4. MHP'nin 16 Nisan Referandumunu Stratejisi	45

ALTINCI BÖLÜM

6. SOSYAL MEDYA.....	47
6.1 Sosyal Medya'nın Ortaya Çıkışı.....	47
6.2 Sosyal Medyalar	47
6.2.1 Blog Siteleri	47
6.2.2 Sosyal İmlleme	47

6.2.3 Facebook	47
6.2.4 Twitter	47
6.3. Sosyal Medya veya Geleneksel Medya	48
6.4 Sosyal Medya'nın Geleceği	48
6.5 Sosyal Medya Olgusu	49
6.5.1 Sosyalleşme Kavramı	51
6.5.2 İletişim Sürecinde Geleneksel Medya.....	53
6.5.3 Geleneksel Medyadan Dijital Medyaya Geçiş	55
6.6. Sosyal Medya Siyasal İletişim Birlikteliğinin Önemi	56
6.6.1. Arap Baharı ve Sosyal Medya	58
6.6.2. Türkiye'de Sosyal Medyanın Siyasal İletişim Aracı Olarak Kullanımı.....	59
6.6.3. Sosyal Medyada Siyasal İletişim Nasıl Olmalı?	61
6.6.4. Sosyal Medya ve Siyasal İletişim Örnekleri.....	62
6.6.4.1. Sosyal Medya Genel Verileri	63
6.6.5. Milliyetçi Hareket Partisi'nin Referandum Sürecindeki Sosyal Medya Analizleri.....	64

YEDİNCİ BÖLÜM

7.ARAŞTIRMANIN AMACI

7.1.ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ.....	82
7.1.2 Sosyal Medyada İletişim Dili Çözümleme Yöntemi Olarak Söylem Analizi	83
7.1.3 Söylem Kavramının Açıklanması	88
7.2 Alan Araştırması	90
7.2.1 Bulgular	90
7.2.2 Katılımcı Gözlem Yoluyla Yapılan Elde Edilen Bulgular.....	90

7.2.3. Görüşme Yoluyla Elde Edilen Bulgular.....	97
7.2.4. Nitel Araştırmada Geçerlilik ve Güvenlik	99

SEKİZİNCİ BÖLÜM

8. ANAYASA REFERANDUM SONUÇLARI (TÜRKİYE GENELİ).....	103
--	------------

DOKUZUNCU BÖLÜM

9. REFERANDUM SÜRECİNDE NELER DEĞİŞTİ?	107
---	------------

9.1. 3 Kasım 2019'da Seçim Var	108
---	------------

ONUNCU BÖLÜM

10. MİLLİYETÇİ HAREKET PARTİSİ REFERANDUM SONRASI AÇIKLAMALARI	111
---	------------

10.1. Milliyetçi Hareket Partisi Referandum Sonrası Yapılan İlk Açıklamalar.....	112
---	------------

DEĞERLENDİRME VE SONUÇ.....	114
------------------------------------	------------

KAYNAKÇA	115
-----------------------	------------

Kısaltmalar

TBMM: Türkiye Büyük Millet Meclisi

TSK: Türk Silahlı Kuvvetleri

DP: Demokrat Parti

MBK: Milli Birlik Komitesi

CHP: Cumhuriyet Halk Partisi

MGK: Milli Güvenlik Kurulu

ANAP: Anavatan Partisi

AKP: Adalet ve Kalkınma Partisi

MHP: Milliyetçi Hareket Partisi

HDP: Halkların Demokratik Partisi

STK: Sivil Toplum Kuruluşu

TİB: Telekomünikasyon İletişim Başkanlığı

BBP: Büyük Birlik Partisi

PYD: Demokratik Birlik Partisi(Suriye)

TRT: Türkiye Radyo Televizyon Kurumu

TV: Televizyon

YSK: Yüksek Seçim Kurulu

ŞEKİLLER LİSTESİ

Sayfa No

Şekil 1 Sosyal Paylaşım Sitelerinin Kullanımı	63
Şekil 2 Sosyal Medyayı Kullanım Amacı	63
Şekil 3 2017 yılı Şubat ayı MHP Genel Başkanı Devlet Bahçeli'nin atmış olduğu tweet sayılarının dağılım grafiği.....	64
Şekil 4 2017 yılı Şubat ayı MHP Genel Başkanı Devlet Bahçeli'nin Twitter'daki takipçi sayısı ve artış oranı grafiği	65
Şekil 5 2017 yılı Mart ayı MHP Genel Başkanı Devlet Bahçeli'nin atmış olduğu tweet sayılarının dağılım grafiği	66
Şekil 6 2017 yılı Mart ayı MHP Genel Başkanı Devlet Bahçeli'nin Twitter'daki takipçi sayısı ve artış oranı grafiği	68
Şekil 7 2017 yılı Nisan ayı MHP Genel Başkanı Devlet Bahçeli'nin atmış olduğu tweet sayılarının dağılım grafiği	69
Şekil 8 2017 yılı Nisan ayı MHP Genel Başkanı Devlet Bahçeli'nin Twitter'daki takipçi sayısı ve artış oranı grafiği	70
Şekil 9 2017 yılı Mayıs ayı MHP Genel Başkanı Devlet Bahçeli'nin atmış olduğu tweet sayılarının dağılım grafiği	70
Şekil 10 2017 yılı Mayıs ayı MHP Genel Başkanı Devlet Bahçeli'nin Twitter'daki takipçi sayısı ve artış oranı	71
Şekil 11 Milliyetçi Hareket Partisi Genel Başkanı Devlet Bahçeli'nin Twitter'da sıkça kullanmış olduğu kelimelerin analizi.....	72
Şekil 12 Milliyetçi Hareket Partisi ve 2017 Anayasa Değişikliği Kitapçığı 2.sayfa görseli ve Facebook Paylaşımı Görseli.....	73
Şekil 13 Milliyetçi Hareket Partisi ve 2017 Anayasa Değişikliği Kitapçığı 10. sayfa görseli ve Facebook Paylaşımı Görseli	73
Şekil 14 Milliyetçi Hareket Partisi ve 2017 Anayasa Değişikliği Kitapçığı 31. sayfa görseli ve Facebook Paylaşımı Görseli	74

Sayfa No

Şekil 15 Milliyetçi Hareket Partisi ve 2017 18 Ekim 2016 Facebook Görseli.....	75
Şekil 16 Milliyetçi Hareket Partisi ve 2017 31 Ocak 2017 Facebook Görseli.....	75
Şekil 17 Milliyetçi Hareket Partisi ve 2017 13 Şubat 2017 Facebook Görseli.....	76
Şekil 18 Milliyetçi Hareket Partisi ve 2017 22 Şubat 2017 Facebook Görseli.....	76
Şekil 19 Milliyetçi Hareket Partisi ve 2017 25 Şubat 2017 Facebook Görseli.....	77
Şekil 20 Milliyetçi Hareket Partisi ve 2017 8 Mart 2017 Facebook Görseli	77
Şekil 21 Milliyetçi Hareket Partisi ve 2017 8 Mart 2017 Facebook Görseli	78
Şekil 22 Milliyetçi Hareket Partisi ve 2017 9 Nisan 2017 Facebook Görseli	78
Şekil 23 Milliyetçi Hareket Partisi ve 2017 13 Nisan 2017 tarihli Facebook Görseli	79
Şekil 24 Milliyetçi Hareket Partisi ve 2017 14 Nisan 2017 Facebook Görseli.....	79

Şekil 25 Milliyetçi Hareket Partisi ve 2017 14 Nisan 2017 Facebook Görsele.....	80
Şekil 26 Milliyetçi Hareket Partisi ve 2017 18 Nisan 2017 Facebook Görsele	80
Şekil 27 Milliyetçi Hareket Partisi ve 2017 18 Nisan 2017 Facebook Görsele	81
Şekil 28 Milliyetçi Hareket Partisi ve 2017 18 Nisan 2017 Facebook Görsele	81
Şekil 29 İlçe Sosyal Medya Başkanları ile aylık yapılan değerlendirme toplantıları	96
Şekil 30 Türkiye Geneli Referandum Sonuçları.....	103
Şekil 31 Türkiye Geneli Referandum Sonuçları Tüm Bölgeler	104
Şekil 32 Türkiye Geneli Referandum Sonuçları Tüm Şehirler	104
Şekil 33 Anayasa referandumu sonuçlarına göre en yüksek Evet ve Hayır oyu veren iller.....	105
Şekil 34 Dünya Geneli Referandum Sonuçları	105
Şekil 35 Dünya Geneli Referandum Sonuçları	106

ÖZET

Anayasa değişikliği, yasaların kabulü gibi önemli mesele de halkın iradesini belirlemek amacıyla yapılan oylamaya referandum denilmektedir. Demokrasi uygulamasının en güzel örneklerinden biri olan referandumda, halkın iradesi doğrudan doğruya sonuca yansımaktadır. Temsili demokrasilerde halkın seçtiği insanlar halkın iradesini yansıtmaya çalışırlar. Ancak bu tür oylamalar muhalefetin onayı olmadan, popüler uygulamaları hayata geçirmek için kullanılabileceğinden totaliter rejimlerde yönetimin isteklerini hukuka uydurmaya alet edebilirler.

Biz bu tezimizde iletişim kavramı, siyasal iletişim kavramı, sosyal medya, sosyal medya ve siyasal iletişim birlikteliğinin önemi, sosyal medya ve siyasal iletişim örnekleri, referandum kavramı, Türkiye’de ve Dünya’da referandum örnekleri Milliyetçi Hareket Partisi’nin tarihçesi, Milliyetçi Hareket Partisi’nin siyasi bir parti olarak referandum sürecince ki önemi, MHP’nin referandum öncesi, referandum süreci ve referandum sonrası sosyal medyada kullanmış olduğu iletişim dili modelini söylem analizi yöntemi ile incelerken; aynı süreçte Milliyetçi Hareket Partisi Genel Merkezi ve Milliyetçi Hareket Partisi İstanbul İl Başkanlığı’nda gözlem sonucu, tarihsel ve kuramsal çerçevede Milliyetçi Hareket Partisi’nin anayasa referandumuna neden “EVET” dediğini izleyici etnografik çalışma yöntemini kullanarak ele almış bulunmaktayız.

ABSTRACT

INVESTIGATION OF COMMUNICATION LICENSE USED IN THE SOCIAL MEDIA DURING THE CONSTITUTIONAL REFERENCE DURING THE 2017 CONSTITUTIONAL NATIONAL MOVEMENT PARTY

Constitutional amendment, the adoption of laws, such as the important issue of the will of the people to determine the vote is called a referendum. In the referendum, which is one of the best examples of democracy practice, the will of the people is directly reflected in the result. The people chosen by the people in representative democracies try to reflect the will of the people. But such votes can be used to legitimize the demands of the administration in totalitarian regimes, as popular practices can be used to pass on life without the approval of the opposition.

We have the concept of communication has this thesis, **political communication concepts**, **social media**, the importance of social media and political communication coexistence, **social media and political communication instances**, the referendum concept, referendum examples in the World and Turkey Nationalist Movement Party history, the Nationalist Movement Party As a political party, the 2017 Constitutional Amendment Referendum examines the communication language model that the **MHP** used before the referendum, the referendum process and the social media after the referendum by means of discourse analysis; in the same period we have discussed why the Nationalist Movement Party and the Nationalist Movement Party refer to the Constitutional referendum in the constitutional referendum in the provincial presidency of the Nationalist Movement in the historical and theoretical framework by using the audiovisual method of work.

GİRİŞ

Referandum, anayasa değişikliği, yasaların kabulü veya önemli devlet meselelerinde halkın yapılacak değişikliklere karşı iradesini belirlemek amacıyla yapılan oylamadır.

16 Nisan'da yapılacak halkoylamasına ilgi gün geçtikçe artıyor. Bunda 'Evet' ve 'Hayır' kampanyalarının başlamış olmasının etkilerini görüyoruz. Referandum, anayasa değişikliği, yasaların kabulü veya önemli devlet meselelerinde halkın yapılacak değişikliklere karşı iradesini belirlemek amacıyla yapılan oylamadır.

Referandumda halka yapılacak değişikliğin istenip istenmediği sorulmaktadır ve çıkan oylama sonuçlarına göre de yapılması planlanan değişiklik yürürlüğe girer veya iptal edilir. İlk defa 1789'da Fransız İhtilali sonucunda kullanılan bu sistemle yapılacak değişiklik için halkın onayı alınır. Eğer halk onaylamazsa değişiklik yapılmaz. Çıkarılacak veya değiştirilecek kanun/yasaların halkın iradesine sunulması ABD ve İsviçre ülkelerinde temel bir prensip olarak kabul edilmiştir. Ülkemizde de yakın tarihte 2007'deki Türkiye anayasa değişikliği referandumu yapılmış ve %68.95'lik oy oranıyla yapılan anayasa değişikliği kabul edilmiştir. Aynı zamanda 2010'da yapılan 26 maddelik anayasa değişiklik referandumunda %57.88'lik oy oranıyla yapılan değişiklik yine kabul edilmiştir.

Bu çalışma, sosyal medyada halka yönelik paylaşımlarda bulunan anayasa referandumu süresi boyunca önemli bir role sahip olmuş bir siyasi parti olan Milliyetçi Hareket Partisi'nin Anayasa Referandumu süresi boyunca sosyal medyada kullanmış olduğu iletişim dilinin incelenmesi için yapılmıştır.

Profesyonellerin kendilerini ve strateji yaklaşımlarını ifadelerinin söylem analizi yapılmış; aynı zamanda parti içerisinde etnografik çalışmalar da yapılmıştır. Çalışma, 8 aylık bir süreci kapsamış olup, parti içerisinde bulunan ve süreci birebir takip eden sosyal medya uzmanları, danışmanlar, milletvekilleri ile görüşülmüş;

süreç hakkında bilgiler alınmış ve gözlem yapılmıştır. Kişilerin kendi fikirlerinin oluşum sürecinde parti liderinin teşkilatlara iletmiş olduğu bildiri ve ardından yapılan teşkilatlanma planları, konuya dair içerik çalışmaları ve seçim propagandaları gibi stratejik konularda bilgi sahibi olunmuştur.

Nitel araştırma yöntemiyle ele alınan metinlerde, kullanıcıların konuya bakış açıları ve sosyal medyada kullanmış oldukları tweet kategorileri, hangi kitlelere yönelik yayımlara ağırlık verdikleri ve sosyal medya değişkenlerinin izi sürüldü.

1.İLETİŞİM KAVRAMI

1.1 İletişim Kavramının Tanımı ve Önemi

İletişim şöyle tanımlanmaktadır: Düşünce ve görüşlerin sözlü olarak karşılıklı alışverişidir. Başka bir tanıma göre; bizim başkalarını başkalarının da bizi anlaması süreci olarak tanımlanmaktadır. Doğan CÜCELOĞLU ise; “iletişim iki birim arasında birbiriyle ilişkili mesaj alışverişidir” şeklinde açıklamıştır. Birim kelimesi insanı, hayvanı ya da makineleri kapsamaktadır. İletişim sadece insana özgü bir olay değildir ¹ Bireyler arasında ortak simgeler sistemiyle gerçekleştirilen anlam ve bilgi alışverişidir. Bir zihnin bir başka zihinde kendi yaşadığı deneyimlere benzer bir deneyimi canlandırmasıdır. Kişilerin birbirleri ile özleşmelerini, kişilerin birbirlerini etkilenmelerini sağlayan tüm süreçlerdir Geniş anlamda iletişim, toplumsal yapının temelini oluşturan bir sistem, örgütsel ve yönetsel yapının düzenli işleyişini sağlayan bir araç ve bireysel davranışları görüntüleyen ve etkileyen bir teknik olarak tanımlanabilir. Bu yapıyla iletişim işletmenin bütünlüğünü sağlayan ve bir sinir sistemi gibi örgütün her yanını saran bir olgudur. Dar anlamda iletişim ise, bireylerarası düşünce, duygu ve bilgi alışverişi olarak tanımlanabilir ²

1.2 İletişim Sürecinin Yapısal Nitelikleri

İletişim süreci ise iletişim düzeninin yapısı içinde karşılıklı ilişkilerin kurulma biçimini anlatır bu süreç en az iki kişinin varlığını gerekli kılar. Bunlardan birisi mesajı gönderen, diğeri ise mesajı alan kişidir.

İletişim en yalın anlamda, düşüncelerini belli simgelerle anlatan bir gönderici ile bu simgeleri çözümleyip algılayan bir alıcıyı gerekli kılar. Bu sürecin amacı, göndericinin düşüncelerini alıcıda oluşturmaktır. İletişim konusu olan şey, alıcının duyu organlarını harekete geçirecek biçimde bir dizi simgeyi içermektedir. İletişimin en önemli sorunu, çoğu kez ortaya çıkan belirsizliktir. Ortama ilişkin bir belirsizlik ya

¹<http://abone.turk.net/elibal/yazim/iletisim.htm>,23.11.2002

²<https://enformatikgezginler.wordpress.com/2011/07/03/iletisim-kavraminin-tanimi-ve-onemi/> 03.07.2011

da açıklığın olmayışı göndericiler ve alıcılar arasında gerilim yaratmaktadır İletişim sürecinde dört önemli öge vardır³

Gönderici: Mesajı ileten insan ya da insan gruplarıdır. Göndericinin işlevi, gönderilecek mesajın önce saptanması, sonra anlaşılır nitelikte olmasına özen göstermektir. Göndericinin ilettiği mesajın sağlıklı olması için her şeyden önce kendi bilinçli varlığı ile bilinçaltı varlığı arasında bir dengenin bulunması gerekir. Öte yandan gönderici ilettiği mesajın önemine inanmalı ve bunu belirli bir amaç için yaptığının bilincinde olmalıdır.

Mesaj: Burada iki nokta önem taşır; mesajın dili ve mesajın içeriği. Mesajın dili, alıcı tarafından zorlanmaksızın anlaşılabilir, açık, net ve kesin nitelik taşımasını ifade eder. Mesajın içeriği ise, iletilmek istenen bilgi ve düşüncenin ele alınış biçimidir. Bu bilgi ve düşüncelerin hiçbir yanlış yoruma yol açmayacak sistematik bir şekilde aktarılması gerekir. Özellikle alıcının eğitsel ve sosyal düzeyi ve diğer özelliklerine uygun içerikte bir mesaj hazırlanmasına özen gösterilmelidir.

Kanal: Mesajın alıcıya iletiildiği yoldur. Mesajın iletilmesinde kullanılan iletişim araçları aynı zamanda kanal işlevini üstlenir. Bunlar göze, kulağa ve diğer duyu organlarına hitap edebilir. İletişim kanalında fiziksel ve psikolojik parazitler olmamasına ya da varsa bunların giderilmesine dikkat edilmelidir.

Alıcı: İletişim sürecinin son aşaması alıcıdır. Bir kişi ya da bir grup olabilir. Alıcı gelen mesajı kendi anlayış yeteneğine ve biraz da çıkarlarına uygun biçimde değerlendirir. Pozisyonu genelde pasiftir. Aldığı mesajı kaynağına iletirse aktif pozisyona geçer. Alıcının başarı şansı önyargılardan uzak ve objektif biçimde mesajı değerlemesine bağlıdır.

1.3 İLETİŞİM SÜRECİNİN İŞLEYİŞİ

1.3.1 Tek Yönlü İletişim

İletişim sürecinin tek yönlü işleyişi, bir verici-bir alıcı ya da bir verici-çok alıcı şeklinde olabilir. Amaç sadece mesajı iletmektir. Alıcının mesajı istenilen biçimde ve özde algılayıp algılamadığı ve ne ölçüde etkilendiği araştırılmaz. Bu durumda mesajın

³<http://www.odevsel.com/egitim/2740/iletisim-kavraminin-tanimi-ve-onemi.html> 12.07.2007

iletilmesiyle doğacak sonuçların anında değerlendirilmesi ya da denetlenmesi söz konusu olamaz.⁴

Tek yönlü iletişim sürecini haklı gösteren bazı nedenler ve düşünceler vardır.

- İletişimin tek yönlü oluşu uygulamaya hız kazandırır, zamandan artırım sağlar.
- İki yönlü iletişim giderleri arttırır, kırtasiyecilik gibi.
- Mesajın açık ve anlaşılabilir nitelik taşınması halinde çift yönlü işlemesine gerek yoktur.
- Normal ölçüde anlayış ve kavrama yeteneğine sahip olan kişiler, gönderilen mesajı, kolaylıkla algılar.
- Bireyler birbirine güvenmelidir. Gönderilen her mesajın sonuçlarını araştırmak ve denetlemek, çalışanlar arasında güvensizlik ve huzursuzluk yaratır.

1.3.2 İki Yönlü İletişim

En kısa anlatımla yansıma süreci, gönderilen mesajın olumlu ya da olumsuz yanıt biçimde kaynağa dönüşüdür. Göndericiden çıkan mesaj alıcıya geldiğinde tekrar ve kısa zamanda göndericiye döner. Amaç, elde edilen sonuçların mesajın kaynağına uygunluğunu saptamak ve bu arada bazı sapmalar varsa bunları gidererek mesajı amacına ulaştırmaktır.

1.3.3 Yansıma Sürecinin Etkinliği

Yansıma sürecinin denetim işleviyle özleştigi söylenebilir. Mesaj gönderen yöneticiye, alıcı durumunda bulunan iş görenin verdiği bilgi ve yaptığı işleri denetleme şansını yansıma süreciyle elinde bulundurur.

Denetim işlevi sonucunda ortaya çıkan sapmaların zamanında giderilmesi ve gerekli önlemlerin alınması için denetim organları ile denetlenen iş görenler arasında hızlı, sağlıklı ve doğru işleyen yansımali iletişim sürecinin işletilmesi gerekir.

⁴<http://www.odevsel.com/egitim/2740/iletisim-kavraminin-tanimi-ve-onemi.html> 12.07.2007

Yansıma sürecinin bir önemli yönü de mesajın özünde ve gerçek amacından sapmaksızın iletilmesini sağlamaktır.⁵

2.İLETİŞİMİ ENGELLEYEN ETKENLER

Kesintiler: İletişim sürecinde meydana gelebilecek kesintilerin, iletişimi engelleyen bir faktör olduğu açıktır. Özellikle çalışma hayatının günlük karmaşasından kaynaklanan kesintiler (bilgisayarlardan ve telefonlardan gelen sesler, yakınıımızda yapılan konuşmalar, vb.) o kadar alışılmış şeylerdir ki, çoğunlukla bunları engel gibi görmeyiz bile. Fakat şunu unutmamak gerekir: Bir mesajın vericisi ile alıcısı arasında giren her şey bir engeldir ve kesinti mesajın alınmasını bütünüyle önlemese bile onu mutlaka çarpıtır.

Böyle bir engelle başa çıkmanın tek yolu, onun varlığını kabul etmektir. Sanki engel yokmuş gibi davranmayın. İletişimin kesintiden hemen önce gelen kısmını her iki tarafın da iyice anladığından emin olun.

Zaman Kısıtlaması: Hem sizin hem de iletişimde bulunduğunuz kişinin zamanının kısıtlı olması da kesintiler gibi her zaman ortaya çıkan bir engeldir. Bu engel özellikle toplantılar sırasında önem taşır. Bir toplantıyı yönetirken salonu sürekli tarayıp insanlarla göz teması kurmazsanız, zihinleri başka bir zaman boyutunda dolaşmaya başlar. Konferansları düzenleyen deneyimli kişiler, dinleyicilerin sırtlarının saate dönük olması gerektiğini bilirler.

Bilgi Eksikliği: Yetersiz bilgi de verici ile alıcı arasında bir engel oluşturur. Gönderilen mesajı anlamayan biri, duruma göre ya anlamadığı yerleri aklından doldurur ya da ilgisi dağılıp başka şeyler düşünmeye başlar. Artık mesajı alacak durumda değildir. Anladığımızı ya da anlamadığımızı gösteren açık bir sinyal vermedikçe, alıcı olarak sorumluluğumuzu yerine getirmemiş oluruz.⁶

Geçmiş Deneyimler: İletişim sürecine girerken, bütün geçmiş deneyimlerimizi de birlikte getiririz. Bu durumda, bilgi eksikliğinin tam tersine, gereğinden fazla bilgi söz konusudur. Sahip olduğumuz bilgileri sürekli olarak vericinin mesajını

⁵<https://enformatikgezginler.wordpress.com/2011/07/03/iletisim-kavraminin-tanimi-ve-onemi/>
03.07.2011

⁶<http://www.toplumdusmani.net/modules/wordbook/entry.php?entryID=6324/iletisimi-engelleyen-unsurlar-nedir+iletisimi-engelleyen-unsurlar-ne-demek> 10.10.2011

tamamlamak için kullanırız. Varsayım ve önyargılarımızla birleşen bilgilerimiz, mesajı bütünüyle almamızı engeller.⁷

Fiziksel Uzaklık: Biriyle yüz yüze görüşmemiz mümkün olmadığı zaman, fiziksel uzaklık da iletişimin önünde engel oluşturur. Burada da sorun, uzaklığın ortaya çıkardığı güçlüklerin farkında olmak ve böylece iletişim sürecinin kontrolümüz altındaki kısmından en iyi şekilde yararlanabilmektir.

Örgütsel Uzaklık: Mesaj alırken ya da verirken, organizasyon içindeki rolünüzden kurtulamazsınız. Bu rolün farkında olmanız ve organizasyondaki diğer kişilerin konumlarıyla ilgili duygularınız da iletişimin önünde bir engel oluşturur. Patronunuzla görüşürken, onun patron olduğunu hiç aklınızdan çıkarmazsınız. Astlarınızla konuşurken de, hem siz hem de konuştuğunuz kişi, sizin üst bir konumda olduğunuzu unutmaz. Bu bilgi, aynı işyerinde çalışan insanlar arasındaki iletişimi sürekli olarak etkiler.

Çok Az ya da Çok Fazla İlgi: İletişimde, konuyla çok fazla ilgili olmak da yeteri kadar ilgili olmamak da aynı ölçüde engel oluşturur. Konu hakkında çok fazla deneyimi ya da bilgisi olan biri gibi, çok fazla ilgili bir dinleyici de enerjik yorum ve sorularıyla iletişimi kesintiye uğratabilir. Konuyla çok ilgili bir alıcı, enerjisini vericinin söylediklerini anlamaktan çok kendi söyleyecekleri üzerinde yoğunlaştırır. Böylece, yalnızca kendisi ile verici arasında değil, odada bulunan herkes için de bir engel ortaya çıkar.

Dikkati iletişimin biçimine değil içeriğine yöneltmek de önemlidir. Konu ilginç olduğu halde sunuş tarzının sıkıcı olması yüzünden konsantrasyonun zayıflaması, çok karşılaşılan bir durumdur. Eski deyişlerle ve gösterişli sözcüklerle dolu, uzun cümlelerle yazılmış bir rapor okurken dikkatimizi toplamakta zorlanabiliriz.

Kişisel İhtiyaç ve Beklentiler: Her iletişim sürecinde, verici ile alıcının, mesajın gönderilip alınmasıyla ilgili ihtiyaç ve beklentilerinin yanında kişisel ihtiyaç ve beklentileri de vardır. Tanıdığınız insanların, iletişim kurma çabalarınıza nasıl tepki verecekleri konusunda beklentileriniz vardır. Bu yüzden, aynı mesajı değişik insanlara farklı biçimlerde gönderirsiniz. Örneğin, o gün işten erken ayrılmak istediğinizi çalışma arkadaşlarınıza, astlarınıza, yöneticinize ve ailenize farklı sözcüklerle ve farklı

⁷<http://abone.turk.net/elibal/yazim/iletisim.htm>,23.11.2002

bir ses tonuyla söylersiniz. Bu beklentiler yanlış çıktığında ise şaşkınlığa düşebilirsiniz.⁸

Seçici Algılama, Önyargı ve Varsayımlar: Önceden edindiğimiz bütün deneyim, fikir ve duygular iletişim sürecine karışır. Kişisel bağlıklarımız, ahlak anlayışımız ve inançlarımız, aldığımız her yeni bilgi parçasını etkiler. Belli bir mesaja nasıl tepki vereceğimizi önceden kararlaştırdığımız zaman, önyargımızın mesajı engellemesine izin vermiş oluruz.

Seçici algılama, bir mesajı süzgeçten geçirip yalnızca istediğimiz şeyi almamızdır. Bu durumla performans değerlendirmelerinde çok sık karşılaşılır. Okuduğumuzdan yazdığımızdan ve dinlediğimizden daha hızlı düşünebildiğimiz için, bir mesajdaki boşlukları kendi varsayımlarımızla doldurmaya yöneliriz. Bu varsayımlar gerçek verilere değil, doğru olduklarını fazla düşünmeden kabul ettiğimiz bilgi kısımlarına dayanır.⁹

3. ÖRGÜT VE İLETİŞİM

Örgütlerin giderek büyümesi ve teknolojinin karmaşıklaşması sonucu örgüt içi iş bölümünün de giderek arttığı bir gerçektir. İş bölümünün artması örgüt üyelerinin karşılıklı olarak birbirleriyle bağımlı olmaları sonucunu doğurmaktadır. Bir bireyin performansının bir diğerinkini etkilediği ve diğerleri tarafından etkilendiği bir durumda bireylerarası karşılıklı iç bağımlılık söz konusudur. Bu bağımlılık bireysel faaliyetlerin eşgüdümünü gerektirir. Örgütün amaçlarına ulaşabilmesi için bireysel faaliyetlerin düzenli, birbirleri ile uyum içinde gerçekleştirilmesi gerekir. Bu eşgüdümün başarılı bir şekilde gerçekleştirilmesi ise kuşkusuz bireyler arasında yoğun bir iletişimi gerektirecektir.

Günümüzün yöneticisi birlikte çalıştığı grubun verimliliğinin büyük ölçüde grup üyelerinin çabalarının etkin bir şekilde eşgüdümüne bağlı olduğunun farkındadır. Ancak eşgüdümün kendiliğinden gerçekleşmeyeceği de açıktır. Günümüzün yöneticisi kendisi ve astları arasında ortak bir anlayışa ve iş birliğine ulaşmak istiyorsa doyurucu bir iletişimin gerekli olduğunun farkın da olmak zorundadır. Kısaca iletişim örgütsel

⁸<https://prezi.com/iunc5t6i8uz3/iletisimi-engelleyen-faktorler/> 24.03.2014

⁹<https://prezi.com/iunc5t6i8uz3/iletisimi-engelleyen-faktorler/> 24.03.2014

yaşamın sürdürülebilmesi, amaçlara ulaşılabilmesi için gereken hayati önem taşıyan unsurlardan biridir.¹⁰

3.1 Bir Yönetsel Araç Olarak İletişim Düzeni

Örgüt içinde yer alan organlar ve özellikle karar merkezleri arasında işleyen iletişim düzeni yönetimin başarılı olmasını etkiler. İşletmelerde çizilen amaçlardan sapmaksızın gelişme olanağının sağlanması için yönetim işlevini üstlenmiş sorumlu kişiler arasında görüş ve düşünce birliğinin gerçekleşmesi gerekir. Bu iş ve güç birliğinin gerçekleştirilmesi için işletmede her düzeyde yer alan kişiler arasında sürekli ve düzenli bir iletişim gerektiği açıktır.¹¹

3.2 Yönetsel Başarıda İletişim Koşulları

Yönetsel başarının özünü alan kararların etkinliği oluşturur. Kararların alınmasında en önemli konu gerekli ve yeterli bilgilerin toplanmasıdır.

3.2.1 Teknik Koşullar

- Mesaj noksan olmamalı yani aranılan her bilgiyi içermelidir; hiçbir eleman unutulmamalı özellikle teknik veriler ve konunun ekonomik ve sosyal yönü ihmal edilmemelidir. Bilgi işletme gereksinmelerini karşılayacak nitelikte olmalıdır.
- Dengeli olmalıdır; bu koşul birincisini tamamlar niteliktedir ve farklı verilerin alıcının sorumluluğuna uygun düşmesini önermektedir.
- Açık ve anlaşılabilir olmalıdır; alıcının anlayacağı biçimde belirli bir düzen, form ve dil kullanılmalıdır.
- Denetlenebilir nitelik taşınmalıdır; alıcıya iletilen bilginin tekrarlanması ve iyi anlaşıldığının bilinmesi gerekir. Feedback (yansımaya) kuralı bu şekilde gerçekleşmiş olur.
- Hızlı olmalıdır; mesaj zamanında verilmelidir.

¹⁰Amme İdaresi Dairesi, Cilt 37 , Sayı 4 , Aralık 2004

¹¹<http://www.odevsel.com/egitim/2740/iletisim-kavraminin-tanimi-ve-onemi.html> 12.07.2007

3.2.2 Moral Koşulları

- Gerçek olmalıdır; alıcıların her birine değişik bilgiler yerine gerçek olanı iletmek gerekir.
- Doğru olmalıdır; haberin akış yönü bilerek saptırılmamalı, alıcıya hiçbir şeyden kaçınılmaksızın gerçek iletilmelidir. Özellikle mesaj üzücü ve sıkıcı dahi olsa cesaretle alıcısına duyurulmalıdır.¹²
- Geniş kapsamlı olmalıdır; gerekli olan bütün bilgilerin alıcıya iletilmesi zorunludur. Unutkanlık tehlikesi bir tuzak olabilir. Deneyler bu hatanın sık sık işlendiğini ortaya koymuştur.
- Kötüye kullanılmamalıdır; bu koşul haberlerin yönetici veya uygulayıcı olsun bireylerin kişiliğine ve özel yaşantısına saygılı olmasını önerir.
- Basamak atlamamalıdır; şayet bunu yapmak kaçınılmaz ise bir alışkanlık haline dönüştürmeksizin sadece ilgili iş görenler arasında işleyen geçici bir iletişim kanalı şeklinde kurulması gerekir. Her şey rağmen bu tür ilişkilere işletme yönetiminde sık sık karşılaşılır. Bir bakıma yönetici bilgi girdi çıktıları ile bir tür kompüter görevini üstlenmektedir.¹³

3.2.3 Yönetmel İşlevler-İletişim İlişkisi

İletişim bilinçli bir yönetimin vazgeçilmez aracıdır. Planlama, örgütlendirme, yönlendirme, eşgüdüm, denetleme ve yöneticilerin yetiştirilmesi gibi yönetimin temel işlevlerinin başarılı biçimde yürütülmesi sürekli ve düzenli bir iletişimin oluşturulmasına bağlıdır.

- Planlama-İletişim: Planlamanın başarısı, yöneticilerin ileriye görme yeteneği kadar, alınmasından önce bir araştırma yapılmasına bağlıdır. Araştırmaya tekniklerinin tümü karar alternatiflerini belirleyecek bilgi kaynaklarınının toplanması ve analizi gerekli kılar. Görüldüğü gibi bilgi kaynaklarına

¹²Amme İdaresi Dairesi, Cilt 37, Sayı 4, Aralık 2004

¹³<http://irfanerdogan.com/organisations/orgnztmenu.htm>

başvurulması ve bu bilgilerin belirli karar merkezlerinde toplanması iletişim tekniklerini ister istemez devreye sokmaktadır.

- Örgütlendirme-İletişim: Örgütsel yapının en belirgin görüntüsü yatay ve dikey düzeyde organların oluşmasıdır. Ancak bu organlar birbirinden kopuk değil, ortak bir amaç doğrultusunda birbirleriyle sürekli olarak ilişki içinde bulunurlar. Aralarında kurulan iletişim köprüleriyle organların işlevlerini yürütmesi, anlaşma ve işbirliğine yönelmesine olanak kazanır.¹⁴
- Yöneltilme-İletişim: Yöneltilme işlevinde en ilgi çeken nokta, otoriteye dayanarak yukarıdan aşağıya inen iletişim kanallarıyla buyrukların alt basamaklara iletilmesidir. Bu kanalların sadece iş görenlere iş yaptırma gücünü ifade eden buyrukların gönderilmesine ayırdığı düşünülmemelidir. Katı ve sert otorite, yerini yumuşatılmış ve ılımlı buyruklara bırakmalı, yukarıdan aşağıya doğru buyruk akımı, bilgi akımıyla birlikte işletilmelidir.
- Eşgüdüm-iletişim: Eşgüdüm (koordinasyon) işbirliği sorumluluğunu ve örgütün çapraşıklık derecesi ile doğru orantılı olarak kompleksleşen bir iletişim düzeni işlevidir. Bu düzen, grup üyelerini birbirlerinin çalışmalarından bilgili kılmağa yarar. Kuruluşu meydana getiren çeşitli bölümler, birbirlerinin yaptıklarından bilgili kılınmazsa, işletme, kararsız ve kendi kendine rakip bir hal alır. Bölümler ya da kişiler arasında anlaşma sağlayacak ve ortak amaçlar doğrultusunda birleştirecek en önemli araç iletişimdir. İşletmede gerçekleştirilen iş bölümü ve uzmanlaşma olgusu organlar arasında kopukluk yaratırken eşgüdüm, bu organları ya da kişileri bir araya getiren ve uzmanlaştıran bir işlevdir.

Bu uyumun gerçekleşmesinde en önemli görev yatay iletişim kanallarına düşer.

Yatay iletişimin en önemli rolü aynı düzeyde çeşitli fonksiyonları yüklenmiş organları zaman zaman bir araya getirerek işletme için son derece gerekli bulunan eşgüdümün sağlanmasına yardımcı olmasıdır. Yatay iletişim örgütte karşılıklı dayanışma ve takım ruhu anlayışının doğmasına da katkıda bulunur. İş görenler

¹⁴ Amme İdaresi Dairesi, Cilt 37, Sayı 4 , Aralık 2004

arasında kurulan sıkı ilişkiler inanç, amaç ve davranış birliğini yaratarak örgütsel çıkarlarla kişisel çıkarların yaklaşımına olanak sağlar.¹⁵

Denetim-İletişim: Denetimde öncelikle varılmak istenen amaçlar birer standart olarak saptanır. İkinci aşamada gerçekleştirilen durum araştırılır. Bu bir bakıma planlama işlevi ile denetim arasında ki köprüyü kurmak bakımından anlam taşır. Bu amaçla gözlem, yorum ve analizlerden geniş ölçüde yararlanır.

Buyrukların amaçlara uygun biçimde gerçekleştirilip gerçekleştirilemediği saptanmaya çalışılır. Böylelikle uyum olmayan uygulamaların bir başka deyişle sapmaların ortaya çıkışı sağlanır. İletişim düzeninin sağlıklı işleyişi bu tür sapmaların saptanmasında olduğu kadar, onların giderilmesinde de etkin rol oynar.¹⁶

Eğitim-İletişim: İletişim bilgi aktarma ve anlaşma sağlama amacını güderken, eğitim aktarılan bilgilerle kişilerin yetiştirme ve gelişmelerini amaçlar. İletişim ile eğitim arasındaki ilişki amaçlardan çok araçlar yönünden ele alınabilir. Her ikisinde de anlatım, yazılı bilgi, görüşme, toplantı, görsel ve işitsel araçlar kullanılır.

Örneğin, düzenlenen bir konferans, iş görenleri bir işe hazırlama, uyarılma ya da yetiştirme amacını gütmekte ise bu bir eğitim aracıdır. Yok eğer, herhangi bir konuda iş görenlere bilgi aktarmak ya da ayrılan bir iş hakkında aydınlatmak amacı güdülyorsa burada konferansı bir iletişim aracı olarak nitelemek gerekir.¹⁷

3.2.4 İletişim Konusunda Yöneticilerin Sorumluluğu

Başarılı bir iletişim düzeninin işletmede kurulması ve işlemesi başarılı yöneticilerin işidir. İşletmenin her köşesinde varlığını ve ağırlığını duyuran iletişim düzeni bilinçli bir yönetimin vazgeçilmez aracıdır. Bilgi alınması ve bilgi verilmesi prosesini oluşturan iletişim yönetim için o kadar önemlidir ki iletişimi sağlamayan hiçbir örgüt yaşayamaz. Yöneticiye düşen önemli sorumluluklar:

Yönetici iletişimin anlam, ruh ve önemini kabul ve idrak etmelidir. Böylelikle en üstteki basamaktan en alttakine kadar her kişi aynı şeyi düşünür, aynı şeyi duyar ve aynı şeyi yapar duruma gelebilir. İletişimin gereksizliğine inanmış bir yönetici veya

¹⁵<http://www.odevsel.com/egitim/2740/iletisim-kavraminin-tanimi-ve-onemi.html> 12.07.2007

¹⁶<https://prezi.com/iunc5t6i8uz3/iletisimi-engelleyen-faktorler/> 24.03.2014

¹⁷Amme İdaresi Dairesi, Cilt 37, Sayı 4 , Aralık 2004

yönetici grubunu yönetimindeki kuruluşlardan başarılı sonuçlar beklemek olası değildir.

Yönetici iletişim kavramının, başarının önemli bir parçası olduğuna inanmalıdır. Bu inanca sahip olmayan yöneticilerin bulunduğu bir kuruluşta yönetimi işleten çarklar geleneksel ilke ve kurallardır.

İletişim düzeni, çalışanlar üzerinde bina edilmiş bir yapıdır. Her kişinin bu düzendeki görevinin önemi mutlaka kabul edilmelidir. Aksi halde bireyler aracılığıyla, normal çalışması aksatılmış bu düzen mutlaka kötü sonuçlar doğurur.

Bir yönetsel yapıda iyi bir iletişim düzeninin uygulanması ancak iyi yöneticilerle olasıdır. Örgüt içi ve dışı çeşitli bilgilerin olumlu biçimde en yukarıdan en aşağıya doğru ulaştırılmasında yöneticiler, kilit noktaları meydana getirirler. Böylelikle iş görenler yöneticilerin kendilerinden ne beklediğine ne isteyebileceğini ve ne yapmaları gerektiğini bilebilirler.¹⁸

Yöneticilerin iş görenlerden gelen bilgilere ilgisiz davranmalarıdır. Oysa işçilerin bilmedikleri birçok bilgilerin yöneticiler tarafından bilinmesi ne kadar gerçekse, bir takım şeylerin de yöneticilerin gözlerinden kaçarak işçiler tarafından bulunduğu o ölçüde bir gerçektir. İletişim’de en büyük sorumluluk ara basamakta yer alan yönetici kadrolara düşer. Bu tür yöneticiler yukarıdan gelen mesajların alt basamaklara gönderilmesi ve aşağıdan gelen mesajların üst basamaklara iletilmesi gibi son derece önemli bir görev üstlenirler.

Bir yandan, aşağıya inen mesajların özünden bir şey yitirmeksizin ve alıcının anlayacağı düzeyde açık ve anlaşılır hale dönüştürülmesi gerekir, öte yandan yine bu ara basamak yöneticileri tarafından aşağıdan gelen mesajlar üst basamaklara iletilmelidir.¹⁹

Bütün bu engelleri aşmak ancak düzenli işleyen bir iletişim sisteminin kurulmasına ve iletişimin önemine inanan yöneticilerin üzerine düşen sorumlulukları yüklenmelerine bağlıdır. Bu nedenle başta üst ve ara basamak yöneticileri olmak üzere

¹⁸<https://prezi.com/iunc5t6i8uz3/iletisimi-engelleyen-faktorler/> 24.03.2014

¹⁹<http://www.odevsel.com/egitim/2740/iletisim-kavraminin-tanimi-ve-onemi.html> 12.07.2007

tüm personelini iletişim düzeninin kurulması, işleyişi ve denetimi konularında zaman zaman eğitici programlara katılmaları çok büyük yararlar getirecektir.

3.2.5 Etkin Örgütsel İletişimde Yöneticinin Rolü

Etkin iletişimin sağlanmasında yönetici konumundaki kişilerin rolü büyüktür. Amir-çalışan iletişim, bir örgütteki iletişim ağının çekirdeğini oluşturur. Örgütün amaçları, iş talimatları, performans, sorumluluk ve yetkiler hakkında ki bilgiler yukarıdan aşağıya iletildiği gibi, sorunlar, şikayetler, sorun çözümüne ve ürün geliştirmeye yönelik bilgi, performans raporları, finans ve muhasebe ile ilgili her türlü bilgi de aşağıdan yukarıya iletir. Tüm bu bilgi alışverişinde gerekli olan iletişim hünerleri, pozisyonu ne olursa olsun örgütteki tüm çalışanlar için geçerli olmasına rağmen, yönetici ve lider rolündeki kişiler için, özellikle gereklidir. Amaç, çalışanlara iş yaptırırken onların aynı zamanda mutlu olmalarını da sağlamaktır. Astların amirlerinin iletişim kalitesini algılayış biçimleri, onların performansını, işe devam ve iş değiştirme durumlarını, dolayısıyla da verimliliklerini etkilemektedir.²⁰

4. Sonuç

Yönetimde başarılı olabilmek için öncelikle örgütün ulaşabileceği genel amaçlar belirlenmelidir. Daha sonra ise, örgütün alt birimlerinin amaçları tespit edilmelidir. Gerek örgüt gerekse birimler düzeyinde belirlenen amaçlara göre örgüt çalışanları ve birimler arasında yeterli iletişim kurularak istenilen başarı seviyesine ulaşılabilir. Yönetim amaçlarının belirlenmesi ve planlanması aşamalarında amaçların ve planların tutarlı olabilmesi için örgüt birimlerinden yeterli bilgi gelmelidir. Bu da, ancak iyi bir iletişim sistemiyle sağlanabilir. Yönetim faaliyetlerinin değerlendirilmesi de yine iletişimle sağlanabilmektedir.

Örgüt bir sistem olduğuna göre, bu sistemin yaşayabilmesi için örgütün dış çevreden bilgi, materyal alışverişinde bulunması gerekir. Bu alışveriş de temelde iletişim vasıtasıyla gerçekleştirilmektedir. Örgütün başarıya ulaşması büyük ölçüde, örgütün birimleri ve çalışanların örgütün amaçları doğrultusunda yönlendirilmesi ve dış çevre ile örgüt arasındaki ilişkilerin etkin olmasıyla mümkün olmaktadır. Gerek iç gerekse dış çevre ile ilişkiler de iletişim vasıtasıyla sağlanmaktadır.

²⁰<http://www.1bilgi.com/halkla-iliskiler/2995/orgut-iletisimi.html> 06.11.2007

Yönetici amaçlara ulaşabilmek için iletişim yoluyla gerekli talimatları vererek çalışanlarını yönlendirir. Yönetici, örgütün amaçları ile çalışanın amaç ve ihtiyaçlarını birleştirebildiği ölçüde başarılı olabilir. Yönetici ile çalışan arasında iyi ilişkiler kurulabilmesi, yöneticinin astını ikna yoluyla yönlendirilmesi iletişimin etkin kullanılmasıyla mümkün olur. Yönetici örgüt kültürünü dikkate alarak, yönetimde oluşabilecek doğal veya diğer gruplarla iletişim kurmalı ve farklılıkları dikkate alarak bu grupları örgütün başarısına ulaşmak için yönlendirmelidir.

Örgütlerde yönetici, çalışanlarla ilişkilerinde araya bir engel koymamalıdır. Örgütte meydana gelebilecek problemler çözülebileceği en alt seviyede çözülmeli ve üst yöneticilerin iletişim yoğunluğu artırılmamalıdır. Örgütte çalışanların maddi ve manevi problemlerini iletebileceği ve çözüm bulabileceği bir birim oluşturulmalıdır. Gönderici ve alıcı durumunda bulunan kişiler farklı kişiliklere, değişik eğilimlere ve nitelikler ile kişisel amaçlara sahiptirler.

Bu nedenle yönetici, iletişimi, örgütün amaçları ile çalışanların amaçlarını birleştirmek ve eşgüdümü sağlamak üzere kullanılmalıdır. Yönetim de başarı için amaç, politika ve hedeflerin belirlenmesi, amaçlara ulaşmak için bir planlamanın yapılması, iş birliği içinde çalışma ve denetleme işlevlerinin yapılması gerekir. Bütün bu faaliyetler iletişimle yerine getirilmektedir.²¹

2. SİYASAL İLETİŞİM KAVRAMI

Siyasal iletişim kavramına ilişkin oldukça fazla tanım bulunmaktadır. Bu tanımların fazlalığı, gerçekte kavramın karmaşık olmasından ya da belirsizliğinden değil siyasal iletişim kavramının geniş kapsamlı olmasından kaynaklanmaktadır. Sözcük olarak hem “siyaset” kavramının hem de iletişim kavramının tek ve net bir tanımını yapmak çok güçtür. Dolayısıyla bunların birleşiminden ortaya çıkan “**siyasal iletişim**” kavramının tanımlanması ya da tek bir tanıma sığdırılabilmesi de o denli güç olmaktadır.²²

Ithiel de Sola Pool yirminci yüzyılın ikinci yarısında iletişim politikalarının ve siyasal iletişimin, ayrı bir araştırma alanı olarak ortaya çıktığını söyler (1974, s.31).

Başka bir perspektiften ise; siyasal iletişimin siyasetin kendisi kadar eskilere dayandığını, Yunan ve Latin retorik sanatının siyasal iletişimin en yetkin ve soylu

²¹<http://www.odevsel.com/egitim/2740/iletisim-kavraminin-tanimi-ve-onemi.html> 12.07.2007

²²Aktaş, H. (2004).*Bir Siyasal İletişim Aracı Olarak İnternet*, Konya: Tablet Yayınları,

formlarından biri olduğunu iddia etmek de mümkündür (Wolton, 1990: s. 9). Retoriği “belli bir durumda, elde var olan inandırma yollarını kullanma yetisi” olarak tanımlayan Aristoteles politika, konuşma ve iletişimin ayrılmaz bağı ile ilgili, yankıları modern dünyada da sürece önemli bir konumlanışın temellerini atmıştır. (Köker, 2007: s. 88). De Sola Pool Aristoteles’in Retorik’ine ilave olarak Mill’in ikna edici argümantasyonu incelediği System of Logic; iktidarın nasıl elde edileceğine dair bir siyasal iletişim kılavuzu olarak da okunabilecek Machiavelli’nin Hükümdar ve Lenin’in Ne Yapmalı eserlerinin de siyasal iletişimin erken dönem örnekleri olarak düşünülebileceğini söyler (1968, s. 91).

Bu güçlükler rağmen, siyaseti, “toplumun farklı kesimlerinin ve güç odaklarının ortak bir zeminde uzlaştırılması” olarak tanımladığımızda, iletişimi de “ortak semboller oluşturma ve bunların üzerinde tartışarak bir anlaşmaya varma süreci” olarak ifade edebiliriz. Yani siyaset, icraat üretmekte ve iletişim aracılığıyla yürütülmektedir. Bu nedenle bu iki kavram arasında çok yakın bir ilişki bulunmaktadır.²³ Kavram, İletişim Sözlüğün de ise şu şekilde tanımlanmaktadır. Siyasal iletişim, “Siyasal süreçlerle iletişim süreçleri arasındaki ilişkileri ele alan araştırmalardan oluşan, disiplinler arası bir akademik alandır.²⁴

Siyasal iletişim etimolojik bir kavramdır. İletişimin politik yönüdür ya da politikanın iletişimsel yönü. İletişimin politik kavramının dışında bir varsayım. Asimetrik iktidar ilişkilerinin zedelediği toplumsal bir aralığı mümkün kılan bir olgudur.

İktidar yalnızca toplumun genel kurallarını belirleyen güç değil, sistemsel unsurları uygulayan bir alan değil, toplumun her alanında bizi etkileyen sürecin kendisidir. Dar anlamda değil geniş anlamda anlamayı yeğlerler. Dar anlam sadece seçim kampanyalarına indirgeyen davranış salcı yaklaşımda var. 1960’lardan sonra genişleyen bir alanı kapsıyor. Siyasal iletişimi geniş kapsarsak bu devrin düşünce ve ifade özgürlüğü 17. ve 18. yüzyıllara geri dönmemiz gerekir. Siyasal iletişim politik konuşmanın başıdır.

²³Oktay, Mahmut. (2002). **Politika da Halkla İlişkiler**, İstanbul: Derin Yayınları

²⁴Mutlu, E. (2008). **İletişim Sözlüğü**, Ankara: Ayrıç Kitabevi,

Siyasal iletişim kavramı 1950'lerden itibaren başlayarak dar alana sıkıştırılan yaklaşımlardan yola çıkarak oluşturulur. Akademik olarak okutulmaya başlandığı bir alan olarak 1950 ve sonrası, bundan önce Vladimir Lenin Rusya'nın dışında olduğu tarihte gazeteleri el altından soktuğu "Devlet Nedir?" kitabın İngilizce "Halkı aydınlatma bakanlığı" ilk afiş çalışmaları, fotoğrafın ilk kez gazetede yer aldığı 1917 Alsas-Loren bölgesi de siyasal iletişime girer. ²⁵

Uslu'ya göre Siyasal İletişim "Bir siyasal görüş ya da organın, etkinlikte bulunduğu siyasal sistem içerisinde kamuoyu güvenini ve desteğini sağlamak - dolayısıyla iktidar olabilmek için konjonktürün gereklerine göre- reklam propaganda ve halkla ilişkiler tekniklerinden yararlanarak sürekli bir biçimde gerçekleştirdiği tek ve/ veya çift yönlü iletişim çabalarıdır. ²⁶

Michel Bongrand ise siyasal iletişimi, "Bir adayın potansiyel seçmenlerine uygunluğunu ortaya koymak, adayı en yüksek sayıdaki seçmen kitesinin ve kitledeki her bir seçmenin tanınmasını sağlamak, rakiplerle ve muhalefetle farkını yaratmak ve minimum araçla, bir kampanyayı kazanarak gerekli olan oy sayısını elde etmek için kullanılan tekniklerin tümü" şeklinde tarif etmektedir. ²⁷

2.1 Siyasal İletişimin 3 Temel Özelliği

- 1) Herkesin en sıradan insanın anlayabileceği bir slogan
- 2) Toplumsal kesimleri farklılaştırıp, parçalayıp her kesime ayrı sunmak
- 3) Bunu sürekli yapmak.

Bugünkü pazarlama metinlerinin kullandığı yöntemdir.

Siyasal iletişime siyasetin meşruiyet harcı

- 1) Siyasal iletişimi disiplinler arası bir çalışma olarak gören ifade biçimi.

²⁵<http://alonot.com/siyasal-iletisim-ders-notlari/> 06.12.2015

²⁶Uslu, Zeynep Karahan. (1996). "Siyasal İletişim ve 24 Aralık 1995 Genel Seçimleri", Yeni Türkiye Dergisi, Sayı.11

²⁷Mutlu, E. (2008). **İletişim Sözlüğü**, Ankara: Ayraç Kitabevi,

2) Aristokrasıyla, timokrası'nin biçim alan bir tür parlamento arasında. Politik meşruiyetin sağlanmasının harcı olarak politik iletişim teması. Devletin ideolojik aygıtları terimini ilk Gramsci kullanmıştır, daha sonra Althusser onu geliştirmiştir. Siyasal iletişime dair bilginin artması siyasetin bilimselleşmesi ile oluşuyor.²⁸

1950'lerde birden bire siyaset bilimselleşiyor. 1937-1945 yıllarında yaşanan faşizm savaş çıkarıyor. Kamuoyuna siyasiler güvenemiyorlar. Nasıl etkilendiklerini araştırmak için yeni olan bu alan siyasal iletişim. Yalnızca 1940'larda değil 1945 yıllarında savaş sırasında yapılan araştırmalarda büyük bir rolü oluyor. 1945'ten sonra vasıflı bir kitle işsiz olarak ortada kalıyor, bir kısmı akademik diğerleri devlet için çalışmaya başlıyorlar. 1950'lerle beraber şüpheyle yaklaşılan kamuoyunu dışarıdan yönlendirmek, ne düşündüğünü bilmek siyasal açıdan birinci amaç irrasyonel davranışa kamuoyunun girmemesi.

Siyasetin bilimselleşmesi sürekli yeni alanları doğurmuş. Halkla ilişkilerin gelişmeye başladığını görüyoruz. Bu uzmanlar ne yapıyorlar? Siyasal alana hizmet, söylemini geliştirme-yayma, siyasal olanın tartışılmasını engellemek, yaptığı şey bu.

Siyasal iletişimin akademik olarak gelişmesiyle siyasetin bilimselleşmesinin arasındaki ilişki ne? Kamuoyu yoklamaları. Örgütlenme karşısında halkçı yapı var. Yalnızca güce ve şiddete dayanarak yönetilemez, baskı araçları da lazım. Bilimselleşme insan beynine girmeye yarayan araç. Teknokrat birim uzmanlarını kullanır.

Bunları kullanmasının iki nedeni vardır siyasetin:

1) Bilim, bilimsel veriler, bilimsel söylem nesnel-objektif, tarafsız olarak kullanıyor. (Meşruiyet Alanı)

2) Bilimsel teoriden hareket ederek siyasetçiye şunu söyleme fırsatı veriyor "Kamuoyu benim arkamda" İşte bunun adı bilimselleşmedir. Tartışmadan uzak karar almaya olanak tanır.

²⁸<http://alonot.com/siyasal-iletisim-ders-notlari/> 06.12.2015

1955-1960 arası dönem siyasal iletişimde seçmenin ikna paradigmasının hakim olduğu bir faaliyetler bütünüdür. 1950-1960 Seçmeni ikna paradigması, seçimler ve birinci çıkan siyasi parti. Neden böyle? Demokrasinin en temel göstergesinin bu olduğunu düşünüyorlar. En çok koltuğu alan iktidarı kurmakla görevlendirilir. Kampanya yaptırıyorlar. Halkla ilişkiler, metin yazarı, medya uzmanları ortaya çıkıyor. Siyasal iletişim de bu süreçle ilgileniyor.²⁹

Bilimsel bilgi iktidarın rasyonel kullanımı bilimsel söylemlerin siyasal iletişime hizmet ettiği bu dönemde üniversite-iktidar yakın ilişkiler kurduğu dönem. Bütçe sağlıyor üniversitelere. İhale veren şirketler yanlarına üniversiteleri de alıyorlar. 1950 arasındaki ilişki kurumsallaşıyor. Şirketler kendi adlarına üniversiteler kuruyorlar ve zeki beyinleri ele geçiriyorlar. Politika yalnızca siyasal iktidarı ele geçirmek ve elde tutmak anlamına gelmiyor. Politika toplumun her kesiminin uyacağı kuralları olan genel kurul halini alıyor.

Bilimin bu kullanımı politikayı politik iktidarın tartışmalı ve kapsayıcı olarak karar aldığı kabul ediyor. Lobcilik ya da kamusal ilişkilerin de bu tarihlerde ortaya çıktığını görürüz. Halkla İlişkiler kitaplarının ortaya çıktığı zamanlar. İletişim önce ABD sonra Kıta Avrupası'nda gelişir. İlk geliştiği ülkeler Fransa daha sonra da Almanya'dır.³⁰

1962-63 Habermas çözümlenmiş bu üç aktörü inceler. Siyasal iletişimi ele alırken ikinci bir etmen disiplinler arası bir alan olarak siyasal iletişim. İki temel dayanağa **DAVRANIŞSALCI** ve **SİSTEM YAKLAŞIMI**. Savaş sonrası dönem, soyutlanmış bahsedilir. Katı soyut amprizm, savaş sonrası siyaset bilimini temel yönelen akım egemen olarak kullanılmış. Örneğin; Katımalı gözlem, anket, deneydir. 1930'lara kadar geri gideriz. İlk akım **DAVRANIŞSALCI YAKLAŞIM**. Özellikle ABD'de hala egemendir. İki şeyden hareket eder.

1) Bireylerin belli politik durumlardaki davranışlarını çözümler. Seçimler olabilir, kriz durumları, toplumsal sorunlar olabilir.

²⁹<http://alonot.com/siyasal-iletisim-ders-notlari/> 06.12.2015

³⁰<http://politiccom.blogspot.com.tr/2010/11/siyasal-iletisim.html> 20.11.2010

2)1960'tan itibaren önce gazetecilik sonra radyo 62'den sonra televizyon seçim sürecinde medyanın etkisini ölçer. Matematiksel ve psikolojik çeşitli veriler kullanılarak elde edilir sonuçlar. (Ekonomik alandan türemiş. 1932 ilk ortaya çıkışı tüketim davranışı üzerine ortaya çıkıyor.)

1960'larm başında başka bir paradigma SİSTEM ANALİZİ Biyolojiden elde edilen kavram canlı organizma kavramıdır. Sistem toplumu küçük parçalara ayırır. Toplumsal sistemler alt sistemlerden oluşur. Birbirlerini de etkilerler. Toplumu girdiler-çıktılar olarak alır. ³¹

Yurttaş beklentisi, isteği, talebi bir girdidir, dönüşümden geçirilir yasa, politik uygulama, siyasa olarak sunuyor. Almanya'nın Kuzeyi, İtalya, Danimarka'da, Polonya'da günümüzde uygulanan bir yaklaşımdır. İlgisi politik aktörlere yönelik hangi sistemleri kullanıyor ve savunuyor?

Üçüncüsü 1970 Kurumsal politika ile ilgili araştırmalar daha çok hükümetme olarak değerlendirilir1930 Frankfurt Okulu Toplumsal araştırmalar enstitüsü. Kapitalizmin geldiği noktaları araştırmak için iki temel sav:

1)Kültür Endüstrisi kavramıyla anlatılan mesele. Kapitalizm geldiği durumla teknolojik rasyonalizm radyo-televizyon, popüler romanlar, caz müzik, sinemaya kadar bunlarla kitleler tek boyutlu hale getirilmiş Manipüle edilme mümkün kılınmış 1930'larda.

2)1950'lerden sonra 2.Dünya savaşı deneyiminin ardından, Frankfurt okulu kültüre yönelir. Bütün bu tartışmaları birer araç olarak yeniden tartışmaya açıyor. Sosyal refah devletinin uygulamasıyla birlikte Habermas'ın önemli bir tartışması "Kamusal Alan tartışması" Bir soru sorar. Kapitalizm kriz içindedir biz bunu nasıl adlandıracağız? Meşruiyet krizi politik bilimsel uzmanlık bilimi politikaya devşirir ve değer ortadan kalkmış. Uzmanlık bilgisine dayalı bir sözdür. 1960'larm üniversite ortamına denk geliyor işçi çocuklarının üniversitelere gelmeleri.³²Kadınlar kitlesel olarak

³¹<http://alonot.com/siyasal-iletisim-ders-notlari/> 06.12.2015

³²<http://alonot.com/siyasal-iletisim-ders-notlari/> 06.12.2015

üniversitelere girmeye başlıyorlar. Politik alanın dışında bulunan bu kesimler bir araya geliyorlar. 1968 böyle bir ortam.

3 Temel etmen;

1)Akademik bilginin yeniden ortaya çıkarılması

2)Dönemin üniversitelerinin akademik yapısında köklü değişiklikler

3)İşgücü piyasası³³

Fransa'da başlayan, dünyanın tamamında yaşanan öğrenci isyanı deneyimi var. Farklı toplumsal kesimleri kapsıyor. Savaş karşıtı olmakla ilgili. Avrupa'da işçi sınıfı hareketi, grev dalgaları, üniversite bağlantısıyla tüm dünyaya yayılır.Siyasal alandan dışlanan kesimler olarak kendi sesimizi duyurmak istiyoruz diyorlar. Gündelik hayattaki meselelerin politikasını yapmak istiyorlar. Kendilerine yeni araçlar arıyorlar. Yeni araçlar afişler asıyorlar, duvarlara yazılar yazıyorlar, kendi dergilerini çıkartıp siyasal iletişim kanallarını oluşturuyorlar. Her yerde politika yapmanın kendisi oluyor.

Kurumsal ile halkla ilişkiler çalışmaları, lobicilik dışında sorgulayan yeni araçları geliştirmeye çalışan diğer tarafta sokakta var eden yeni bir anlayış. Temel bir iddiası var:1968 değişen temel mesele uzmanlık bilgisine dayalı bir anlayış yerine yurttaşlık kavramını ortaya koyan yeni bir anlayışla karşılaşıyoruz. Siyasal iletişim yeni bir anlam kazanır.³⁴

Siyasal İletişim, demokrasiyle yakından ilgili bir kavramdır. Siyasal iletişim, genel oy hakkının kitlelere verilmesiyle başlamış, kitle iletişim teknolojisinin gelişmesiyle de günümüzdeki anlamına ulaşmıştır. Siyasal iletişim kavramı ve uygulaması, ikinci dünya savaşı sonrası Amerika Birleşik devletlerinde doğup gelişmiş, Siyasal iletişim, değişik şekillerde tanımlanmaktadır. Kavrama genel bir bakış açısı getiren bu tanımlardan biri şudur: “Bir siyasal görüş ya da organın, etkinlikte bulunduğu siyasal sistem içinde kamuoyu güvenini ve desteğini sağlamak,

³³Mutlu, E. (2008). **İletişim Sözlüğü**, Ankara: Ayraç Kitabevi,

³⁴Vevsel Batmaz, “Türkiye’de Siyasal İletişim”, İletişim Dergisi, Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları, Yıl:1999, sayı:3,Ankara,

dolayısıyla iktidar olabilmek için, zaman ve konjonktürün gereklerine göre reklam, propaganda ve halkla ilişkiler tekniklerinden yararlanarak sürekli bir biçimde gerçekleştirdiği tek veya çift yönlü iletişim çabasıdır.”³⁵

Siyasal İletişim, demokrasiyle yakından ilgili bir kavramdır. Siyasal iletişim, genel oy hakkının kitlelere verilmesiyle başlamış, kitle iletişim teknolojisinin gelişmesiyle de günümüzdeki anlamına ulaşmıştır. Siyasal iletişim kavramı ve uygulaması, ikinci dünya savaşı sonrası Amerika Birleşik devletlerinde doğup gelişmiş, 1960’lı yıllarda da Batı Avrupa ülkelerinde yaygın bir şekilde kullanılmaya başlanmıştır.³⁶

2.2 Siyasal İletişimin Fonksiyonları

Siyasal iletişim üç temel fonksiyonu yerine getirmektedir. Siyasal iletişimin birinci fonksiyonu, “ortaya çıkan siyasal problemlerin tanımlanmasına yardımcı olması”, ikinci fonksiyonu, “bu problemlerin siyasal tartışma ortamına girerek meşruiyet kazanmasını sağlamasıdır.” Artık tartışma konusu olmaktan çıkmış, ortak bir görüş birliğine varılmış konuları gündemden düşürmek” de siyasal iletişimin üçüncü fonksiyonu olarak sayılabilir. Siyasal iletişimin ilk fonksiyonu olan siyasal problemlerin tanımlanmasında siyasetçiler ve medya temel rolleri üstlenirken, ikinci fonksiyonda kamuoyu araştırmaları, üçüncü fonksiyonda ise yine medya ön plana çıkmaktadır.³⁷

Siyasal iletişim fonksiyonları daha geniş bir çerçevede ele alındığında yedi temel özellik üzerinde durulmakta ve üretilen siyasalar ile iletilen mesajların etkinliğinin sağlanması için mutlaka siyasal iletişim yöntem ve tekniklerinin kullanılması gerekmektedir:

a. Siyasal Mesajların İletilmesi: Siyasi partiler; siyasal semboller, etik değerler, normlar, ideolojik argümanlar, toplumsal sorunlara çözüm önerileri, siyasi hedefler ve siyasalar üreterek bunları bir mesaj haline getirip topluma iletmek zorundadır. İletilen mesajların toplumun tüm kesimleri tarafından anlaşılabilir biçim ve içerikte olması

³⁵ Hıfzı Topuz, Siyasal Reklamcılık: Dünyadan Ve Türkiye’den Örneklerle, İstanbul, 1991,

³⁶Erol Mutlu, **İletişim Sözlüğü**, Ark Yayınları, Ankara, 1994,

³⁷Mahmut Oktay, Politikada Halkla İlişkiler, Derin Yayınları, İstanbul, 2002,

gereklidir. Bu mesajların gerektiği gibi iletilmesinde en etkili araç, siyasal iletişim yöntemleridir.

b. Mesajların Etkinliğinin Ve Kalıcılığının Artırılması: Siyasal süreç içerisinde mesaj üretmek ve bunları topluma iletmek yeterli olmamaktadır. Başarılı olmak için iletilen mesajların etkinliğinin ve kalıcılığının sağlanması da gereklidir. Bunu sağlamak için de siyasal iletişim yöntemleri kullanılmalıdır. Siyasal iletişim, bünyesinde bulundurduğu ikna, demokratik olma, dürüst ve güvenilir yöntemler kullanma, halkın tepkisine göre siyasal faaliyetlerine yön verme ve bunları yaparken de siyasal hareketin bağımsızlığı ile temel esaslarından taviz vermeme özellikleri sayesinde mesajların etkinlik ve kalıcılığı sağlanmaktadır.³⁸

c. Kamuoyu Beklentilerinin Ölçümlenebilmesi: Bir siyasal parti siyasa üretirken ideolojik ve politik tercihleriyle birlikte kamuoyunun hem siyasal sistemden hem de siyasi organ olarak kendisinden neler beklendiğini dikkate almalıdır. Çünkü üretilen siyasalar toplumun beklentilerine cevap vermelidir. Kamuoyu beklenti ve taleplerinin ölçülmesi, siyasal partilerin daha sağlıklı kararlar almasına yardımcı olacaktır. Kamuoyu beklentileri, dolaylı ve dolaysız iletişim yöntemleriyle ölçümlenebilmektedir. Bu yöntemlerle elde edilecek veriler dikkate alınarak partinin toplumun beklentilerine tam olarak cevap verebilecek bir şekilde yapılanması sağlanmalıdır. Siyasal iletişim, siyasi partilerin politikaları ile kamuoyunun taleplerini ortak bir noktada buluşturma fonksiyonu görmektedir.

d. Geri Besleme Kanallarının Tesisi: Siyasal partiler tarafından üretilen siyasaların ve iletilen mesajların topluma ulaştırılması sürecinde siyasal iletişim yöntemleri kullanıldığında, çift yönlü bir iletişim gerçekleştirilmektedir. Siyasal iletişim yöntemleriyle halkın talepleri dikkate alınarak “toplumsal talep/siyasal arz” dengesi daha sağlıklı kurulmaktadır. Parti siyasası ve mesajlarıyla karşılaşan halkın ne düşündüğünü öğrenmek için seçim sonuçlarını beklemeye gerek yoktur. Kamuoyu araştırmalarıyla halkın siyasalara ve mesajlara verdikleri tepkiler alınıp, ona göre yeniden bir değerlendirme yapılabilir. Siyasal iletişimin bu geri besleme kanallarını çalıştırması, siyasal partilerin başarısında çok önemli bir rol üstlenmektedir.

³⁸Tevfik Güngör, Dünya Gazetesi, 23 Nisan 2002,

e. Kanaat Önderlerinin Etkilenmesi: Kanaat önderleri kavramı, yöresel ölçülerde toplumu etkileme gücüne sahip kişileri, genellikle şehirlerde organize olabilen baskı grupları liderlerini, topluma farklı konulardaki düşünce ve yorumları sunan gazeteci, yazar, aydın ve entellektüelleri kapsamaktadır. Kanaat önderleri ile sürekli ve sistemli bir ilişki kurmanın yolu da siyasal iletişim yöntemlerini kullanmaktan geçmektedir. Parti tarafından organize edilecek etkinliklere kanaat önderlerinin davet edilmesi, siyasal mesajların ülke genelinde yayılmasına yardımcı olacaktır. Ayrıca kanaat önderlerinin iletilen siyasal mesajlar üzerine yaptıkları yorum ve değerlendirmeler, toplumun gözünde mesajların güvenilir ve kabul edilebilirliğini de artıracaktır.³⁹

f. Gündem Oluşturabilme Yeteneğinin Artırılması: Siyasal partiler mesajlarını etkin bir şekilde topluma sunabilmek için sürekli olarak gündem oluşturabilmelidirler. Gündem oluşturmak için de siyasal iletişim yöntemleri kullanılmalıdır. Siyasal partiler, siyasal iletişim yöntemlerini kullanıp gündem oluşturmayı başardıklarında, parti mesajlarını ve sorunlara getirdikleri çözüm önerilerini geniş bir kitleye ulaştırma imkanı bulabilirler. Ayrıca bir siyasal parti sürekli olarak gündem oluşturabildiğinde toplumun bilincinde partiye yönelik olarak “çok güçlü” ve “sorun çözme ehliyetine sahip” imajı da oluşabilecektir.

g. Siyasal Rakiplere Karşı Avantaj Sağlanması: Günümüzde siyasal rakiplerine üstünlük sağlamayı ve iktidarı hedefleyen bir parti, mutlaka demokratik yöntemleri benimsemek zorundadır. Demokratik yöntemler çerçevesinde ise kullanılacak en önemli araç siyasal iletişim yöntemleridir. Mesajların hedef kitleye tasarlandığı gibi ulaşması isteniyorsa, siyasal iletişimin fonksiyonları iyi tanınmalı ve etkin kullanılmalıdır.

2.3 Siyasal İletişimin Aktörleri

Siyasal iletişimi, “farklı aktörler tarafından dile getirilen ve medya tarafından aktarılan siyasal söylemlerin üretimi ve değişimine ilişkin akla gelebilecek her şey” olarak niteleyen Wolton, “kamuoyu araştırmalarını, kitle iletişim araçlarını,

³⁹Tevfik Güngör, Dünya Gazetesi, 23 Nisan 2002,

siyasal pazarlamayı ve siyasal reklamcılığı” siyasal iletişimin öğeleri arasında saymaktadır.

Wolton, politikacıları, gazetecileri ve nabız yoklamaları aracılığıyla kamuoyunu, kamu önünde siyaset üzerine fikir belirtmeleri meşru olan üç aktör olarak nitelermekte ve bu üç aktörün çelişkili söylemlerinin siyasal arenada mübadele edildiğini belirtmektedir

Katılımcı demokrasilerde sadece sistemce meşru kabul edilen siyasal örgütler değil, siyasal süreç içinde güçlerini kabul ettirmeye çalışarak siyasal bir meşruiyet kazanmaya uğraşan tüm kişi ve kurumlar, siyasal iletişimin aktörleri olarak kabul edilmektedir. Bunların arasında siyasal partiler, kamu yararına çalışan örgütler, sivil toplum kuruluşları, baskı ve menfaat grupları, medya kuruluşları, merkezi ve yerel hükümetler ile vatandaşlar yer almaktadır.⁴⁰

2.4 Siyasal İletişimde Benzeşme Faktörü

Siyasal iletişim uygulamalarında görülen benzeşme ve tekdüzelik dikkat çekmektedir. Dünyadaki değişik ülkelerin siyasal, kültürel ve sosyal açıdan farklılıklarına rağmen benzer siyasal iletişim teknik ve uygulamalarını kullanmalarının altını çizen Oktay, “siyasal reklamları, seçimlerde Televizyon vasıtasıyla oluşturulan imajlarla adayın öne çıkmasını, medyanın seçimlerde birinci dereceden önem kazanmasını, artan kampanya masraflarını, siyasal iletişim danışmanlarının profesyonelleşerek seçim ve aday stratejilerinin belirlenmesinde vazgeçilmez hale gelmelerini” bu benzeşmeye örnek olarak vermektedir.

Oktay, bu tekdüzelik ve benzeşmeyle ilgili olarak şu saptamayı yapmaktadır: “Farklı seçim sistemleri, farklı siyasal ve kültürel yapılar ve farklı tarihsel geçmişlerine rağmen hemen hemen tüm ülkelerdeki siyasal iletişim uygulamalarında, medya teknolojilerinin gelişmesiyle birlikte, “siyasetin Amerikanlaşması” sürecine girildiği görülmektedir...” Siyasetin ve beraberinde iletişimin Amerikanlaşması olgusunda kuşkusuz küreselleşme sürecinin büyük rolü vardır. Çünkü ABD, küreselleşme

⁴⁰Ferhat Kentel, “Demokrasi, Kamuoyu Ve İletişime Dair”, Birikim Dergisi, Sayı:30, İletişim Yayınları, İstanbul,1991,

sürecinin baş aktörü rolüne oynamakta, bu sürecin genişleyip yayılmasında etkin görev üstlenmektedir. İletişim teknolojilerindeki gelişmeler de yine ABD’de üretilip tüm dünyaya yaygınlaştırılmakta, dünyadaki pekçok ülke bu teknikleri Amerika’daki uygulamalarından taklit ederek kendi ülkesine uyarlamaktadır.

Amerikan demokrasisinin özgürlüklere müdahale etmeyen tavrı yanında, kitle iletişim araçlarının toplum üzerindeki büyük etkisi de siyasetin iletişim ile uyum içinde gelişmesine yardımcı olmaktadır. Siyasal iletişimin temel uygulamalarının en yaygın ve yoğun olarak Amerika’da kullanılması, beraberinde ABD’de tartışma konusu olan pekçok sorunun da başka ülkelere ihraç edilmesine neden olmaktadır. Sadece siyasal iletişim uygulamalarını değil, kendi siyasal sorun ve tartışmalarının büyük bir kısmını da başka ülkelere ihraç eden Amerika, dünyada pekçok ülkede benzer siyaset ve iletişim süreçlerinin yaşanmasına neden olmaktadır.⁴¹

Bu süreç de hem siyasetin hem de iletişimin “Amerikanlaşmasına” bir ölçüde katkıda bulunmaktadır. Siyasette ve iletişimde yaşanan “benzeşme” faktörünün yaygınlaşmasında kitle iletişim araçları çok büyük rol oynamaktadır. Amerika Birleşik Devletleri’nin kitle iletişim araçlarının en yaygın ve etkin olarak kullanıldığı yer olduğu dikkate alındığında, “Amerikan kültürünün” iletişim ağları vasıtasıyla tüm dünyaya yayıldığı daha iyi görülecektir. Bugün hem siyasette hem de iletişimde temel başvuru kaynağı olan internetin de çıkış yerinin ABD olduğu hatırlanırsa, “Amerikanlaşmanın” hızı daha iyi anlaşılacaktır.

Mesajların topluma kitle iletişim araçları vasıtasıyla verilmesi ve süreklilik arz etmesi, benimsenmesine yardımcı olmaktadır. Bu nedenle Amerikan kültürünün dünya üzerinde etkinlik sağlamasında televizyonların, radyoların, gazete ve dergi gibi yayın organlarının önemi büyüktür. Amerikan kültürünün, dış etkilere oldukça kapalı olarak bilinen Avrupa ülkelerine girebilmek için kitle iletişim araçlarını seçmesi de tamamen bilinçli bir tercihi ifade etmektedir. Siyasal iletişim etkinliklerindeki Amerikan tarzı uygulamalar küreselleşme sürecinin de etkisiyle hızlı bir şekilde yaygınlaşmakta, bugün pekçok ülkede kullanılmaktadır. Özellikle siyasal iletişim uygulamalarında imaj faktörü öne çıkartılmakta, kitle iletişim araçlarının yanı sıra,

⁴¹Mahmut Oktav, “Demokratik Sürecin Sağlıklı İşlevisi Açısından Siyasal İletişimde Sosyal Sorumluluk Meselesi”, Marmara İletişim Dergisi, Sayı: 2, İstanbul, 1993,

reklam ve halkla ilişkiler faaliyetlerinden de seçim kampanyalarında yoğun olarak yararlanılmaktadır.

Türkiye’de de seçim kampanya dönemlerinde Amerikan tarzı iletişim stratejilerine sıklıkla rastlanmaktadır. Seçimden sadece üç ay önce kurulan bu parti, reklam ve halkla ilişkiler faaliyetlerinin yoğun olarak kullanılması yanısıra, halkla direkt temas imkanı sağlayan 150’ye yakın meydan mitingi düzenleyerek de oy oranını artırmayı başarmıştır. Yine aynı şekilde seçimden birinci parti olarak çıkan Adalet ve Kalkınma Partisi de kendisine “yenilikçi” imajı çizerek, seçmeni ikna etmeyi başarmıştır. Aynı başarısını 22 Temmuz 2007’de yapılan seçimlerde de tekrarlamıştır. Dünyanın değişik yerlerindeki seçim kampanyaları incelendiğinde görülecektir ki, pek çoğunda Amerikan tarzı iletişim stratejilerinin izi ve imaj faktörünün büyük etkisi vardır.⁴²

3. REFERANDUM KAVRAMI

Siyasî iktidar tarafından alınan bir kararın yönetilenler tarafından kabul edilip edilmediğini belirlemek için yapılan halkoylaması. Halkın yönetime doğrudan katılma biçimlerinden biridir. Birçok ülkede çeşitli biçimlerde uygulanır. Referandum kavramı İsviçre’de plebisitle eşanlı olarak kullanılır. Plebisitin genellikle siyasî sonuçlar doğurmasına karşın, referandumun sonuçları hukuksaldır. Çünkü referandum bir yasama organı tarafından hazırlanarak kabul edilen hukuksal bir metnin halkoyuna sunulması, plebisitse böyle bir aşamadan geçmeden bir konu ya da bir kişi hakkında halkın tercihinin sorulmasıdır.

Türkiye’de bugüne kadar üç kez referandum yapıldı. İlk referandum 27 Mayıs Hareketi’nden sonra oluşturulan Kurucu Meclis’in hazırladığı 1961 Anayasası’nın halkın onayına sunulmasıydı. İkinci referandumsa 12 Eylül 1980’den sonra kurulan Danışma Meclisi’nin hazırladığı anayasanın kabulüyle ilgili olarak yapıldı. 7 Kasım 1982’de yapılan bu referandumla hem anayasa, hem de MGK Başkanı Kenan Evren’in Cumhurbaşkanı olması kabul edildi. 1982 Anayasası’nın 104. maddesi cumhurbaşkanına, gerekli gördüğü takdirde anayasa değişikliklerine ilişkin kanunları

⁴²Mahmut Oktav, “Demokratik Sürecin Sağlıklı İşlevisi Açısından Siyasal İletişimde Sosyal Sorumluluk Meselesi”, Marmara İletişim Dergisi, Sayı: 2, İstanbul, 1993,

halkoyuna sunmak yetkisini vermektedir. Üçüncüsü, 6 Eylül 1987'de 1982 Anayasası'yla eski siyasilere getirilen siyaset yapma yasağının kaldırılması için yapılan referandumdur.⁴³

Meclisin hazırlamış olduğu kanun, yürürlüğe girmeden önce halka sunulur. Seçmenler, hazırladıkları bir dilekçe ile kanunun karşısında yeterli sayıda imza toplayabilirse, kanunun tasdiki veya yürürlükten kaldırılması hususunda halkın reyine başvurulur. Karşı oylar yetersiz kalırsa kanun, referandumla tasdiklenmiş sayılır. Karşı oylar fazla gelirse, kanun yürürlükten kalkmış olur. Anayasaların, yeni hazırlanmalarından sonra veya önemli değişikliklerde referandumla halkın oyuna başvurulur. Türkiye'de, Fransa'da ve İsviçre'de yeni anayasaların kabulü bu şekilde olmuştur. Buna **Anayasa Referandumu** denir.⁴⁴

3.1 Kavram

Referandum, geri almak veya getirmek anlamına gelen Latince **referre** kelimesinden türemiştir.¹³² TDK referandumunu, "Halkın türlü siyasi ve toplumsal sorunlar karşısında olumlu veya olumsuz görüşünü belirlemek için başvurulan oylamadır"¹³³ şeklinde tanımlamaktadır. Referandumla ilgili bazı tanımlar şu şekilde sıralanabilir: a) Referandum, bir yasama tasarrufu hakkında halkoyuna başvurma işlemidir.¹³⁴ b) Referandum, vatandaşların herhangi bir siyasa hakkında yaptıkları oylamadır.¹³⁵ Siyasa oylaması olarak referandum, seçmenlerin karar verme sürecinde etkin bir rol oynamalarını sağlar. Referandumlar karar verme sürecinde oynadığı rol bakımından, temsili demokrasi kurum ve mekanizmaları ile etkileşim içinde olan bir dizi karar verme mekanizması olarak tanımlanabilir.¹³⁶ Yukarıdaki tanımlardaki unsurları içeren bir başka tanım da şudur: c) Referandum, önlerine gelen bir yasama tasarrufu veya bir siyasa hakkında seçmenlerin kabul etmek veya reddetmek suretiyle doğrudan doğruya görüşlerini ifade etmelerini sağlayan bir araçtır.⁴⁵

3.2 Teorik Kökeni ve Tarihi Gelişimi

⁴³<http://www.dersimiz.com/bilgibankasi/REFERANDUM-NEDIR-HAKKINDA-BILGI-11.html>

⁴⁴<https://www.turkcebilgi.com/referandum>

⁴⁵ Kemal Gözler, "Halkoylamasının Değeri", Ankara Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi

Referandumun teorik kökeni Jean-Jacques Rousseau'nun Toplum Sözleşmesi kitabında bahsettiği egemenliğin devredilmezliği kuramına dayandırılmaktadır. 13 8 Rousseau, genel iradenin temsil edilmesinin imkânsız olduğunu savunmaktadır. Rousseau'ya göre; "Egemenlik hangi nedenlerden ötürü başkasına aktarılamazsa, yine aynı nedenlerden temsil de edilemez. Egemenlik başlıca genel isteme dayanır, genel istemse temsil olunamaz; ya genel istemdir ya değildir, ikisinin ortası olamaz. Buna göre milletvekilleri milletin temsilcileri değildirler ve olamazlar. Olsa olsa geçici işlerinin görevlileri olabilirler; hiçbir kesin karara da varamazlar. Halkın onamadığı hiçbir yasa geçerli değildir, yasa sayılmaz".¹³⁹ Rousseau, yukarıdaki paragraftan anlaşılacağı üzere meclis tarafından kabul edilen yasanın ancak bir taslak niteliğinde olabileceğini, gerçekten yasa niteliğine sahip olabilmesi için halkoyuna sunulması gerektiğini belirtmektedir. Temsili demokrasilerde bunu gerçekleştirme aracı ise referandumdur.⁴⁶

3.3 Referandumun Zamanı

Anayasa değişikliği hakkındaki kanunun referanduma ne zaman sunulacağına dair düzenleme 3376 sayılı Kanun'un 2'nci maddesinde yer almaktadır. Bu maddede; "Anayasa değiştirdiğinin halkoylaması, ilgili Anayasa değişikliği Kanununun Resmî Gazetede yayımını takip eden yüz yirminci günden sonraki ilk pazar günü yapılır" denmektedir. Bu hükümle 298 sayılı Kanun'un "Sandık Seçmen Listesi" kenar başlıklı 43'üncü maddesiyle koşutluk sağlanmıştır. Bu maddenin ikinci fıkrasında, "Sandık seçmen listeleri, oy verme gününden 120 gün önce seçmen kütüğünde kesinleşmiş mevcut bilgilere dayanılarak çıkarılır." hükmü yer almaktadır.

Yukarıda da belirtildiği gibi 3376 sayılı Kanunun 1'inci maddesiyle 298 sayılı Kanunun anayasa değişikli derinin referanduma sunulmasında da uygulanması öngörülmüştür. Bu nedenle referandumda kullanılacak sandık seçmen listeleri 298 sayılı Kanun hükümlerine göre hazırlanacaktır. 3376 sayılı Kanun, anayasa değişikliğinin Resmî Gazetede yayımını takip eden 120'nci günden somaki ilk pazar günü referanduma sunulacağını hükme bağladığı için 298 sayılı Kanunun sandık

⁴⁶ REFERANDUM – ERCAN DURDULAR TBMM Yaymevi

seçmen listelerinin çıkarılması için 120 günlük bir süre belirlemiş olması herhangi bir soruna yol açmayacaktır.

3.4 Zorunlu Referandum

1982 Anayasasının 3361 sayılı Kanunla değişmeden önceki ilk şeklinde, sadece ihtiyari referanduma yer verilmiştir. Zorunlu referandum ise 1987 yılında 3361 sayılı Kanunla yapılan ve referandumla kabul edilen anayasa değişiklikleri sonucunda anayasaya girmiştir. 175'inci maddenin 4'üncü fıkrasında, "Meclisçe üye tamsayısının beşte üçü ile veya üçte ikisinden az oyla kabul edilen Anayasa değişikliği hakkındaki Kanun, Cumhurbaşkanı tarafından Meclise iade edilmediği takdirde halkoyuna sunulmak üzere Resmî Gazetede yayımlanır" denilmektedir. Bu ibareden anlaşılacağı üzere zorunlu referanduma gidilmesi için iki şartın aynı anda gerçekleşmesi gerekmektedir. Bu şartlar sırasıyla şöyledir: ⁴⁷

1. Teklif, Türkiye Büyük Millet Meclisi üye tamsayısının 3/5'i (330 oy) ile 2/3'ü (367 oy) arasında oyla kabul edilerek yasallaşmış olmalı;

2. Cumhurbaşkanı bu kanunu Meclise iade etmemiş olmalı. Öncelikle birinci şartın gerçekleşmesi gerekir. Zira oylama çoğunluğu yukarıda bahsedilen aralıkta olmadığında, bir başka deyişle çoğunluk üye tamsayısının 2/3'ünü geçtiğinde, zorunlu referanduma gidilmesi mümkün değildir. Ancak bu şart sağlansa bize zorunlu referanduma gidilmesi otomatik bir süreç değildir. Cumhurbaşkanının iradesine bağlıdır. Zira, Cumhurbaşkanı kanunu Meclise iade ettiği takdirde zorunlu referandum yolu kapanmış olur. 265 Dolayısıyla 1982 anayasasında öngörülmuş olan zorunlu referanduma gidilmesinde Cumhurbaşkanının takdir hakkı önemli bir rol oynamaktadır. Bu nedenle, 1982 Anayasasında düzenlenen zorunlu referandumun "doğrudan" değil "dolaylı" bir zorunlu referandum olduğu söylenebilir.

Burada "doğrudan" ibaresiyle kastedilen referanduma gidilmesinde tek yeter şartın anayasanın değiştirilmesi olmasıdır. Bu bağlamda, Avustralya ve İsviçre'deki zorunlu referandum uygulamalarından bahsedilebilir. Avustralya Anayasası 128'inci

⁴⁷ REFERANDUM – ERCAN DURDULAR TBMM Yaymevi

maddesi, İsviçre Anayasası 140'ncı maddesi anayasa değişikliklerinin "doğrudan" zorunlu referanduma sunulacağı öngörmüşlerdir.⁴⁸Zorunlu referandumda, anayasanın ve bazı Önemli yasaların kanunlaşp kabul edilmesi, referandum yoluyla halk tarafından benimsenmesine bağlanmıştır. Bazı konularda ise hukuksal-siyasal sistem, referanduma gitme konusunda mecburiyet getirmemiş, yönetimin ihtiyarına bırakmıştır. Bu tür referandımlara ihtiyarî referandum denmektedir.

Referanduma, ilk kez, 1830'da İsviçre'de başvurulmuştur. İsviçre'nin çeşitli kantonlarında zorunlu ve ihtiyari referandum şekillerine rastlanmaktadır. Çağımızda, genellikle kurucu meclislerce hazırlanan yeni anayasaların kabulü referandum yoluyla gerçekleşmektedir. Fransa'da II. Dünya Savaşı'ndan sonra Fransa Cumhuriyeti için teklif edilen anayasa 1948 referandumu ile reddedilmiştir. Yine aynı ülkede beş ay sonra referandum yoluyla bir başka anayasa kabul edilmiştir.⁴⁹

4. TÜRKİYE'DE VE DÜNYA'DA REFERANDUM ÖRNEKLERİ

4.1 Türkiye'de Referandum

Türkiye'de halkoylamalarının nasıl yapılacağı Türkiye Cumhuriyeti Anayasası'nın 67'nci maddesiyle, halkoylamasıyla yapılan anayasa değişikliklerinin prosedürü ise 175'inci maddeyle belirlenir. Dünyanın kimi ülkelerinde tartışmalı yasa değişiklikleri için de referanduma gidilmektedir, ancak Türkiye'de referandum bugüne kadar sadece anayasa değişiklikleri için gündeme gelmiştir. Türkiye'de şimdiye kadar beş referandum yapılmıştır. Cumhuriyet tarihindeki ilk referandum uygulaması, 27 Mayıs 1960 müdahalesinden sonra oluşturulan Kurucu Meclis tarafından hazırlanan Anayasa için 9 Temmuz 1961'de yapılmıştır. İkinci referandum ise 1980 askeri müdahalesinin ardından hazırlanan 1982 Anayasası için 7 Kasım 1982'de yapılmıştır. Üçüncü referandum, 1982 Anayasası'nın Geçici 4. maddesi ile getirilen on ve beş yıllık siyasal yasakların kalkıp kalkmaması konusunda 6 Eylül 1987'de düzenlenmiştir. Dördüncüsü, Anayasa'nın 127'nci maddesindeki yerel seçimlerin bir yıl erkene alınıp alınmaması konusunda 25 Eylül 1988'de yapılmıştır.

4.2 Türkiye'de Referandum Tarihi

⁴⁸ REFERANDUM – ERCAN DURDULAR TBMM Yaymevi

⁴⁹<http://www.enfal.de/sosyalbilimler/r/007.htm>

Türkiye'de ilk defa referanduma, 1960 Anayasasının kabulü sırasında başvurulmuştur. Katılan seçmenlerin %62'si evet, %38'i hayır şeklinde oy kullanarak; Kurucu Meclis'in hazırladığı Anayasayı kabul etmiş oldu. 1982 yılındaki, Danışma Meclisi tarafından hazırlanan Anayasanın referandumunda ise, kabul oyları %91'i geçti. Ret oranı ise %9 idi. Yeni anayasa ittifaka yakın bir çoğunlukla kabul edilmiş ve seçmenlerin tasvibini almıştır. 2010 yılındaki anayasa değişikliği paketiyle ilgili referandum, muhalefet partilerinin yoğun itirazına rağmen referandumda kabul edilmişti. Kanunların halkın referandumuna sunulması usulü ABD ve İsviçre'de temel bir prensip olarak kabul edilmiştir. Bugüne kadar referanduma sunulmuş dünya anayasaları içinde sadece 1946 Fransız Anayasası halk tarafından birinci oylamada reddedilmiştir. Bu anayasa ikinci referandumda kabul edilmiştir.⁵⁰

4.3 Türkiye'deki Referandumlar

- 1) **9 Temmuz 1961 Halk Oylaması:** 27 Mayıs 1960 askeri darbesinin ardından hazırlanan 61 Anayasası,9 Temmuz 1961'de yapılan halk oylaması ile, yüzde 38.3“hayır” oyuna karşılık yüzde 61.7 “evet” oyu ile kabul edildi.
- 2) **7 Kasım 1982 Halk Oylaması:** 12 Eylül 1980 askeri müdahalesinin ardından hazırlanan 82 Anayasası, 7 Kasım 1982'de yapılan halk oylamasında, yüzde 91.37 “evet” oyu olarak kabul edilmiştir.
- 3) **6 Eylül 1987 Halk Oylaması:** 82 Anayasası'nda geçici 4. Madde ile getirilen 5 ve 10 yıllık siyasi yasakların kaldırılmasına ilişkin düzenlenmiştir. Çok küçük bir oy farkı ile (%50.1' e % 49,9) kabul edilmiştir.
- 4) **25 Eylül 1988 Halk Oylaması:** Anayasa'nın 127. Maddesinde bulunan yerel seçimlerin 1 yıl erken tarihe alınması konusu oylandı. Yüzde 35 olumlu oya karşılık yüzde 65 olumsuz oyla kabul edilmedi.

⁵⁰<http://www.a24.com.tr/referandum-nedir-nasil-yapilir-haberi-40080898h.html?h=50> 09.12.2016

- 5) **21 Ekim 2007 Halk Oylaması:** Anayasamızın 4 maddesinde değişiklik öngören halk oylaması yüzde 69 kabul oyuna karşılık yüzde 31 olumsuz oy ile kabul edildi. % 68 ile en düşük katılımlı halk oylamasıdır. Türkiye'nin sandık başına gittiği beşinci referandum 2007 yılında yapıldı. Cumhurbaşkanının halk tarafından seçilip seçilmemesi yönünde yapılan referandumda, anayasa değişikliği yüzde 69 ile kabul edildi.⁵¹

2010 Türkiye anayasa değişikliği referandumu, Türkiye'de anayasada yapılan birtakım değişikliklerin 12 Eylül 2010 tarihinde halk oylamasına sunulmasıdır. 26 maddelik bir değişikliği içeren paket, TBMM tarafından kabul edildikten sonra Cumhurbaşkanı Abdullah Gül tarafından referanduma sunuldu. Referandum sonucunda %57.88 evet ve %42.12 hayır oyu çıkararak anayasa değişiklikleri kabul edildi.

4.4 Dünya'da Referandum

20'nci yüzyılda dünya genelinde referandumlarda bir artış olduğu gözlemlenmektedir.¹⁷² Bu artış özellikle 1970'lerden sonra hükümetlerce başlatılan referandumlarla daha belirgin bir hale gelmiştir. 19'uncu yüzyılda sadece birkaç ülkede referandumla ilgili düzenleme bulunurken günümüzde, dünyadaki ülkelerin illerinde referanduma (zorunlu veya ihtiyari) yönelik düzenleme bulunmaktadır. Daha önce referanduma başvurmeyen ülkeler de referanduma gitmeye başlamıştır. Örneğin, "Parlamentonun Egemenliği" anlayışının egemen olduğu İngiltere'de, 1970'lere kadar referandumlar anayasaya aykırı bir kurum olarak kabul edilmekteydi. ⁵²

Ulusal düzeydeki ilk referandumunu 2005 yılında AB Anayasası hakkında yapmıştır. Dünya ölçeğinde referandumlardaki bu artış eğilimine rağmen, hâlâ birçok ülkede sınırlı sayıda kullanıldıkları ve temsili demokrasinin içinde çok ciddi bir yer tutmadıkları söylenebilir. İsviçre, ABD'nin California ve k gibi bazı eyaletlerinde geleneksel olarak referandumlar temsili demokrasinin önemli bir parçasını oluşturmaktadır. Son yıllarda İtalya da bu "birinci sınıfa" dâhil olmuştur. Ancak,

⁵¹http://www.sabah.com.tr/galeri/turkiye/turkiyenin_referandum_tarihi_440522455237/9 11.09.2010

⁵²http://www.sabah.com.tr/galeri/turkiye/turkiyenin_referandum_tarihi_440522455237/9 11.09.2010

bunların dışındaki ülkelerde çok da sık referandum gidildiği söylenemez. Referandumlardaki artışın sebepleri konusunda farklı görüşler bulunmaktadır: Bir görüşe göre, bu artışın sebebi bilişsel hareketliliğin artmasıdır.

Bilişsel hareketlilik ile kast edilen, modern seçmenlerin siyasi yetenekleri ve bilgi kaynaklarının artması sonucunda ortalama seçmenin karar verme yeteneklerinin olumlu yönde gelişmesidir. Bu düşünceye göre, insanlar karmaşık siyasi kararlar verme ve yönetime doğrudan katılma yeteneğine sahiptirler. İkinci görüşe göre bu artışların sebebi, hüküm edere ve temsili demokrasi kurumlarına karşı gittikçe zayıflayan inançtır. Bu kötümser görüşe göre referandumlar insanları siyasetçilerden koruyan bir mekanizmadır. Üçüncü görüşe göre artışların sebebi doğrudan demokrasinin gelişmesi değil "yanlış bir popülizmin" yaygınlaşmasıdır.⁵³

Yanlış popülizm kavramı ile kastedilen, baskı ve çıkar gruplarının, siyasi girişimcilerin doğrudan demokrasi yöntemlerini kendi çıkarları yönünde kullanıyor olmalarıdır.¹⁷⁷ Yukarıda bahsedilen üç sebebin de artış üzerinde belli ölçülerde etkili olduğu söylenebilir. Dünya genelinde referandumların artmasına neden olan ana gelişme, Avrupa kıtasında görülen artıştır. Avrupa kıtasındaki artışın ise iki temel sebebi vardır. Bunlar Doğu Avrupa'da yaşanan demokratik devrim ve AB'nin genişleme süreçleridir.

Doğu Avrupa'da yaşanan demokratikleşme sürecinde 27 yeni anayasa yapılmış ve bunların büyük çoğunluğu referandum yoluyla kabul edilmiştir. Ayrıca bu yeni anayasaların neredeyse hepsinde doğrudan demokrasi araçlarına yer verilmiştir. Bu yeni dönemde en çok öne çıkan ülke Litvanya olmuştur. Litvanya, 1991-1996 döneminde bağımsızlık, Rus ordularının çekilmesi, yeni anayasa gibi konularda 10 defa referanduma gitmiştir.

4.4.1 Referandum Konuları

Dünya ölçeğinde yapılan referandumlar genelde aşağıda belirtilen dört konudan birine girmektedir:

⁵³ REFERANDUM – ERCAN DURDULAR TBMM Yayınevi

1. Anayasal Referandumlar: Yeni kurulan bir rejimin meşruiyetini sağlamak için en önemli yollarından en önemlisi anayasanın onaylanması için referanduma gitmektir. Yine anayasalarda yapılacak değişikliklerin de referanduma sunulması sık rastlanılan bir olgudur.

2. Ülke Sınırlarıyla İlgili Referandumlar: I.Dünya Savaşından sonra Wilson'ın ortaya attığı self-determinasyon hakkı ile E. Dünya Savaşı sonrasındaki dönemde meydana gelen sömürgelerin bağımsızlıklarını kazanması tartışmalarının referandumla çözülmesini beraberinde getirmiştir. Özellikle Sovyeder Birliği ve Yugoslavya'nın dağılmasından sonraki süreçte ülkeler arasındaki sınırların yeniden belirlenmesi için sık sık referandumlara gidilmiştir.⁵⁴

3. Ahlaki Meselelerle İlgili Referandumlar: Alkollü içkilerin yasaklanması, boşanma, kürtaj gibi tartışmalı konularda yapılan referandumlardır.

4. Diğer Konularda Yapılan Referandumlar: Yukarıdaki konuların dışında kalan, daha çok halkın kanun teklifinde bulunma hakkına sahip olduğu ABD'nin bazı İtalya ve İsviçre gibi ülkelerde görülen ve trafik düzenlemeleri, vergisel düzenlemeler, av kanunları, gün ışığından tasarruf etme gibi birbirinden çok farklı konularda yapılan referandumlardır. Şimdiye kadar yapılan referandumların çoğunda hüküm eder, kendi istedikleri politika sonuçlarının çıkması için seçmenlere gitmişlerdir.

Özellikle otoriter ve totaliter rejimlerde, bazen de demokrasilerde yüzde 90'ların üzerinde kabul oranları görülebilmektedir. Bununla birlikte referandumların sonucu hüküm eder veya güçlü liderler açısından her zaman tahmin edilebilen bir niteliğe sahip değildir. Örneğin Charles De Gaulle, 1969 yılında, son derece güçlü olduğu bir dönemde yaptırdığı bir referandumda "Hayır" sonucu çıktığında istifa etmiştir. Yine 1978'de Gana'da, 1988'de Şili'de, 1989'da Türkiye'de, 1993'te Malavi'de yapılan referandumlar hükümederin isteklerinin tersi yönde sonuç doğurmuştur⁵⁵

⁵⁴ REFERANDUM – ERCAN DURDULAR TBMM Yayinevi

⁵⁵ REFERANDUM – ERCAN DURDULAR TBMM Yayinevi

4.4.2 Referandumlarla İlgili Dört Yaygın Yanlış

Butler ve Ranney'e göre referandumlar hakkında dört yaygın fakat doğruyu yansıtmayan görüş vardır:

1. Referandumlar Alışkanlık Yapar: Bu görüşe göre, bir kere referandum yoluna gidildiğinde, bundan sonra halk hemen her konuda referandum yapılmasını isteyecektir. Bununla birlikte birkaç örnek ülke dışında referandumlara çok sık gidilmemektedir. Hindistan, Japonya, İsrail gibi ülkeler ulusal seviyede referanduma hiç başvurmamışlardır. ⁵⁶

2. Referandumlar Sonucunda Çoğunlukla Evet-Hayır Oranları Birbirine Çıkar:

Referandumlar dünya ölçeğinde değerlendirildiğinde, bu görüşün de geçerli olmadığı görülmektedir. Demokratik ülkelerde yapılan referandumlarda, kesin sonuçlar kural, yakın sonuçlar ise istisnadır. Gerçi Avustralya burada bir istisna teşkil etmektedir. Avustralya'daki referandumların yaklaşık 2/3'ünde yakın oranlar elde edilmiştir. Demokratik olmayan ülkelerde yapılan referandumlarda ise genelde yüzde 90 ve üstü oranlarda "Evet" sonucu çıkmaktadır.

3. Referandumlar Değişim Yönünde Kullanılan Bir Araçtır:

Aslında referandumlar çoğunlukla mevcut durumu muhafaza etme yönünde kullanılmaktadır. Seçmenler çoğu zaman değişim yanlısı değildir. Örneğin Avustralya'da 42 Anayasa değişikliği referandumunun 36'sı reddedilmiştir. İtalya ve Avusturya'da Nükleer Enerji sınırlanmıştır. ABD'de durum biraz karışıktır. ABD'de muhafazakar güçlerle liberal güçler hemen hemen eşit sayıda referandum kazanmıştır.

4. Seçmenler Referandumu Sever:

Referandumlara katılım oranları seçimlere katılım oranlarından çoğunlukla daha düşüktür. Bununla birlikte bazı kritik meselelerde yapılan referandumlarda seçimlere

⁵⁶<http://www.enfal.de/sosyalbilimler/r/007.htm>

katılım oranlarından daha yüksek oranlara ulaşılabilir. Ancak bu durumlar istisnadır.⁵⁷

5. MHP'NİN TARİHÇESİ

Milliyetçilik düşüncesinin çağdaş biçimiyle Fransız Devrimi'nde ortaya çıktığı genel olarak kabul edilmektedir. Milliyetçilik özellikle Almanya'da Nasyonal Faşizm etiketinde, kültür yönü ağırlıklı bir başka deyişle ırksal bir içerik taşıyan bir akım olma özelliği de taşımaktadır. Dolayısıyla, milliyetçiliğin, hem ulus devlete temel özelliğini veren hem de ulusların kültürel kökenlerini öne çıkaran niteliği ile tartışmalı ve eylemsel niteliği her zaman düşüncesinin önünde olan bir akım olduğu söylenebilir.

Osmanlı Devleti'nin yıkılışından sonra Türkiye Cumhuriyeti Devleti'nin kurulması, Türkiye'de milliyetçiliğin, ulus devlet temelli niteliği ile ortaya çıkmasını sağlamıştır. Bununla birlikte, ırksal kökeni temel alan milliyetçilik düşüncesini benimseyen kimi partiler ve örgütler de kurulmuştur.

Milliyetçi Hareket Partisi, Türk siyasal yaşamında milliyetçiliği kültür yönü ile öne çıkaran bir parti olma özelliği ile farklı bir nitelik taşımaktadır. MHP, sadece kültürel olarak bir ulusun özelliklerini kendine referans olarak almamış fakat aynı zamanda dinsel kimi özelliklere de vurgu yapan bir milliyetçilik anlayışı sergilemiştir.

MHP'yi karakterize eden en önemli iki özelliği, hareketin lideri ve partinin başkanı olan Alpaslan Türkeş ve Ülkü Ocaklarıdır. Gerek Türkeş, gerekse de Ülkü Ocakları, Türk toplumsal ve siyasal yaşamı üzerinde büyük etkilerde bulunmuşlardır. Bundan dolayı, MHP, Türkeş ve Ülkü Ocakları her zaman araştırmacıların ilgisini çeken bir konu olmuştur. Türkiye'de Milliyetçi Hareket çeşitli yönleriyle ele alınmıştır. Bu ele alış tarzları, ya partinin ve hareketin tarihsel olarak ortaya çıkışı ve

⁵⁷ REFERANDUM – ERCAN DURDULAR TBMM Yayınevi

gelişimini ya da Türkes eksenli olarak siyasal yaşam içindeki rolünü ortaya koyma niteliğinde olmuştur.

Milliyetçi Hareket Partisi (MHP), 1969 yılında kurulan, Türk-İslam ülküsü ve özellikle Türk milliyetçiliğini savunan sağ görüşlü siyasî bir partidir. Kurucusu Alparslan Türkes olan partinin günümüzdeki genel başkanı Devlet Bahçeli'dir. Amblemi kırmızı zemin üzerine üç beyaz hilâldir. 9 Işık Doktrini, Alparslan Türkes tarafından Millî Doktorin Dokuz Işık olarak ortaya konulan ülkücülüğün ana ilkeleridir.

9 Işık doktrini, 1965'te Cumhuriyetçi Köylü Millet Partisi (CKMP)'nin, 1969 yılından itibaren de Milliyetçi Hareket Partisi (MHP)'nin programının temelini oluşturur.

Alparslan Türkes bu tezini, başta kapitalizm, liberalizm ve komünizm olmak üzere yabancı doktorinler ve yönetim sistemlerine karşı bağımsız son Türk devletini koruyabilmek için, millî bir görüş etrafında birleşmek için ortaya koymuştur.

MHP, 8-9 Şubat 1969 günlerinde Adana'da yapılan genel kongrede Cumhuriyetçi Köylü Millet Partisi'nin adını Milliyetçi Hareket Partisi olarak değiştirmesiyle kurulmuştur. Büyük Kongreden sonra toplanan ilk genel idare kurulunda partinin amblemi "Üç Hilâl" olarak kararlaştırılmış ve aynı toplantıda MHP Gençlik Kolları için de "Hilâl içinde Kurt" amblemi benimsenmiştir. MHP'nin bir de Türklerin özgürlüğünü temsil ettiğine inanılan bozkurt işareti vardır.

5.1. MHP'nin Siyasi Bir Parti Olarak Referandum Sürecindeki Önemi

MHP Genel Başkanı Devlet Bahçeli, 16 Nisan Anayasa Referandumu kapsamında parti teşkilatlarına genelge gönderdi. Devlet Bahçeli'nin gönderdiği genelgede, "16 Nisan'da evet diyen kardeşlerimiz kadar hayır tercihi bulacak kardeşlerimiz de bizim için değerlidir. Partimiz demokratik ahlakın kılavuzluğunda milletimizin her ferdine ulaşacak, sandıkta evet demeleri için ikna edecektir. Değişenin rejim değil, hükümet etme sistemi olduğu anlatılacaktır. Ayrıca 16 Nisan'dan sonra

devletteki açmaz ve sistemik bunalımların son bulacağı aktarılacak, herkes kucaklanacak, her insanımızın gönlüne girilecektir" ifadeleri yer almıştır. ⁵⁸

MHP Genel Başkanı Devlet Bahçeli, 16 Nisan Anayasa Referandumunu kapsamında parti teşkilatlarına genelge göndermiştir. Devlet Bahçeli'nin gönderdiği genelgede, "16 Nisan'da evet diyen kardeşlerimiz kadar hayır tercihi bulacak kardeşlerimiz de bizim için değerlidir. Partimiz demokratik ahlakın kılavuzluğunda milletimizin her ferdine ulaşacak, sandıkta evet demeleri için ikna edecektir. Değişenin rejim değil, hükümet etme sistemi olduğu anlatılacaktır. Ayrıca 16 Nisan'dan sonra devletteki açmaz ve sistemik bunalımların son bulacağı aktarılacak, herkes kucaklanacak, her insanımızın gönlüne girilecektir" ifadeleri yer almıştır.

5.2. MHP Genel Başkanı Devlet Bahçeli Teşkilatlara Genelge Gönderdi

Milliyetçi Hareket Partisi Genel Başkanı Devlet Bahçelinin 16 Nisan Anayasa Referandumunu kapsamında parti teşkilatlarına gönderdiği genelge şu şekildedir: "Değerli Dava Arkadaşlarım, Türkiye tehlike ve tehditlerle dolu vahim bir süreçle uzun süredir direkt muhataptır. Devletimizin dayandığı tarihi ve temel ilkeler kırılmak, ardından da kademe kademe imha edilmek istenmektedir. Milli bekamız üzerinde karanlık bulutlar, milli birliğimiz etrafında kabus emeller dolaşmaktadır. Devletin ülkesi ve milletiyle bölünmez bütünlüğü hem iç odakların hem de bunları teşvik edip cesaretlendiren dış çevrelerin zalimce kurguladıkları oyunların hedefindedir. Komşu coğrafyaların sınır ve haritalarını değiştirmek, zorla da olsa yeniden çizmek amacıyla planlanan emperyalist komplo acımasızca faaliyetlerini hızlandırmaktadır. ⁵⁹

Nitekim zalimler koalisyonu Türkiye'yi yıkım tuzağına çekmek için devreye soktuğu kirli ve kanlı senaryoları ilerletip genişletmekle meşguldür. Rusya'da düzenlenen terör ve bölücülük konferansı ve bunun sonucunda açıklanan kararlar, bilhassa Suriye özelindeki gelişmelerin ne kadar sorunlu olacağının adeta habercisi niteliğindedir. Maalesef ülkemiz kuşatma altındadır. Aziz milletimize kast eden, milli güvenliğimizi müdafaa eden kahraman evlatlarımızın kanını döken teröristlerin

⁵⁸ REFERANDUM – ERCAN DURDULAR TBMM Yayinevi

⁵⁹<http://www.milliyet.com.tr/mhp-den-referandum-genelgesi-siyaset-2397520/> 16.02.2017

Moskova'da alkışlanıp taltif edilmeleri, batı başkentlerinde mükâfata layık bulunmaları en hafif tabirle insanlık değerlerinin yok sayılmasıdır.

Terörizmi dış politika aracı ve Türkiye'ye şantaj vasıtası olarak kullanan mihrakların milli birlik ve kardeşliğimize, tarihsel hak ve çıkarlarımıza dış biledikleri açık ve meydandadır. FETÖ, IŞİD, PKK-YPG, DHKP-C'den oluşan terör kümesine karşı bir yanda korkusuzca, cansiperane, tavizsiz mücadele gösteren Türkiye'nin diğer yanda diyalog halinde olduğu ülkelerce sırtından hançerlenme girişimleri düşmanca bir tutumdur. "

"FİİLİ DAYATMANIN YENİ BİR TOPLUMSAL SÖZLEŞMEYLE GİDERİLMESİ ÖNŞARTTIR"

"Türkiye'nin beraberlik hukukunu diri tutması, milli uzlaşma ve kaynaşmayla saflarını sıkılaştırması kaçınılmaz ve inkar edilmez bir zorunluluk olarak en başta siyasi partilerin görevidir. Bilhassa 15 Temmuz 2016 hain darbe kalkışmasıyla denenen işgal girişimi mutlak surette siyasetin dengelerini tepeden tırnağa etkilemiş, partilerimize çok önemli milli ve ahlaki sorumluluklar yüklemiştir.

Türk milletinden öç almak, önünü kesmek, ömrünü kısaltmak için kuyruğa ve nöbete giren acımasız ve kanlı niyetlere engel olmak, inanç ve imanımızdan örülü duvar çekmek her vatanseverin gayesi olmalıdır. Bu maksatla, Türkiye'nin yönetim yapısını sakatlayan, hukuk ve anayasa tartışmalarını alevlendirip kriz ve kaosu derinleştirme ihtimali taşıyan hükümet etme sistemindeki fiili dayatmanın yeni bir toplumsal sözleşmeyle giderilmesi ön şarttır."⁶⁰

"TÜRKİYE'NİN ELİNİN RAHATLAMASI İÇİN SAMİMİYETLE SİYASİ GÖREV ÜSTLENMİŞTİR"

"Milliyetçi Hareket Partisi 2007'de Cumhurbaşkanı'nın halk tarafından seçilmesine yol açan anayasa değişikliği, 10 Ağustos 2014 Cumhurbaşkanı seçimi ve 15 Temmuz FETÖ ihanetinin ardından fiili açmazın devamı halinde millet ve devlet bekasının iflas edeceğini görmüştür. Şayet devletteki tıkanma ve anayasa çemberinden uzaklaşma telafi edilmezse önümüzdeki muhtemel olaylarla baş etmenin zorlaşp milli

⁶⁰<http://www.milliyet.com.tr/mhp-den-referandum-gengelgesi-siyaset-2397520/> 16.02.2017

bekanın tasfiye olacağını şimdiden anlamak, anlaşılır ve açıklayıcı bir üslupla anlatmak artık tehiri imkansız bir ihtiyaç haline gelmiştir. ⁶¹

Milliyetçi Hareket Partisi 11 Ekim 2016 tarihinde bu kaygı ve milli tasavvur noktasından hareketle milletimizle ve siyasi muhataplarıyla anayasa eksenindeki görüşlerini çok net bir şekilde paylaşmıştır. Netice itibarıyla partimiz, hükümet etme sisteminin netleşmesi amacıyla çağrıda bulunmuş, Türkiye'nin elinin rahatlaması, nefes alması için samimiyetle siyasi görev üstlenmiştir. Hemen peşinden Adalet ve Kalkınma Partisi hazırladığı anayasa değişiklik teklifini partimizle paylaşmış, kurulan bir komisyon marifetiyle üzerinde uzlaşmaya varılan anayasa maddeleri belirlenmiştir.

"MHP'NİN NE DÜŞÜNDÜĞÜ, DİKKAT ÇEKMEYE KONUŞULMAYA BAŞLANMIŞTIR"

"Bahse konu kanun teklifinin ikinci turu ise 18 Ocak 2017'de başlayıp 21 Ocak 2017'de tamamlanmıştır. Ve de Cumhurbaşkanı'nın 10 Şubat'taki onayıyla anayasa değişikliğinin 16 Nisan 2016 tarihinde referanduma götürülmesi suretiyle milletimizin karar ve onayına sunulması kararlaştırılmıştır. Türk milleti, kader ve kederde birlik olmuş muazzam bir beşeri varlık olarak, kendisini doğrudan ilgilendiren hükümet etme sistemiyle ilgili son sözünü söyleyecektir. ⁶²

Bu demokratik kazanım ve fırsatın heba edilmemesi elbette herkesin, hepimizin sağduyu ve soğukkanlılıkla çalışmasına bağlıdır. Milliyetçi Hareket Partisi milli, ilkeli ve tutarlı bir siyasi anlayışın temsilcisi olarak, TBMM'de evet dediği anayasa değişikliği teklifine 16 Nisan'daki referandumda da aynı iradeyi göstererek evet tercihi bulacaktır. Bundan rahatsız olmak, bu irademize kara çalıp saptırmaya çalışmak öncelikle demokrasi hazımsızlığı, milliyetçilik karşıtıdır. Milliyetçi Hareket Partisi'nin, Türkiye'nin yakın ve yoğun tehditlerle boğuştuğu bir dönemde, özellikle 15 Temmuz melanetinin enkazı henüz kaldırılmamışken duyarsız ve dağınık duruş sergilemesi, dahası kutlu davamızın mirasıyla ters düşmesi tabii olarak imkansızdır. Çok şükür, artık her konuda, Milliyetçi Hareket Partisi'nin ne düşündüğü, nasıl bir pozisyon aldığı, ne tür bir tavır takınacağı çok ciddi merak

⁶¹ REFERANDUM – ERCAN DURDULAR TBMM Yayınevi

⁶²<http://www.milliyet.com.tr/mhp-den-referandum-genelgesi-siyaset-2397520/> 16.02.2017

uyandırmaya, dikkat çekmeye, konuşmaya başlanmıştır. Bu durum partimizin başarısı olarak değerlendirilmelidir.⁶³

Bizlere yönelmiş bu alaka ve ilginin Milliyetçi Hareket için kıvanç vesilesi olacağı gibi, aynı zamanda özgüvenli ve özenli olmamız gereken hususların arttığına da göstergesidir."

"EVET DERKEN, DEVLET VE MİLLET VARLIĞININ MUHAFAZASINI HEDEFLİYORUZ"

"Milliyetçi Hareket Partisi önce ülkem ve milletim, sonra partim ve ben anlayışını siyasetinin ağırlık merkezi yaparak yerli, milli ve ahlaki tercihini göstermiş, bundan sonra da göstermeye devam edecektir. Türkiye'nin felaketten felakete koşmasını içten içe dileyip buna hizmet eden gruhun bizim karşımızda nifaktan blok oluşturması normaldir, beklenen bir tavrıdır. Parti olarak dün söylediğimiz hiçbir sözden, hiçbir kararlılık ve kararımızdan esas ve ahlaken taviz vermemiz söz konusu değildir. Yalnızca Türkiye'nin bedenine ateşten gömlek giydirmeye çalışanlara, dağılıp parçalanmamızı heves eden çarpık zihniyet sahiplerine daha kalıcı, daha amansız, tesir düzeyi daha yüksek bir direniş gösterebilmemiz elzem hale gelmiştir. ⁶⁴

Milliyetçi Hareket Partisi, meselelere başkent Ankara'nın görüş açısından bakan, dünyayı Türkçe okuyan, milletimize musallat olan musibetlere milli derinlikle ve şuurla yaklaşan Türk-İslam ülküsünün son kalesidir. Evet derken, devlet ve millet varlığının muhafazasını hedefliyoruz.

"Yaklaşan 16 Nisan referandumu nedeniyle teşkilatlarımızın uyması, muhakkak surette dikkat ve riayet etmesi gereken kurallar ve hususlar vardır, sonuç itibariyle maddeler halinde şunlardan ibarettir:

1- Milliyetçi Hareket Partisi milletimizin iradesi ne olursa olsun saygılıdır. 16 Nisan'da evet diyen kardeşlerimiz kadar hayır tercihinde bulunacak kardeşlerimiz de bizim için değerlidir. Partimiz demokratik ahlakın kılavuzluğunda milletimizin her ferdine ulaşacak, sandıkta evet demeleri için ikna edecektir. Değişenin rejim değil,

⁶³ REFERANDUM – ERCAN DURDULAR TBMM Yaymevi

⁶⁴<http://www.milliyet.com.tr/mhp-den-referandum-genelgesi-siyaset-2397520/> 16.02.2017

hükümet etme sistemi olduğu anlatılacaktır. Ayrıca 16 Nisan'dan sonra devletteki açmaz ve sistemik bunalımların son bulacağı aktarılacak, herkes kucaklanacak, her insanımızın gönlüne girilecektir. Bu itibarla tüm teşkilatlarımız iki ay boyunca şölen ve bayram havası içinde vatandaşlarımıza ulaşacak, Milliyetçi Hareket Partisi'nin evet kararını paylaşacaklardır.

2- 16 Nisan referandum süreci demokrasinin erdem ve gövde gösterisine sahne olmalıdır. Sandığı ablukaya almaya, milli iradeyi sarsmaya, tercihler üzerinde baskı kurmaya çalışan, kavga ve kutuplaşmayla sonuç almaya kalkışan çevrelere karşı azami uyanık durulacaktır. Hiçbir tartışma, çekişme, hizip ve çatlak ses teşkilatlarımızın sağlam bünyesini, tek sesliliğini, yeknesaklığını bozmayacaktır. Milliyetçiliği kullanıp, partimizin hatıra ve ülkülerini kişisel çıkarları uğruna siyasileştirmeyi aklından geçiren veya buna teşebbüs eden kim olursa olsun izin verilmeyecektir. Referandum sürecinde evet kararımızın hilafında; parti bayrağımızı, flamalarımızı, rozetlerimizi, görsel ve dövizlerimizi korsan kullanıma heves edenlere de müsamaha ve müsaade edilmeyecektir. ⁶⁵

3- Milliyetçi Hareket Partisi 16 Nisan referandumuna kendi imkan ve kabiliyetleriyle hazırlanacaktır. Ancak, referandumda aynı tercihler içinde bulunacağımız siyasi parti ya da partilerle gerek görüldüğü takdirde ortak çalışmalar da belirli sınır ve eşikler çerçevesinde yapılabilecektir.. Milliyetçi Hareket Partisi evet iradesini tek başına, kendi üslup, ilke, tecrübe ve siyasi müktesebatı dahilinde milletimizle paylaşacaktır.

4- Partimizle uzaktan yakından bağı olmayan, bir zamanlar aramızda bulunup da, politika ve parti içi disipline aykırılıklarından ihraçları sağlanmış veya ihraç edilmese de evet tutumumuzun aleyhine tavır almış şahıslara ortam açılmayacak, bunlarla temas kurulmayacak, toplantılarına iştirak edilmeyecektir.

5- Sosyal medyada entrika yatırımından geçinenlerin, dedikodu üretenlerin, fitne değirmenine su taşıyanların hiçbir iddia ve ileri sürdüğü asılsız ifadelere aldırış edilmeyecektir. Ayrıca hem sosyal medyada hem de yazılı ve görsel medyada çıkan

⁶⁵<http://www.milliyet.com.tr/mhp-den-referandum-genelgesi-siyaset-2397520/> 16.02.2017

uydurma haberlerin takibi yakinen izlenecek, bu durumda Medya, Tanıtım ve Halklar İlişkilerden Sorumlu Genel Başkan Yardımcılığıyla irtibat halinde bulunulacaktır.

6- Referandum sürecinde saha içerisinde, gazete ve televizyonlarda, afiş ve ilanlarda söylem ve eylem birliğinin önemi iyi bilinmelidir. Milliyetçi Hareket Partisi; "Bu Ülke İçin Yeminimiz Var, Vazgeçilmez" sözünün yansıması, "Devlet İçin Evet, Millet İçin Evet, Cumhuriyet İçin Evet, Türklüğün Bekası İçin Evet, Türkiye İçin Evet" ifade kalıbını kullanacaktır. Buna ilaveten, "Evet, Yine Evet, Bir Kez Daha Evet, Sonuna Kadar Devlet, Sonsuza Kadar Millet" referandum kampanya sloganları arasında yer alacaktır. Önümüzdeki çalışma ve hazırlıkların buna göre temini yapılacaktır.

7- Genel Başkan konuşmaları, mesajları, sosyal medya açıklamaları, genelgeler, genel merkez duyuruları, başkanlık divanı üyelerinin referandumla ilgili beyanatları titizlikle takip edilip, değerlendirmeler bunlarla sınırlı kalacaktır.

8-Partimizin siyasi faaliyetlerini sekteye uğratmak, aramızdaki ahenk ve düzeni bozmak için el ovuşturanlara prim verilmeyecek, aksine davranış gösterenlerle ilgili gerekli hukuki müracaatlar sırasıyla icra edilecektir.⁶⁶

9-Bilindiği ve 8 Ekim 2016 tarihli Genelgede ilan edildiği üzere; Başkanlık Divanımızın 28 Aralık 2015 tarihinde almış olduğu tavsiye kararı, ardından Merkez Yönetim Kurulumuzun 10 Ocak 2016'da bu tavsiye kararı onaylamasıyla 12. Olağan Büyük Kurultayımızın 18 Mart 2018'de yapılması kararlaştırılmıştır. "

5.3. Anayasa'nın İlk Dört Maddesinin Korunmasından Asla Ödün Vermeyeceğiz

"Haziran 2017'de başlayıp 5 Kasım 2017'de sonuçlandırılacaktır. Referandum sürecinde ilçe kongrelerimizin yapımına aynen ve programlandığı gibi devam edilecektir. Milliyetçi Hareket Partisi Türkiye'nin ve Türklüğün varlığı için yeminlidir. Milliyetçi Hareket Partisi Türk milletinin bir ve kardeşçe yaşaması konusunda da yemin etmiştir. Cumhuriyet'in kurucu ruhunun yaşatılmasından, Anayasa'nın ilk dört maddesinin korunmasından asla ödün vermeyeceğimizi, Milliyetçi Hareket Partisi'nin

⁶⁶ REFERANDUM – ERCAN DURDULAR TBMM Yaymevi

bu milli emanetleri bir yemin gibi gördüğünü özellikle hatırlatmak ve haykırmak tarihi bir vecibedir. Türkiye zorlukları yenecek, Türk milleti hain saldırı ve tahrikleri alt edecek, yeni bir diriliş aşkıyla 16 Nisan'da evet diyecektir.

El Bab'ta şehadetlerle beka mücadelesi veren, canilere kök söktüren kahramanlarımıza yüzümüz kara çıkmayacaktır. Vatandaşın selamet ve istikbali için emsalsiz fedakarlıklar yapan kutlu ecdadımıza, aziz şehitlerimize vefa borcumuzu yerine getirip elbette evet diyeceğiz. Milli vicdan için evet, milli adalet için evet, milli dil için evet, milli gelecek için evet, milli ve üniter devlet için evet, milli varlık ve vatan için evet. Kısaca Türkiye Cumhuriyeti için inşallah evet kararında buluşacağız. Bu duygu ve düşüncelerle tüm dava arkadaşlarımı sevgi ve saygılarımla selamlıyor, mücadelelerinde üstün muvaffakiyetler diliyorum. Allah yar ve yardımcımız olsun, yolunuz, bahtınız ve alınınız açık olsun. "67

5.4. MHP'nin 16 Nisan Referandumu Stratejisi

Türkiye'nin yönetim sistemini değiştirecek anayasa değişikliklerine destek veren MHP'nin 16 Nisan referandumu için kampanya stratejisi belli oldu. 'Bu ülke için bir yeminimiz var, vazgeçilemez' sloganı ile kampanya yapacak olan MHP, 'Türkiye İçin Evet', 'Yeminim Var', 'Şimdi Evet Haydi Türkiye' adlı şarkılarla destek isteyecek. MHP, 40'a yakın ilde de salon toplantısı ve miting düzenleyecek.

MHP'de kampanya çalışmalarının çok erken başlatıldığını kaydeden Yalçın, geçen Kasım ayından itibaren siyasi gelişmeler hakkında teşkilat ve seçmenlerin bilgilendirilmesi amacıyla genel merkez yöneticileri, başkanlık divanı üyesi ve milletvekillerinin katıldığı kapalı salon toplantıları yapıldığını kaydetti. Söz konusu toplantıların, Anayasa değişikliğiyle ilgili temasların sürdüğü günlerde 26 Kasım 2016'da Bursa'dan başlatıldığını kaydeden Yalçın, şunları ifade etti:

"Bu çerçevede şimdiye kadar Bursa, İstanbul, Trabzon, İzmir, Gaziantep, Kocaeli, Zonguldak, Muğla, Denizli, Samsun, Hatay, Erzurum, Aydın, Konya, Eskişehir ve Antalya'da siyasi gelişmelerle ilgili bilgilendirme amaçlı salon toplantıları düzenlenmiştir. MHP'de, mitingler kadar salon toplantıları da önemsenmektedir.

⁶⁷<http://www.milliyet.com.tr/mhp-den-referandum-genelgesi-siyaset-2397520/> 16.02.2017

Çünkü bu sayede, partimizin yetkili kurullarında çalışan arkadaşlarımız, partilerimiz ve teşkilat mensuplarıyla yakından temasa gelmekte, sebep ve gerekçeleriyle birlikte MHP'nin tutumunu ayrıntılı olarak anlatma fırsatı bulunmaktadır. Toplantılar tertiplenirken, bölgesel şartlar doğrultusunda en geniş kalabalıklara ulaşılması esası dikkate alınmaktadır."⁶⁸

MHP'li Yalçın, salon toplantılarının önümüzdeki günlerde de sürdürüleceğini ve toplam 40 büyük ilde gerçekleştirilmesini hedeflediklerini söyledi. Yalçın'ın verdiği bilgiye göre; Adana ve Çorum'da 4 Mart'ta, Tekirdağ ve Sakarya'da 5 Mart'ta, Nevşehir, Elazığ, Manisa, Kütahya ve Tokat'ta 11 Mart'ta, Bartın'da 12 Mart'ta, Düzce'de 17 Mart'ta, Kayseri'de 18 Mart'ta, Isparta'da 24 Mart'ta, Amasya ve Burdur'da 25 Mart'ta, Ordu'da da 26 Mart'ta salon toplantıları yapılacak. Giresun, Uşak, Aksaray, Kahramanmaraş ve Kastamonu illerinde düzenlenecek kapalı salon toplantılarının tarihi ise önümüzdeki günlerde netleştirilecek.

Kampanya sürecinde MHP bazı illerde de miting düzenleyecek. Buna göre, 18 Mart'ta Elazığ'da, 24 Mart'ta Bursa'da, 25 Mart'ta Kayseri'de, 26 Mart'ta Erzurum'da, 1 Nisan'da Sakarya'da, 2 Nisan'da Ordu'da, 7 Nisan'da Afyon'da, 8 Nisan'da Antalya'da, 9 Nisan'da ise İstanbul'da açık hava toplantıları düzenlenecek. MHP ayrıca, Alpaslan Türkeş'in ölüm yıldönümünde 4 Nisan'da da Ankara'da anma toplantısı düzenleyecek.

MHP'li Semih Yalçın, kampanya çalışmalarının afiş, broşür ve kitapçıklarla destekleneceğini belirtirken, kampanya süresince çalınmak üzere 3 adet müzik parçasının da bestelendiğini kaydetti. Yalçın, bu bestelerin de 'Türkiye İçin Evet', 'Yeminim Var', 'Şimdi Evet Haydi Türkiye' adında olduğunu bildirdi. Yalçın, "Daha önce de kamuoyuna açıklandığı üzere MHP'nin kampanya sırasında kullanacağı ana slogan, 'Bu ülke için bir yeminimiz var, vazgeçilemez' olacaktır" dedi.

MHP'nin referandumda 'Evet' diyeceğinin açıklanmasının, bazı çevrelerce kasıtlı olarak AKP iktidarına destek vermek olarak kamuoyuna yansıtılması

⁶⁸<https://tr.sputniknews.com/turkiye/201703021027457300-mhp-referandum-kampanya-belli-oldu/>
02.03.2016

gayretlerinin sürdürdüğünü kaydeden Yalçın, bu iddiaların 'gerçeği setretmek, doğruları örtmek için kurgulanmış yalanlar' olduğunu belirtti.⁶⁹

6. SOSYAL MEDYA

Sosyal Medya, kullanıcıların internette aradığı ve kullandığı içeriği genelendilerinin ürettiği bir platformdur. İnteraktif iletişim aracı ve bilgi kaynağıdır. Kısaca bu şekilde tanımlayabiliriz. İnsanların topluma uyum sağlayabilen bir birey olması ve yaşadığı grup içinde benimsenmesi sosyalleşme sayesinde sağlanır. Sosyalleşme sürecinin iletişiminde dahil olan medya kaynağı ilk olarak geleneksel medya olarak bilinen kaynaklar ile hayatımıza girmiştir. Geleneksel medya tarihi, çok eski zamanlara dayanan bir haber alma ve reklam yapma kaynağıdır. Bu bölümde sosyalleşme kavramından ve sosyalleşmenin insan hayatında ve topluma uygun bir birey olmadaki önemi, iletişim sürecine dahil olan medyanın yeri ve geleneksel medyanın sosyal medya ile ideolojik açıdan çok farklı olmayan yapısında geleneksel medyadan dijital medyaya nasıl geçildiği, Web 2.0'nin aktif rolü ve sosyal medya olgusu incelenecektir.⁷⁰

6.1 Sosyal Medya'nın Ortaya Çıkışı

İnternet ağının kişisel kullanıma uygun hale getirilip bir iletişim kanalı olmasıyla kullanıcılar aradıkları bilgiyi internet sitelerinden elde etmeye başladılar. Fakat ilk dönemlerde internet siteleri sayısı oldukça az, içeriği de son derece zayıftı. İnternet sitesi olmayanların ise herhangi bir şekilde internet ortamına içerik eklemesi söz konusu değildi. Daha sonraları kullanıcılar internet sitelerindeki içeriklere yorum olarak katkıda bulunabilmesiyle sosyal medya kavramına geçişinin ilk adımları atılırken blog siteleri, sözlük siteleri ve Wikipedia ile sosyal medya ortaya çıktı.

6.2 Sosyal Medyalar

- Blog Siteleri

⁶⁹<https://tr.sputniknews.com/turkiye/201703021027457300-mhp-referandum-kampanya-belli-oldu/> 02.03.2016

⁷⁰<http://sosyalmedya.com/sosyal-medya-nedir/> 15.05.2012 Yılmaz BARIŞ

- Sosyal İmlleme
- Facebook
- Twitter⁷¹

6.2.1 Blog Siteleri

Sözlük siteleriyle, Blogger ve LiveJournal gibi blog servislerinin ortaya çıkması ile sosyal medyanın tabanı oluşmuş oldu. Artık kullanıcılar herhangi bir kodlama becerisine ihtiyaç duymadan bilgi ve deneyimlerini internet ortamına rahatça aktarabilir hale gelmişti. Blog siteleri sosyal medyanın ilk gerçek mecralarıdır.

6.2.2 Sosyal İmlleme

Blog sitelerinin yaygınlaşması ile internetteki içerik genişliği son derece üst seviyelere çıktı. Blog sitelerinin sayısının yüzbinlerle ifade edilir hale gelmesiyle birçok sosyalimleme sitesi ortaya çıktı. Sosyal imleme siteleri ile kullanıcıların internette gördüğü kaliteli içerikleri diğer sitelerden ayırt edebilmesine olanak sağladı.

6.2.3 Facebook

Öncesinde benzer pek çok site varken gerçek kişilerin kendi isimleriyle yer aldığı Facebook gerçek yaşam ile sanal yaşamı birleştirdi. Hızla büyüyen Facebook en büyük Sosyal Paylaşım Merkezi haline geldi. Artık internetteki bilgi paylaşımının çok büyük bir kısmı Facebook üzerinden aktarılıyordu. Facebook internetteki bilginin **çok** hızlı bir şekilde tüketilebiliyor olmasını sağladı ve kullanılıyor olması içerik üretimini de çok üst seviyelere çıkardı. Artık 7'den 70'e herkes kendi cümlelerini, tecrübelerini, düşüncelerini Facebook ile ortaya dökabiliyor.

6.2.4 Twitter

İlk bakışta pek çok kişinin anlam veremediği Twitter, bilgi paylaşım hızını olabileceği en üst seviyeye çıkardı. 4G bağlantısının hizmete girdiği her ülkede Twitter hızla yükseldi. Artık insanlar her türlü bilgiyi anlık olarak internet ortamında paylaşıyor ve anında yayılıyordu. Twitter bilginin anlık olarak yayılabilmesine ve

⁷¹<http://sosyalmedya.co/>

ayrışabilir olmasına olanak sağlayarak şu andaki sosyal medyanın son halkasını tamamlamış oldu.⁷²

6.3. Sosyal Medya veya Geleneksel Medya

Şu günlerde her ne kadar iki zıt kavram gibi sunulsa ve kıyaslamalar yapılsa da Sosyal Medya ile Geleneksel Medya birbirinin etkisini azaltıcı platformlar değildir. Sosyal medya geleneksel medya ile birlikte günümüz teknolojisinin bize sunduğu en kaliteli medya halidir. Bu iki kavramın sürekli kıyaslanıyor olmasının sebebi geleneksel medyayı elinde tutan medya sahiplerinin sosyal medyaya adapte olamaması ve kontrolü tutan ellerin değiştirmesinden kaynaklanmaktadır. Sosyal medya geleneksel medyayı tamamlamakta ve bir üst seviyeye taşımaktadır.

6.4 Sosyal Medya'nın Geleceği

Sosyal medya hala gelişen ve hızla büyüyen bir platformdur. Facebook ve Twitter ekseninde dönse de çok geniş çaplı ve değişik platformları içinde barındırmaktadır. Bir sonraki adım daha önceki kullanıcı davranışlarının takip edilerek, kullanıcının alışkanlıkları yönünde, aranan bilginin en doğru şekilde sunulduğu Semantik Web kavramının her alana yayılmasıyla olacak diye tahmin edilmektedir. Önümüzdeki yakın zaman diliminde nasıl şekilleneceğini görüyor olacağız, görüyoruz.⁷³

6.5 Sosyal Medya Olgusu

Bugünün dünyasında teknoloji hızla gelişmekte, toplum karmaşıklaşmakta ve insanların gereksinimleri çeşitlenmektedir. Ekonomik çabaların en önemli amacı, insanların iyi ve rahat bir şekilde yaşamlarını sürdürebilmeleri için gerekli olan mal ve hizmetleri üretebilmektir. Nitekim işletme mal ve hizmet üretmek ve/veya pazarlamak için faaliyette bulunan kuruluş olarak tanımlanabilir. İşletmecilik

⁷²<http://sosyalmedya.com/sosyal-medya-nedir/> 15.05.2012 Yılmaz BARIŞ

⁷³<http://sosyalmedya.com/sosyal-medya-nedir/> 15.05.2012 Yılmaz BARIŞ

yönünden bir işletmenin değer ifade edebilmesi her şeyden önce bir örgüt olarak düzenli, verimli bir şekilde çalışabilmesi demektir ⁷⁴

İnsanlar ve işletmeler iletişim sayesinde birbirleriyle etkileşim kurarlar. İkna etme, bilgilendirme, yönlendirme gibi konular hep iletişim sayesinde gerçekleşir. Bu nedenle iletişim bireysel ve örgütsel anlamda vazgeçilmezdir. Şekilde karşılıklı etkileşim açısından iletişimin aşamaları gösterilmektedir.⁷⁵

Kurumlar interneti; yeni geliştirdikleri ya da ürettikleri ürün ve hizmetlerinin duyurulması, hizmetlerle ilgili bilgi vermek, farklılıklarını ortaya koyarak kıyaslama yapmak, araçlar olmadan ürün satışı, başarıların duyurulması vb. amaçlarla kullanmaktadır. İnsan gündelik yaşamında diğer insanla, kurumlarla, kuruluşlarla, gruplarla veya kendisiyle iletişim kurar.

Sessizliği ve yalnızlığı seçen insan, vücut diliyle, çevresine mesaj iletmeye çalışır; başka bir deyişle insanlar sessiz kaldığı zamanlarda bile aslında kendisiyle iletişim kurmaktadır. Kendisiyle iletişim kurduğu zaman duygu ve düşüncelerini değerlendirir, etkileşim içine girer, kendine mesaj gönderir, onları yorumlar ve geri bildirimde bulunarak inanç tutum ve davranışlarında değişikliğe gider. Bu durum, insanın iletişim kurmadan edemeyeceğini gösterir ⁷⁶

Sosyal medyayı yaygınlaştıran nedenlerden birisi de budur. İletişimin bu vazgeçilmezlik özelliği örgütsel faaliyetlerin sürdürülmesi açısından da bir zorunluluktur. Dünyanın çok farklı coğrafi alanlarında benzer ilgi alanları ve amaçlar etrafında toplanan insanlar, kendi özgürlük alanları ve kapsamında oluşturdukları farklı sosyal medya araçları üzerinden fikirlerini paylaşabilmekte, kamuoyu oluşturabilmekte ve ortak hareket edebilmektedirler. Bu noktada sosyal ağ siteleri, bloglar, wiki'ler, içerik paylaşım siteleri gibi sosyal medyanın etkin araçları iletişim sürecini hızlandıran ve güçlendiren yapıları ile dikkat çekmektedirler.⁷⁷

⁷⁴Kooperatiflerde İletişim ve Önemi, Kurgu Dergisi, Açıköğretim Fakültesi İletişim Bilimleri Dergisi,

⁷⁵Kooperatiflerde İletişim ve Önemi, Kurgu Dergisi, Açık öğretim Fakültesi İletişim Bilimleri Dergisi,

⁷⁶ İletişim Genel ve Örgütsel Boyutuyla, Seçkin Yayıncılık, İstanbul

⁷⁷Marka Toplulukları: Markaların Sanal Ortamdaki Etkileşim Alanları, Yeni Medya Pratikler Olanaklar, Umuttepe Yayınları, Kocaeli

6.5.1 Sosyalleşme Kavramı

Biyolojik bir organizma olan insan; toplumsal düzenin parçası olan bir varlık, kültürü taşıyan bir birey ve yaşadığı toplumunun ürünüdür. İnsanların davranışları sayesinde hem toplum hem de kültür var olabilmektedir. İnsan toplumsal niteliklerini doğduğu gruplarda edinir. Grupların oluşturduğu topluluk, yani toplumun yaşam şekli, toplumun yaşama biçimi için gereken bilgi, değerleri ve yargıları bu gruplar ile bireylere aktarılır. Bunların benimsenmesi ve benimsetilmesi ile birey toplumun bir üyesi haline gelir. Sosyalleşme, bir sosyal olgu olarak ferden doğuştan itibaren toplumun üyeliğini kazanmasında belli aşamalardan geçerek kendinden beklenen uygun rol ve ilgili normlardan haberdar olmasıdır. İnsan doğduğu andan öleceği zamana kadar daimi bir sosyalleşme içindedir. Yaşam boyu süren bu öğrenme sürecinin kültürün nesilden nesil aktarılmasına sağladığı katkı büyüktür. Çünkü insan, aile, okul, akraba ve arkadaş çevresiyle içinde yaşadığı toplumun örf, adet ve geleneklerini öğrenmekte, o toplumun norm ve değerlerine uygun davranışlar sergilemeye çalışmaktadır.⁷⁸

Birey yaşadığı toplumun kültürünü öğrenirken iletişim kurulan insanların katkıları ile insani özelliklerini geliştirir, yeni bilgilerle zenginleşir ve toplumun kendisinden beklediği davranış şekillerini, doğru ve yanlış olarak ayırt etmeyi öğrenir. Toplumun değer yargıları, iyi ve kötü olanın farkındalığı sosyalleşme süreci içerisinde öğrenilir. Toplumsal düzenin sağlanıp sürdürülmesini gerçekleştirmek için toplumun kimliğini oluşturan normlar gereklidir. Sosyalleşme sonucunda karşılıklı etkileşiminin en alt birimi olan “ben”, “sen”, “o” iletişimi yerini, “biz”, “siz”, “onlar” kavramlarına bırakmaktadır. Bu olumlu değişim insanın sosyal bir varlık olmasının kaçınılmaz sonucudur. Doğumla başlayan, gençlik dönemi de hızlanan, erişkinlik döneminde sonra hızı azalan sosyalleşme, toplumsal öğrenmeyi sağlayan yaptırımlarla gerçekleşir.⁷⁹

Yeni doğan bir bebeğin boş bir levha olduğu kabul edilerek, insanların bir toplum ve kültürün mensubu olmayı ve böylece sosyal ve kültürel değerleri öğrenmeleri, sosyalleşme sürecini tamamlamalarıdır. Sosyalleşmenin başarısız olması

⁷⁸ Mustafa Erkal, Sosyoloji (Toplumbilimi), 13. Basım, (İstanbul: Der Yayınları, 2006)

⁷⁹ Özcan Köknel, Kimliğini Arayan Gençliğimiz, (İstanbul: Altın Kitaplar Yayınevi, 2001)

durumunda bireyin topluma yetersiz adaptasyonu ortaya çıkmaktadır. Bu durum suç işlemeye, yabancılaşmaya, toplumsal sapmaya neden olmaktadır. Duyu organlarının algılayışı, duygusal uyarıcılara gösterilen tepkilere bağlı olan sosyalleşme, bu özelliklerden yoksun bireylerde sosyalleşme düzeyini düşürür. Bu nedenle zeka düzeyi düşük bireyler bu uyarıcılara yeterli duyarlılıkta olmadığından dolayı sosyalleşmede problemler yaşarlar.

Zeka düzeyi, öğrenme gücü ile doğru orantılı olduğundan, öğrenme gücü de sosyalleşmeyi etkilediğinden bu üç olgu birbirini azımsanamayacak ölçüde etkilerler. Bu bağlantıdan yola çıkarak sebep - sonuç ilişkisini incelersek zeka ile sosyalleşme birbiri arasında doğrudan önemli bir bağlantıya sahiptir. Davranışlarının büyük bölümün öğrenilmiş davranışlar olan insanın sosyalleşmesi bir öğrenme süreci içerisindedir. İnsan doğduğu andan itibaren biyolojik, fiziksel ve sosyal olmak üzere üç çevrede bulunur ve bu çevrelerde kendine uygun insanca davranışları öğrenir ve geliştirir.⁸⁰

Sosyalleşme kavramını ilk kullanan; eğitimi, yetişkin kuşakların yetişmekte olan kuşakları sosyalleştirmesi, toplumsal hayata alıştırmayı, ruhsal, zihni ve ahlaki yönden yetiştirmesi olarak kabul etmişti. O, eğitime metotlu sosyalleşme diyordu. Toplum içinde bilinçsiz, plânsız ve kendiliğinden yapılan sosyalleşme de metotsuz sosyalleşme (yaygın eğitim) idi. Sosyalleşme, bireyin bir sosyal gruba katılması olgusudur. Birey bir gruba girerken o grupta geçerli olan sosyal normları, o grup içinde girişte ve ilerde alacağı rolleri, ulaşacağı sosyal mevkileri, bu rol ve yerlerin kendisinden beklediği davranış, beceri ve yetenekleri, grubun kültürünü oluşturan değerleri, inançları öğrenip benimsemek durumundadır.⁸¹

Birey sosyalleşme sürecinde başarısız olduğunda toplum içinde diğer insanlarla ortak bir hayat sürmesi, örf ve adetlere, geleneklere uyması, toplum tarafından kabul gören davranış, kıyafet, yeme-içme, aktivite ve çalışma koşullarına uyum sağlaması zor hatta bazı durumlarda imkansızlaşabilir. Toplumsal hayatın norm ve ayınlarına uyamadığı takdirde birey o toplumun bir parçası olmaktan çıkar.

Sosyolog Ömer Yıldırım yaşamını devam ettirebilmek için yardıma ihtiyaç duyan insanın, içinde doğduğu topluma adapte olabilme süreci olarak bahsettiği sosyalleşmede insan; “içine doğduğu toplumun kültürel değerlerini öğrenir, kendine

⁸⁰ Kültürel Kuramda Anahtar Kavramlar, 1. Baskı, (İstanbul: Açılım Kitap, 2007)

⁸¹<http://www.egitim.aku.edu.tr/ergun8.htm> Mustafa Ergün, “Eğitim Sosyolojisi”, 21.12.2014,

has beceriler edinir ve nihayetinde kendi bilincine ulaşarak bir birey haline gelir” demiştir.

Bir toplumda, toplumun üyeleri ile sosyalleşen, etkileşim içinde bulunan bir birey uygun davranış biçimlerini daha kolay bir şekilde öğrenir. Bireyin sorumluluklarını, haklarını, toplumda ona biçilen görevlerini ve onaylanıp onaylanmayacak davranışları öğrenmesi bir etkileşim ile mümkün olur. Sosyalleşme, bireyin davranışlarını sadece değiştiren, sınırlayan veya denetleyen bir süreç değildir. Aynı zamanda, aktif ve yapıcı yönleri olan, hem biçimleyici hem de yaratıcı bir süreçtir. Başka bir deyişle, sosyalleşme, bireyi teşvik eden, motive eden, bireyde sonsuz bir şevk ve arzu çeşitliliği yaratan, bireyin gelişimi ve başarısına yönelik ve bireyin yaşamdan aldığı hazı kuvvetlendiren bir süreçtir⁸²

Sosyalleşme kavramı bireyin etrafındaki insanlarla birlikte yaşadığı bir dünya kurgusundan milyonlarca başka insanın dünyasının da kendi kurgusuna dahil olmadan bulunduğunu anlaması sonucu bireyde anlam kazanır. Sadece girdiği belli bir sosyal çevrenin farkındalığından etrafında geri kalan toplum ve toplulukların geliştiği ve onu da geliştirdiği bir çevreye girerek kendine yeni bir dünya oluşturur ve toplumun alışılan davranış biçimini her gün biraz daha gelişerek öğrenir ve toplumun içerisinde kendi yerini edinir⁸³

6.5.2 İletişim Sürecinde Geleneksel Medya

Geleneksel medya dediğimizde aklımıza gelen gazete, televizyon ve sinemadan temel yapı bakımından farklılıklar gösteren yeni medya yayım şekli sosyal medya kanalları çoğunlukla masrafsız ve herkesin ulaşabildiği bir erişim ağı sağlayarak hayatımızda yerini edinmiş bulunmaktadır. Geleneksel medya enformasyonun yayımlanması için belirli kaynaklara ihtiyaç duyarken ve belli bir perspektiften bilgi yayımlarken sosyal medyanın kolay ve yatırım yapmayı gerektirmeyen yapısı farklarını sıralarken azımsanamaz büyüklükte yer kaplamaktadır. Sosyal medya açılan bir blog, Facebook, Twitter ve Instagram gibi hesaplarla bir anda hayatımıza dahil olmuş olur ve milyonlarca insana erişim olanağını kazanmamızı sağlar.

⁸² Ömer Yıldırım, “Toplumsallaşma (Sosyalleşme) Nedir, Ne Demektir?”, 21.12.2014

⁸³İletişim Genel ve Örgütsel Boyutuyla, Seçkin Yayıncılık, İstanbul

Hiçbir ücret ödemediğimizde, iş yerimizde ya da aklımıza gelen herhangi bir yerde milyonlarca kişiye mesajlarımızı, fotoğraflarımızı, aklımızda olan herhangi bir şeyi yayabiliriz, çoğunlukla sansüresizce düşüncelerimizi ya da yorumlarımızı paylaşarak yeni fikir veya bilgiler öğrenebiliriz. Geleneksel medya yayınlarında ise iletişim tek yönlü bir yapıya sahip olup, kullanıcıya ulaşan bilgi zaman ve mekan yönünden farklılık gösterir. Paylaşımlar sadece geleneksel medya kaynağından sağlanır, karşılıklı diyalog sağlanamaz, yayın kuruluşunun bakış açısı dışında bir bakış açısı yer almaz. Bununla beraber sosyal medyanın haberlerini geleneksel medyadan alması sosyal medya ve geleneksel medya arasında ideolojik açıdan çok fazla fark olmadığını göstermektedir.

Sosyal medya geleneksel medyadan beslenir, geleneksel medya da sosyal medya kaynaklarından faydalanmaya başlayarak tek yönlü yayın yapısında yeni, ufak fakat azımsanamayacak değişimler geçirir. Geleneksel medya yayınlarından canlı gerçekleşen televizyon yayınları sosyal medya platformlarını yayımlarına dahil ederek izleyen kitlelerin yayımlara dahil olması ve içeriği etkilemesine olanak sağlar. Geleneksel medyanın tek tek sahip olduğu özelliklerin çoğu İnternet ortamında tek bir kanal üzerinden paylaşılabilir. Örneğin; bir gazete makalesi, bir müzik dosyası ve bir resim dosyası aynı anda bir blog da tek bir sayfada paylaşılabilir. ⁸⁴

Geleneksel medya yayınının yeni oluşan genç bir birey gibi sosyal medyaya kendi yapısal düzeninde öğretiler sunarak geleneksel medya özelliklerini geliştirerek taklit etme imkanı vermiştir. Gazete, radyo ve televizyon gibi kitle iletişim araçlarının tek yönlü olduğu kabul edilmektedir. Kitle iletişimi, uzmanlaşmış grupların geniş, heterojen ve farklılaşmış izleyicilere, dinleyicilere ve okuyuculara sembolik içerik yaymak üzere teknolojik aygıtları (yazılı basın, radyo, televizyon, film vs.) hizmete soktuğu kurum ve tekniklerden meydana gelir⁸⁵

Hâlbuki geleneksel kitle iletişim araçlarının bütünüyle tek yönlü araçlar olduğunu kabul etmek mümkün değildir. Geleneksel medyanın süreçlerinde de

⁸⁴ Denis McQuail ve Swen Windahl, İletişim Modelleri: Kitle İletişim Çalışmalarında, İmge Kitabevi, 2005

⁸⁵ Denis McQuail ve Swen Windahl, İletişim Modelleri: Kitle İletişim Çalışmalarında, İmge Kitabevi, 2005

etkileşim vardır. Nitekim kitle iletişiminde gazetelerin satış rakamları, televizyon kanallarının izlenme oranları, stüdyo izleyicileri, deneme yayınları, izleyici ve/veya okuyucu araştırmaları, editöre mektuplar ve telefonlar birer etkileşim sürecidir. Fakat geleneksel medya ortamında iletişimde bulunan kişiler, pasif olarak iletiyi alan durumundadır ya da kişilerin iletişim sürecine müdahalesi sınırlıdır. “Global Köy” (War and Peace in the Global Village) adlı kitabında McLuhan; iletişim araçlarının bilgiyi sınırsız bir biçimde paylaşabilmesiyle bireyler ve toplumlar her konuyla ilgili bilgiyi kolaylıkla öğrenebilmektedir. McLuhan, medyanın en önemli yönünün kültürel içerikle bağlantılı meselelerde değil, iletişimin teknik aracında bulunduğu şeklindeki teziyle tanımlamaktadır.

Geleneksel medyanın iletişim sürecinde sosyal medyadan ayrılan en belirgin özelliği geleneksel medya kaynaklarında haber kaynaklarının güvenilir ve profesyonel olmasıdır. Sosyal medyada haberler asılsız veya amatör bir paylaşım olabilir. Bu fark da haber alma olgusunda güven duygusu sağlamadığı için sosyal medya yerine geleneksel medya üzerinden haber alınmasını daha mantıklı kılmaktadır. Bununla beraber geleneksel medyada bilinen haber kaynaklarının artık sosyal medyada da yer alması bu yayın kuruluşlarının internet üzerinden gerçekleştirdiği yayınları da güvenli kılmakta bu da sosyal medyayı belirli kaynaklar üzerinden haber alma açısından güvenli kılmaktadır. ⁸⁶

6.5.3 Geleneksel Medyadan Dijital Medyaya Geçiş

Gazetenin ortaya çıkışı milattan öncesine dayanan eski bir tarihe sahiptir. İnsanların haberleri duyurabilme ve öğrenebilmesi için ortaya çıkan gazete 17. yüzyıl ile ilk süreli yayınlarına başlayarak ve devamın hızla gelişerek devam eden haber alım imkanını sağlamıştır. Kişilerin, ülkelerin ve önemli anların haberini alma ve öğrenme ihtiyacı karşısında iletişim araçlarının gelişimi 19. yüzyılda kimliğe bürünmüş ve 20. yüzyılda teknolojideki hızlı gelişimin etkisi ile yeni formlar kazanmıştır.

İnternet ile ortaya çıkan ‘sosyal medya’ diye adlandırdığımız medya platformu geleneksel medyadan farklı işleyişi ile hedef kitlelere sadece tek yönlü haber

⁸⁶ Nick Stevenson, Medya Kültürleri: Sosyal Teori ve Kitle İletişimi, Ütopya Yayınevi, 2008

yayma formunun dışına çıkararak interaktif, hitap eden ve hitap edilen kitlenin karşılıklı iletişim kurabildiği yeni bir medya yapısı oluşturarak kısa sürede bilinmeyen medya platformundan hayatımızın içinde sıradanlaşan haberleşme ve iletişim platformuna çok kısa bir sürede dönüşüm sağlamıştır. Sosyal medyanın temel dinamiğinin iki yönlü iletişim modelinden oluştuğunu baz alarak, kurumların ve markaların çeşitli taktik, araç ve yöntemlerle mesajlarını daha kolay iletildiği, geri bildirimlere daha kolay ulaştığı, eşik bekçisi olarak tabir edilen geleneksel medya kanallarına takılmadan geniş kitlelerle bulunduğu şeffaf bir ortam bulunmaktadır.

Sosyal medyada içeriğin kullanıcılar tarafından oluşturulması, geleneksel medyaya göre sosyal medyanın daha çok tercih edilmesini sağlamaktadır. Kullanıcıların oluşturulan içeriğe yorum yapabilmesi ve bu sayede geri bildirim mekanizmasının hızlı işliyor olması da sosyal medyayı bir adım ileri götürmektedir. Sosyal medyanın geleneksel medyada göre hızlı bilgi aktarması, kullanıcıların sosyal medyayı tercih etme sebepleri arasında yer almaktadır. Sosyal medyada yöneticilerin enformasyon içeriği, zamanlama ve sıklığı üzerinde denetim sağlaması neredeyse imkansızlaşmış ve firmalardan tamamen bağımsız halde ilerleyen bir medya platformu sağlamıştır.⁸⁷

6.6. Sosyal Medya ve Siyasal İletişim Birlikteliğinin Önemi

Siyasal iletişim, “belli ideolojik amaçlarını, toplumda belli gruplara, kitlelere, ülkelere ya da bloklara kabul ettirmek ve gerektiğinde eyleme dönüştürmek, uygulamaya koymak üzere siyasal aktörler tarafından çeşitli iletişim tür ve tekniklerinin kullanılması ile yapılan iletişim” olarak tanımlanabilir.⁸⁸

Aziz, siyasal iletişim sürecinde, siyasal iletişimin hangi tür, yöntem ve teknikler kullanılarak hedef kitleye aktarılacağı hususuna dikkat çekerek, hedef kitlenin özelliklerinin göz önüne alınarak yeni iletişim teknolojilerinden yararlanılması gerektiğinin altını çizmektedir (2011: 6). Siyasal iletişim kampanyalarında sosyal medya kullanımına iki farklı konumdan yaklaşılabılır: Bunlardan ilki, belli bir siyasi parti ve/veya parti lideri ekseninde merkezden organize edilen siyasal kampanyalar iken; ikincisiyse tabandan gelen çeşitli siyasi örgütlenmelerdir. Sosyal medya

⁸⁷<http://yedinoktasifir.blogspot.com.tr/2009/08/sosyal-medya-iletisim-yonetiminde.html> 28.08.2009

⁸⁸Aziz, Aysel, (2003, 2011). Siyasal İletişim. Ankara: Nobel Yay.

olgusunu bir bütün olarak ele alırsak, ikinci konumun birincinin önemini arttırdığı varsayılabilir. Çünkü, siyasi ve tarihi bağlamda sosyal medyaya gücünü, yurttaşın dijital kamusal alandan sokağa, meydanlara ve sandığa taşınan eylemliliği şeklinde tezahür eden sosyal politik etkilerinden alır.

Barack Obama'nın 2008 Amerika Birleşik Devletleri Başkanlık seçimlerinde galip gelmesi, 2009 İran Cumhurbaşkanlığı seçimleri veardından gerçekleşen toplumsal protestolar, Wikileaks olayı ve Arap Baharıadı altında tanımlanan Tunus, Mısır, Libya ve Suriye başta olmak üzere Ortadoğu'nun otoriter rejimlerinde rejim karşıtı toplumsal ve siyasal örgütlenmelerin ortaya çıkışı gibi örneklerden anlaşılacağı üzere, sosyal medya dijital kamusal alan olma özelliğinin ötesine geçerek, bizatihi siyasal mekanizmanın bir parçası olmuş, siber uzamdaki siyasi ve toplumsal örgütlenmeler sokaklar, meydanlar ve sandıklarla buluşmuş, bu karşılıklı beslemenin sonucunda ise somut toplumsal ve siyasal değişimler gerçekleşmiştir.⁸⁹

Sosyal medyayı siyasal iletişim sürecinin bir bileşeni olarak konumlandırırken, öncelikle İnternet'in siyasal amaçlı kullanımını irdelemek gerekir. Davis ve arkadaşları, İnternet'in ABD seçim kampanyalarındaki yerini üç tarihsel dönem temelinde incelemiştir (2009). Bunlardan ilki siyasal iletişim kampanyasında İnternet'in kullanımın keşfi dönemi, ikincisi kullanımın olgunlaşması dönemi, üçüncüsü ise olgunlaşma sonrası dönemdir. Keşif dönemindeki İnternet kullanımı, George H. W. Bush ve Bill Clinton'ın 1992 Başkanlık seçimi kampanyası sırasında yürüttüğü çalışmalar ile başlamıştır. İlk yıllarda İnternet kullanımının başlıca amaçları arasında e-posta göndermek ve bilgisayarlı bilgi sistemlerinde görünür bir varlık göstermek yer alırken, 1998'e gelindiğinde ise artık birçok adayın web sitesine sahip olduğu gözlenmiştir.

Web sitesi denen ortam temelde İnternet'in web 1.0 döneminin bir uzamıdır. İnternet, 2000 yılına kadar süregelen keşif dönemi boyunca, sık sık güncellenmeyen enformasyon ve simgesel içeriğin sergilenmesi amacıyla kullanılmıştır. Etkileşim özelliğiyle birlikte başlayan olgunlaşma dönemi, siyasal kampanya sitelerinin kullanıcının katılımını temin eden özellikler ile donanmasını olanaklı kılmıştır. Günümüzde siyasal amaçlar ve hedefler doğrultusunda kullanılan sosyal medya uygulamalarının temelinde, olgunlaşma döneminin web sitelerin de

⁸⁹<http://www.mhp.org.tr/http://bdp.org.tr/anasayfa/> 25.11.2012

yaşama geçirilen fikirlerin yattığı ileri sürülebilir. Olgunlaşma döneminde İnternet'in seçim kampanyalarına olan desteği kampanya faaliyetleri, iletişim, harekete geçirme ve kaynak yaratma olarak sıralanabilir.

Kampanya faaliyetleri, seçim için bilgi toplama ve seçim malzemelerinin dağıtımıyla; iletişim işlevi, reklam verme, belli topluluklara ulaşma ve e-posta adreslerinin toplanmasıyla; harekete geçirme işlevi, seçmenlerin seçim sürecine daha fazla katılımını sağlama amacıyla yürütülen etkinliklerle; kaynak yaratma işlevi ise, çok sayıdaki kaynaktan az miktarda gelir sağlamayı öngören stratejiler ile ilişkilendirilebilir. Olgunlaşma sonrası dönem, seçim kampanyalarının kurumsal sitelerin dışına taşarak İnternet geneline yayıldığı döneme tekabül etmektedir.⁹⁰

6.6.1 Arap Baharı ve Sosyal Medya

Arap Baharı 18 Aralık 2010'da Tunus'ta başlayarak, Cezayir, Mısır, Libya, Bahreyn, Ürdün, Yemen ve Suriye'de büyük çapta; Moritanya, Suudi Arabistan, Umman, Irak, Lübnan ve Fas'ta küçük çapta olmak üzere tüm Arap Dünyası'nda baş gösteren mitingler, protesto gösterileri ve halk ayaklanmalıdır. Protestolar, Arap Dünyası'nda başta gelen sorunlardan olan işsizlik, enflasyon, siyasi yozlaşma, ifade özgürlüğü, usulsüzlükler ve kötü yaşam koşulları gibi pek çok sorun sonucunda Tunuslu Muhammed Bouazizi'nin kendini yakmasıyla başlamış ve ardından benzer sorunlar yaşayan ülkelerde domino etkisi göstererek yayılmıştır.

Sosyal medya Arap Baharı sürecinde aktivist fikirlerin geniş kitlelere yayılması, protestoların örgütlenmesi, organize edilmesi ve geniş kitlelere duyurulması aşamalarında protestocular tarafından yoğun biçimde kullanılmıştır. Kitleler Facebook gibi sosyal ağlarda haberleşmiş, örgütlenmiş, protesto gösterileri organize etmiştir. Geniş kitlelere kolay ulaşabilmesi, çok hızlı olması, kontrol edilebilirliğin görece daha zor olması gibi özelliklerinden dolayı sosyal ağlar etkin olarak kullanılmıştır. Protestoların kısa sürede büyümesi birçok uzman tarafından sosyal ağların etkin biçimde kullanılmış olmasına bağlanmıştır.

⁹⁰Aziz, Aysel, (2003, 2011). Siyasal İletişim. Ankara: Nobel Yay.

Washington Üniversitesi'nde Mısır ve Tunus'a dair yapılan bir araştırmada, Facebook, Youtube, Twitter ve bloglar üzerinden toplanan verilerden elde edilen bilgilere göre, Kuzey Afrika'dan Ortadoğu'ya yayılan özgürlük ve demokrasi temelli mesajların sosyal medyada yayılması bu politik hareketlerin başarısına yönelik beklentileri daha da arttırmıştır. Örneğin; Mısır Cumhurbaşkanı Hüsnü Mübarek'in istifa ettiği hafta Mısır ve diğer Arap ülkelerinde atılan Twitter mesajı sayısı bir günde 2300'den 230 bine çıkmıştır. Ayrıca Mısır protestoları ile ilgili en çok izlenen 23 videonun toplamda 6 milyon kez görüntülediği saptanmıştır.

Siyasal partilerin öncelikli amacı seçmene ulaşarak kendini ifade edebilmek, meşruiyeti konusunda seçmeni ikna ederek oyunu kazanmak ve iktidara gelmektir. Bu bağlamda kişilerin gün geçtikçe daha fazla zaman geçirdikleri sosyal ağlar, siyasal oluşumlar açısından seçmene ulaşabilme yolunda son derece önemli konuma gelmiştir. Özellikle genç seçmen kitleleri arasında yoğun olarak kullanılan sosyal ağlar, son yıllarda siyasal oluşumlar tarafından kolay, ucuz ve etkili bir propaganda aracı olarak kullanılmaktadır. Sosyal medya olgusunun siyaset kurumu üzerindeki etkisinin irdelendiği bu çalışma üç ana başlık altında oluşturulmuştur.⁹¹

6.6.2. Türkiye'de Sosyal Medyanın Siyasal İletişim Aracı Olarak Kullanımı

Tüm dünyada olduğu gibi ülkemizde de sosyal medyanın gücü siyasiler tarafından fark edilmiştir. Sosyal medya, seçmen kitesine kolay ve hızlı ulaşım, birebir ve içten iletişim imkanı sunmakta, doğru bilgilerin anında verilebilmesi ve söylentilerin önüne geçilebilmesini sağlamakta, görsel iletişim imkanları ile daha etkili mesajların seçmenlere iletilmesini sağlamakta ve tüm bu yönleri ile siyasiler için vazgeçilemez bir iletişim aracı olmaktadır. Sosyal medyanın gücünün farkına varan ana akım ve diğer küçük siyasi oluşumlar, bu nimetten faydalanmak için siyasal iletişim kampanyalarına sosyal medyayı da dahil etmektedirler.

Türkiye'de iktidar partisi Ak Parti başta olmak üzere sosyal medyayı etkin kullanan partiler bulunmaktadır.. Ak Parti Genel Başkanı ve Başbakan Recep Tayyip Erdoğan adına açılmış Facebook ve Twitter hesaplarında güncel siyasi paylaşımlar, olaylar üzerine düşünceler ve Başbakan'ın resmi görüşmelerine ve ziyaretlerine ait

⁹¹<http://ersinbayraktar.blogspot.com.tr/2013/04/sosyal-medya-ve-siyasal-iletisim.html> 31.03.2013

fotoğraflar paylaşılmaktadır. Yine Ak Parti adına açılmış olan Youtube hesabında parti ile ilgili çeşitli video paylaşımları yapılmaktadır.

Recep Tayyip Erdoğan adına açılmış Twitter hesabında takipçi sayısı 2017 yılı Nisan ayı itibarıyla 12 milyon'u aşkın, Facebook hesabında ise 9 milyona yakın sayfa beğenisi ve takipçisi bulunmaktadır. Aynı zamanda Adalet ve Kalkınma Partisi'nin Twitter hesabındaki takipçi sayısı 1 milyon 280 bin dolaylarında iken Facebook'ta ki beğeni sayısı ise 3 milyonun üzerindedir. Ana Muhalefet Partisi Cumhuriyet Halk Partisi Genel Başkanı Kemal Kılıçdaroğlu'nun 2017 Nisan ayı itibarıyla Twitter'daki takipçi sayısı 6 milyonun üzerinde iken Facebook sayfasındaki beğeni sayısı 2 milyona yaklaşmıştır. CHP'nin resmi Twitter hesabının takipçi sayısı 2017 Nisan ayı itibarıyla 600 bin civarında iken resmi Facebook sayfası beğeni sayısı ise 1 buçuk milyona yaklaşmıştır.

CHP Genel Başkanı Kemal Kılıçdaroğlu adına açılmış bir Twitter hesabı, birinde yalnızca kendi paylaşımlarının yaymlandığı ve diğerinde takipçilerinin mesajlarının yaymlandığı iki Facebook hesabı ve video paylaşımlarının yapıldığı bir Youtube hesabı bulunmaktadır. Facebook sayfalarında resmi bir üslup ile paylaşımlar yapılırken Twitter hesabında Kemal Kılıçdaroğlu'nun birincil ağızdan paylaşımları yapılmaktadır. Kemal Kılıçdaroğlu Twitter hesabında güncel konulara dair düşüncelerini paylaşmakta, seçmenlerine vaatlerde bulunmakta ve bazen de siyasetle ilgisi olmayan günlük yaşama yönelik paylaşımlarda bulunmaktadır.

Muhalefet partisi olan Milliyetçi Hareket Partisi Genel Başkanı Devlet Bahçeli resmi Twitter hesabında genellikle güncel siyasi olaylara yönelik düşüncelerini günbegün paylaşmaktadır. MHP Son 2 yıl içerisinde Twitter ve Facebook'a önem vermiş hem partinin hem de genel başkanın takipçi sayısı artmıştır. Parti Lideri Devlet Bahçeli'nin facebook beğeni sayısı 245.490 olup Twitter'da ki takipçi sayısı ise 4 milyon civarındadır.

Milliyetçi Hareket Partisinin 2017 yılı Mayıs ayı itibarıyla Facebook beğeni sayısı 2 milyon civarında iken kullanmış olduğu resmi Twitter hesabı @MHP_Bilgi'nin takipçi sayısı 1 milyon civarındadır. Partinin instagram paylaşımlarını çok fazla önemsemediği görülmüştür. Takipçi sayısı 290 bin civarında

olup sayıya göre paylaşım sayısının oldukça az olduğu tespit edilmiştir. Instagramdaki paylaşım sayısı 1800 gönderi civarındadır.

6.6.3. Sosyal Medyada Siyasal İletişim Nasıl Olmalıdır?

Sosyal medya profesyonelce yönetilmesi gereken bir mecradır. Doğru kullanıldığı takdirde birçok avantajı yanında getiren sosyal ağların yanlış kullanımı büyük ve öngörülemeyen krizlere yol açabilir. Üstelik bu kriz tahmin edilemeyecek bir hızda büyüyerek önüne geçilmesi zor bir hal alabilir. Siyasal oluşumların ve liderlerin sosyal medyayı etkin ve doğru bir şekilde kullanmaları için bazı noktaları göz önünde bulundurmaları gerekmektedir. Öncelikle sosyal medyayı nasıl kullanmaları gerektiğine dair eğitimler almalı ve profesyonel sosyal medya yöneticileri ve siyasal iletişimcilerle birlikte hareket etmelidirler.⁹²

Geleneksel medya ile sosyal medyayı entegre etmeli, geleneksel medya ortamlarında resmi sosyal ağlarına yer vererek seçmen kitlesini bu alana yönlendirmelidir. Liderler sosyal medya kanalına aktif olarak katılmalıdır. Gerçek hayatta seçmenle bizzat kendileri yüz yüze iletişim kurdukları gibi, sosyal ağlarını da danışmanlarına emanet etmek yerine kendileri yönetmelidirler. Siyasi partinin web sitesine resmi sosyal ağlara yönlendirme linkleri konulmalıdır. Böylece birinci kanaldan sosyal ağların resmiliği ilan edilip takibi arttırılırken, diğer sahte hesapların da önüne geçilmiş olunacaktır.

Her sosyal ağın kendine özgü bir yapısı ve kullanım şekli vardır. Siyasi liderler yer aldıkları sosyal ağların bu yapılarına uygun davranmalıdırlar. Örneğin; Facebook'ta oluşturulmuş bir hayran sayfasında haber benzeri bir paylaşım ile ikinci ağızdan içeriklerin oluşturulması uygun olabilirken, Twitter'da kesinlikle birinci ağızdan mesajlar yazılmalı, yeri geldiğinde takipçiler ile iletişime geçilmeli ve sorularına cevaplar verilmelidir. Zaman zaman siyaset dışı kişisel paylaşımlar yapmak kendilerinin de insan olduklarını hatırlatmak ve seçmenleri ile siyaset dışı farklı ortak noktalar yakalayabilmek açısından oldukça önemlidir.

Sosyal medya birçok alanda olduğu gibi siyasal iletişim noktasında da gündem güne önem kazanan bir olgu olarak karşımıza çıkmaktadır. Siyasal İletişim; bir siyasal

⁹²<http://ersinbayraktar.blogspot.com.tr/2013/04/sosyal-medya-ve-siyasal-iletisim.html> 31.03.2013

görüŖ ya da organın, etkinlikte bulunduğu siyasi sistem içinde kamuoyu güvenini ve desteğini sağlamak ve dolayısı ile iktidar olabilmek için zaman ve konjonktürün gereklerine göre, reklam, propaganda ve halkla iliŖkiler tekniklerinden yararlanarak sürekli bir biçimde gerçekleŖtirdiđi tek veya çift yönlü iletiŖim çabası olarak tanımlanabilir. Siyasi partiler seçmene ulaŖabilme ve onları ikna edebilme adına büyük oranlarda zaman ve maddi kaynak harcarlar. Bu noktada sosyal medya seçmen kitlesi tarafından yoğun olarak kullanılması sebebiyle onlara ulaŖabilme noktasında siyasi oluŖumlara büyük avantaj sağlamakta ve bunun yanında hızı ve ucuzluğu ile de önemine önem katmaktadır.⁹³

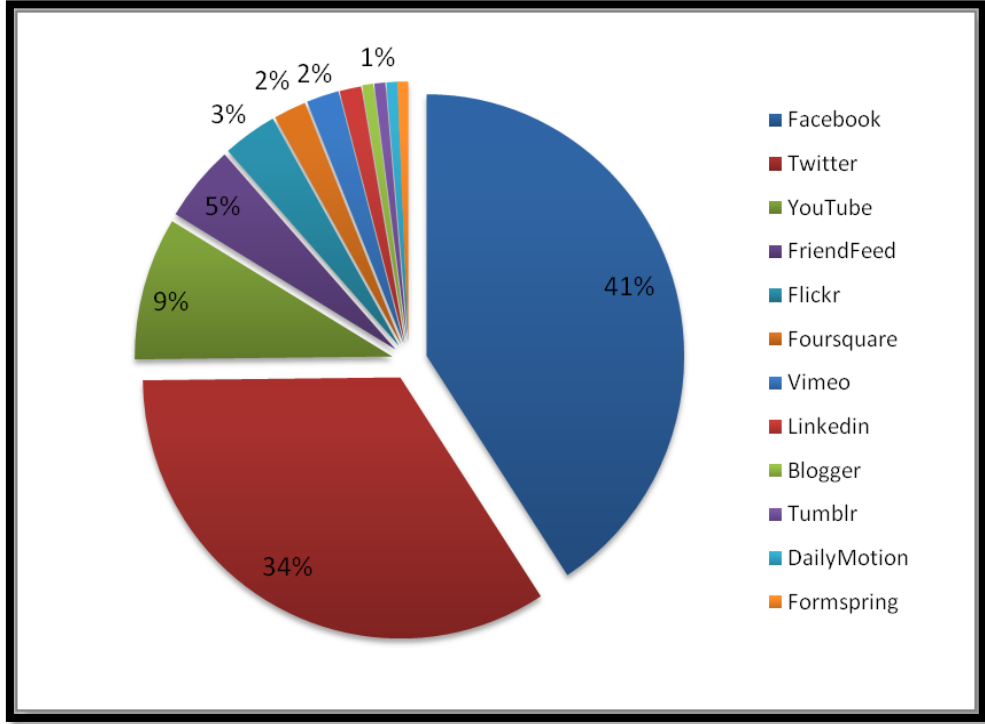
6.6.4 SOSYAL MEDYA VE SİYASAL İLETİŖİM ÖRNEKLERİ

Devlet Bahçeli'nin resmi hesabından günlük ortalama 5 paylaŖım yapılırken her tweet ortalama 2 bin 826 kez paylaŖıldı ve 1116 kez beğenildi. Yapılan paylaŖımlarda özellikle "Türk, Evet, Millet, Nisan, Avrupa, Nevruz, Türkmen, Kerkük, Barzani, Hollanda" ifadeleri ağrılık gösteriyor. Milliyetçilik temalı mesajların verildiği tweet'ler aynı zamanda ülkenin mart ayında yaŖadığı siyasi gündemi de gözler önüne seriyor. Hollanda ile yaŖanan kriz, Barzani'nin ziyareti ve Ankara'da Kürdistan Bayrağı'nın göklere çekilmesi, Kerkük'teki Türkmenlerin durumuna dair paylaŖımlar dikkat çekiyor. Bununla birlikte Bahçeli'nin referandumda hayır verilmesini savunanlara, CHP ve HDP gibi siyasi partilere karŖı da sert bir dil kullandığı görülüyor.⁹⁴

⁹³<http://ersinbayraktar.blogspot.com.tr/2013/04/sosyal-medya-ve-siyasal-iletisim.html> 31.03.2013

⁹⁴<http://cibalipostasi.com/referandum-surecinde-siyasetin-dili-ne-durumda/>

6.6.4.1. Sosyal Medya Genel Verileri



Şekil 1 Sosyal Paylaşım Sitelerinin Kullanımı⁹⁵



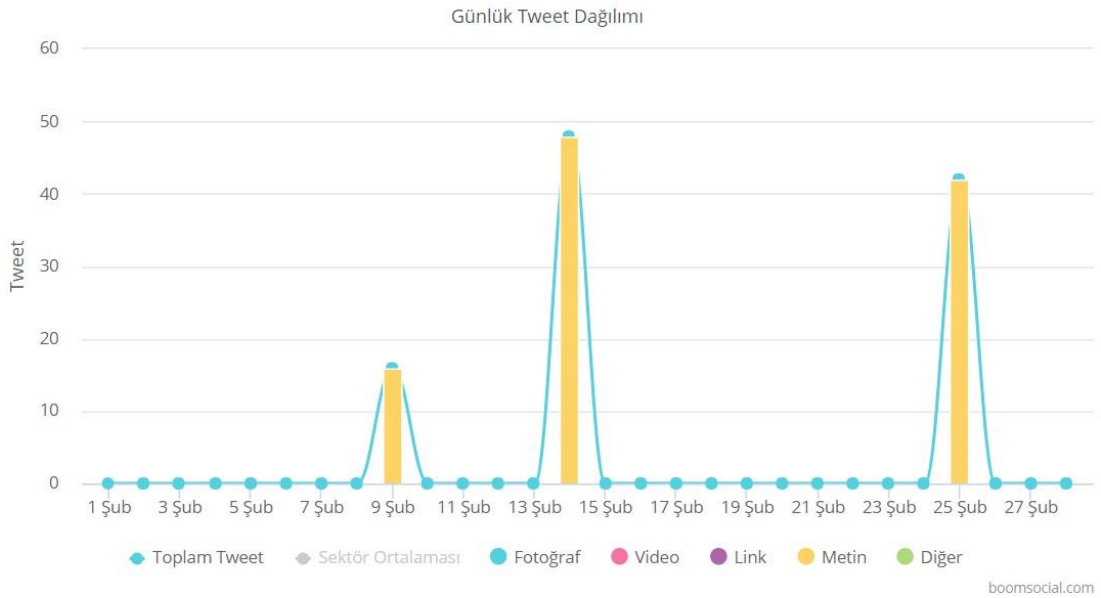
Şekil 2 Sosyal Medyayı Kullanım Amacı⁹⁶

⁹⁵<http://sometre.blogspot.com.tr/> 25.05.2013

⁹⁶<https://www.slideshare.net/VTEarastirma/sosyal-medya-kullanm-genel-profil-1>

6.6.5. Milliyetçi Hareket Partisi'nin Referandum Sürecindeki Sosyal Medya Analizleri

Araştırmamızın önemli bir parçası olarak yaptığımız söylem analizi çerçevesinde referandum sürecinde MHP Genel Başkanı Devlet Bahçeli'nin 2017 yılı Şubat ayı itibari ile twitter paylaşımlarını ve tweet kategorilerini içerik ve sayısal bakımdan incelenmiştir.



Şekil 3 2017 yılı Şubat ayı MHP Genel Başkanı Devlet Bahçeli'nin atmış olduğu tweet sayılarının dağılım grafiği ⁹⁷

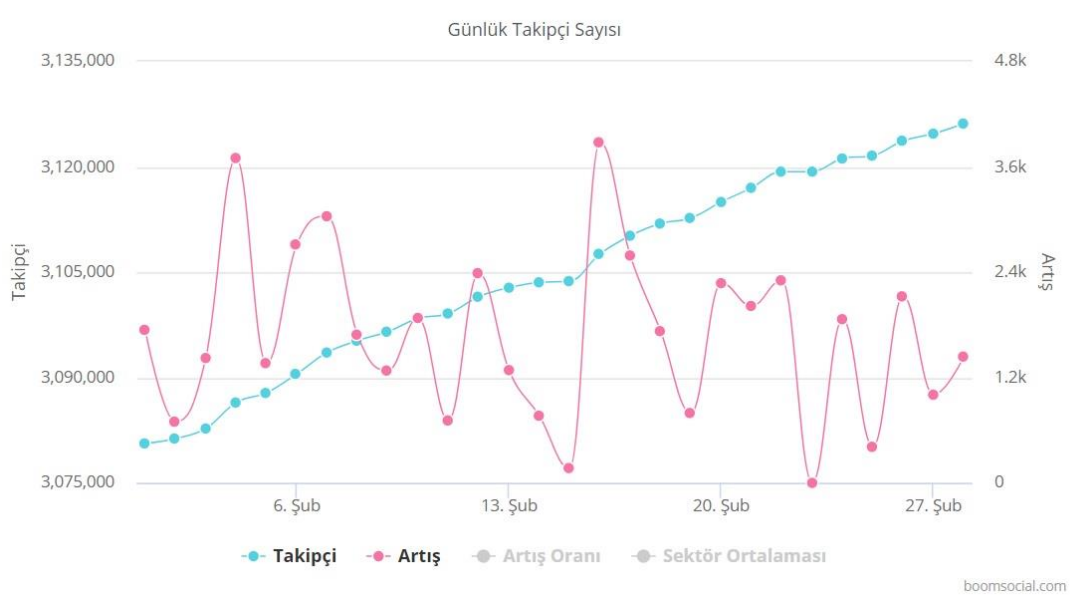
Devlet Bahçeli'nin Şubat Ayı'nda atmış olduğu tweet sayısı sırasıyla 16, 43, 42 olmakla birlikte toplam 101'dir. Tweetlerin içerik analizinin kategori bazında incelenebilmesi için Honeycut ve Herring'in (2009) çalışmasından faydalanılmıştır. Şubat ayı tweetlerinde 9 Şubat tarihinde partinin kuruluş tarihini de içeren; görüş, kutlama ve özlü sözler paylaşımının yanı sıra ikinci sırada 14 Şubat 2017 tarihli Cumhuriyet Halk Partisi'ni de hedef alan polemik/saldırı kategorisinde tweetler olmuştur. "Pensilvanya ve Kandil'e adeta türbe kurup başlarında mum yakacak kadar gözü dönenler ve bunların peşine takılanlar hükümsüz, haramdır." ⁹⁸Tweetlerin sonuna

⁹⁷<https://www.boomsocial.com> – Erişim Tarihi: 1 Mart 2017

⁹⁸ <https://twitter.com/dbdevletbahceli/status/831541984598880257> - Erişim Tarihi: 14 Şubat 2017

doğru ise takipçilere görüş, vaat ve bilgi içeren paylaşım yapıldığı görülmektedir. 25 Şubat tarihli atılan tweetler ise Türk tarihinde önemli bir olayı anma ve baş sağlığı içerirken ardından gündeme yönelik açıklamaları olmuştur. Bu açıklamalarda tweetlerinde sıkça başvurduğu gibi Yusuf Has Hacip'ten alıntı yapmış aynı zamanda kişileri bizzat hedef alarak atıfta bulunmuştur. Tweetlerini öğüt vererek ve görüş bildirerek bitirmiştir.

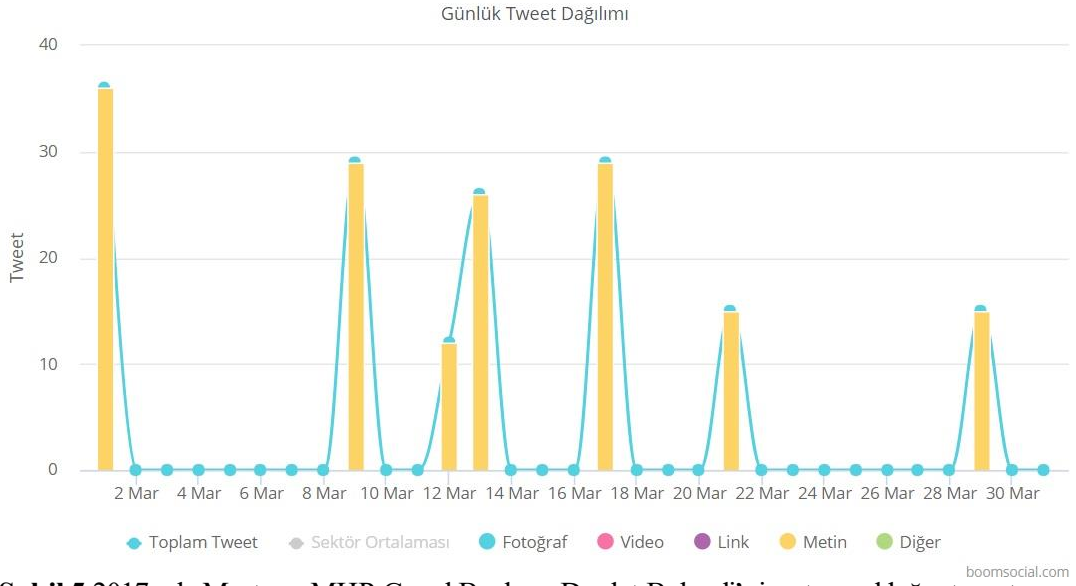
Şekil 4 2017 yılı Şubat ayı MHP Genel Başkanı Devlet Bahçeli'nin Twitter'daki takipçi



sayısı ve artış oranı grafiği⁹⁹

14 Şubat 2017 tarihli Cumhuriyet Halk Partisi'ni de hedef alan polemik/saldırı kategorisinde siyasi gündeme yönelik tweetler'den sonra takipçi sayısındaki artış oranı gözlerden kaçmamaktadır.

⁹⁹<https://www.boomsocial.com> – Erişim Tarihi: 1 Mart 2017



Şekil 5 2017 yılı Mart ayı MHP Genel Başkanı Devlet Bahçeli'nin atmış olduğu tweet sayılarının dağılım grafiği ¹⁰⁰

Devlet Bahçeli'nin Mart Ayı'nda atmış olduğu tweet sayısı sırasıyla 36,29, 12,26,29, 15, 15 olmakla birlikte toplam 162'dir. Tweetlerin içerik analizinin kategori bazında incelenebilmesi için Şubat Ayı'nda yapıldığı gibi Honeycut ve Herring'in (2009) çalışmasından faydalanılmıştır. 1 Mart tarihinde Türkiye gündeminin yoğun olması sebebiyle kişileri hatta Başbakan'ı ilgilendiren atıflarda bulunmuştur.

"Eğer Barzani, bize tercih ediliyorsa, ki bu da bir tercihtir, asıl bunu iyi niyetle yorumlayamam, samimiyetle okuyamam."¹⁰¹

"Sayın Başbakan'a millilik övgüleri yaparken, mahcup olacağımız, yüzümüzü kara çıkaracak misal ve eylemlerle karşılaşmaktan üzülmüyoruz."¹⁰²

"Güzele güzel diyoruz naz ediyor; çirkine güzel diyoruz haz ediyor. Nasıl iştir, anlamak, anlam vermek mümkün değil?"¹⁰³

"Barzani'nin bez paçavrası daha önce de asılmış! İyi ya o zamanda aynı şiddetli ve tavizsiz tepkiyi göstermedik mi? Uyuşup karanlığa mı uyalm?"¹⁰⁴

Aynı zamanda görüş bildirirken sıkça yaptığı gibi Yusuf Has Hacıp'ten özlü söz de paylaşmıştır. Parti'nin değer yargılarını bir kez daha vurgulamış Anayasa referandumu

¹⁰⁰ <https://www.boomsocial.com> – Erişim Tarihi: 2 Nisan 2017

¹⁰¹ <https://twitter.com/dbdevletbahceli/status/836967588307611648> - Erişim Tarihi: 1 Mart 2017

¹⁰² <https://twitter.com/dbdevletbahceli/status/836967732071514114> - Erişim Tarihi: 1 Mart 2017

¹⁰³ <https://twitter.com/dbdevletbahceli/status/836967823226339329> - Erişim Tarihi: 1 Mart 2017

¹⁰⁴ <https://twitter.com/dbdevletbahceli/status/836968178907512832> - Erişim Tarihi: 1 Mart 2017

değişikliği sürecinde iktidar partisi Adalet ve Kalkınma Partisi ile aynı görüşte birliklik olsa bile bu tweetlerde hassas olunan konularda uyarı yapılması bakımından önem taşımaktadır.

“Sayın Başbakan, talihsiz şekilde,“bugünlerde bir bayrak hikayesidir gidiyor” dedi. Bilmelidir ki, bayrak hikaye değildir, haya ve hakikattir.”¹⁰⁵ Bu ve buna benzer “bayrak ve namus” temalı tweetler referandum süresi boyunca anayasanın ilk 4 maddesi konusunda parti ve parti ileri gelenlerinin sıkça vurguladığı gerek ulusal basın gerekse sosyal medya da sıkça dile getirdiği argüman ve referandum sürecinin dikkat çeken konusu olmuştur.

9 Mart tarihindeki tweetler ise adeta uyarı niteliği taşımaktadır. Aynı şekilde Yusuf Has Hacıp’in özlü sözüne başvurulmuş, öğüt verilmiştir. “Ülkücü” terimi kullanılarak hedef kitleye direk mesajlar verilmiş; dolaylı mesaj verilen hedef kitleye ise atıfta bulunulmuştur. Aynı zamanda YGS’ye girecek öğrencilere başarılar dilenmiştir.

12 Mart tarihinde İstiklal Marşı’nın kabulünü kutlama maksadıyla tweet atılmıştır. 13 Mart tarihinde atılan tweetler ise ülke gündemine aynı zamanda referandum süreci ile ilgili halkı bilgilendirme niteliğindedir. “On sekiz maddeden oluşan Türkiye Cumhuriyeti Anayasasında Değişiklik Yapılmasına Dair Kanun Teklifinin TBMM’de kabulü 21 Ocak 2017’dir.”

“Cumhurbaşkanlığı Hükümet Sistemi’nin omurgasını teşkil eden anayasa değişikliğinin oylanacağı referandum tarihi de 16 Nisan 2017’dir.” “Değişen, değişecek olan rejim olmayıp hükümet sistemidir. Yeni sistem inşasının demokratik yollarla sağlanacak olması da büyük kazançtır.”¹⁰⁶

17 Mart tarihinde ise sıkça özlü sözlere yer vermiş olup, Yusuf Has Hacıp’ten 3 kere bahsetmiştir. Ülke gündeminde yerini alan Hollanda meselesinden bahsetmiş aynı şekilde özlü sözler kategorisinde Bernard Shaw’dan örnek vermiştir. “Bernard Shaw diyor ki, nefret, yüreksizlerin korkutuldukları zaman duydukları bir oç alma halidir. Hollanda yüreksizliğe, nefrete yenildi.”¹⁰⁷

¹⁰⁵ <https://twitter.com/dbdevletbahceli/status/836966379488227330> - Erişim Tarihi: 1 Mart 2017.

¹⁰⁶ <https://twitter.com/dbdevletbahceli/status/841285330712088576> - Erişim Tarihi: 13 Mart 2017.

¹⁰⁷ <https://twitter.com/dbdevletbahceli/status/842775759215321088> - Erişim Tarihi: 17 Mart 2017.

21 Mart tarihinde nevrüz bayramını tebrik etmiş aynı zamanda “Türk’ün Bayramı” diye atfedilen nevrüzü 16 Nisan referandum tarihine konu itibariyle yönlendirmiştir. “Nevruz’un varlığı için 16 Nisan’a evet diyoruz. Kardeşçe yaşamak, milli kaynaşma irademizin devamını sağlamak adına evette ısrar ediyoruz.”¹⁰⁸

29 Mart’ta ülke ve dünya gündemini ilgilendiren Kerkük sorunlarından bahseilmiştir. Şubat ayına göre referanduma yaklaştıkça daha yoğun ve tartışmaya açık tweetler atıldığı gözlenmiştir.

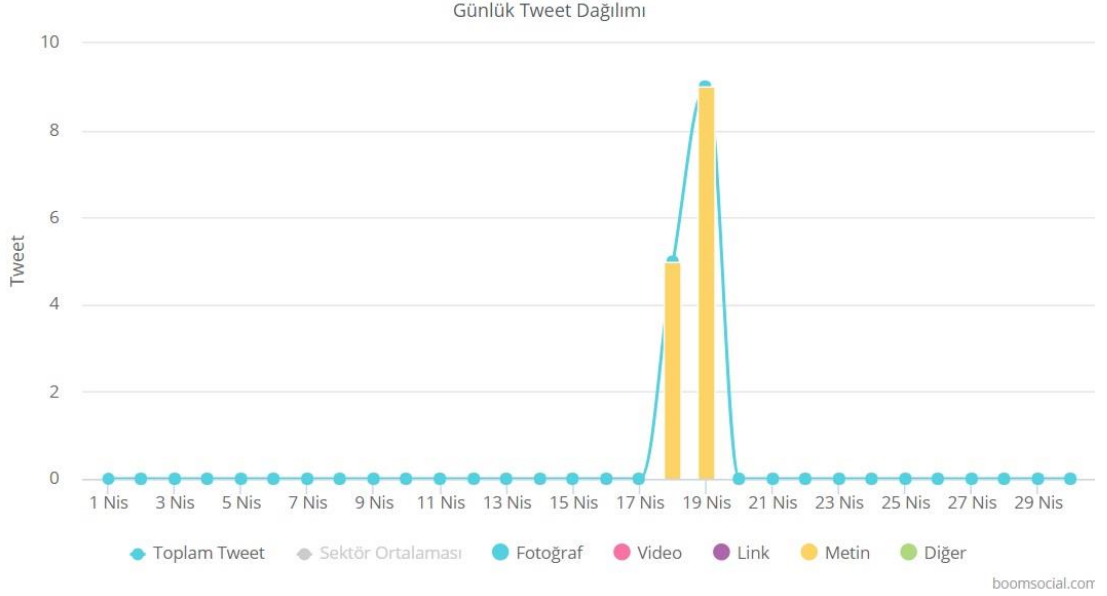


Şekil 6 2017 yılı Mart ayı MHP Genel Başkanı Devlet Bahçeli'nin Twitter'daki takipçi sayısı ve artış oranı grafiği ¹⁰⁹

Devlet Bahçeli'nin atmış olduğu tweetlerde bayrak, haya ve hakikat temalı sözler dikkat çekmiş twitterda takipçi oranı diğer günlere oranla ciddi bir rakamla yükselmiştir.

¹⁰⁸ <https://twitter.com/dbdevletbahceli/status/844221258967515140> - Erişim Tarihi:21 Mart 2017.

¹⁰⁹ <https://www.boomsocial.com> – Erişim Tarihi: 2 Nisan 2017



Şekil 7 2017 yılı Nisan ayı MHP Genel Başkanı Devlet Bahçeli'nin atmış olduğu tweet sayılarının dağılım grafiği ¹¹⁰

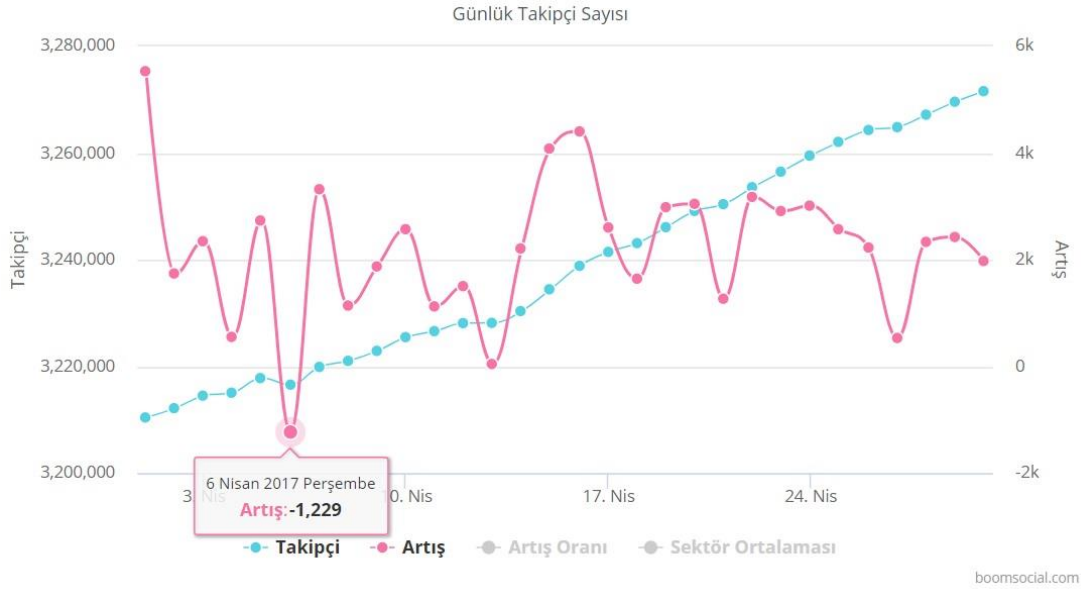
18 Nisan tarihinde atılan tweetler başsağlığı kategorisindedir. 19 Nisan'da ise referandumun iptali için Anayasa Mahkemesi'ne yapılan başvuruların YSK tarafından iptali hakkında ülke gündemine ilişkin tweetler atmış aynı zamanda özlü sözlere sıkça başvurmuştur. “Meşhur bir atasözümüzdür: “Yenilen pehlivan güreşe doymaz.” Benim sözümdür: “Yese de doymayan, işe de dolmayan pehlivan olmaz.” “16 Nisan halkoylamasını lekelemek isteyenler son şans ve kozlarını YSK’da denediler. Amma velakin bacadan girmek isterlerken kapıdan döndüler.”¹¹¹ Aynı zamanda “Hayır” safhında olanlara karşı Türk Halkının kendilerinden yana olduğunu boşa çaba sarf edilmemesi gerektiğini dolayısıyla da direk hedef kitleye hitap ederek algıya yönelik açıklamalarda bulunmuştur. 16 Nisan anayasa referandumu tarihine çok az kalmasına rağmen Nisan ayında atılan tweet sayısı çok az olmakla birlikte saha ve medya çalışmalarına ağırlık verilmiş; Türkiye çapında 9 ilde miting yapılacağını duyurusu 1 Mart tarihinde parti Genel Başkan Yardımcısı Prof. Dr. Edip Semih Yalçın tarafından yapılmıştır. ¹¹²

¹¹⁰ <https://www.boomsocial.com> – Erişim Tarihi: 3 Mayıs 2017

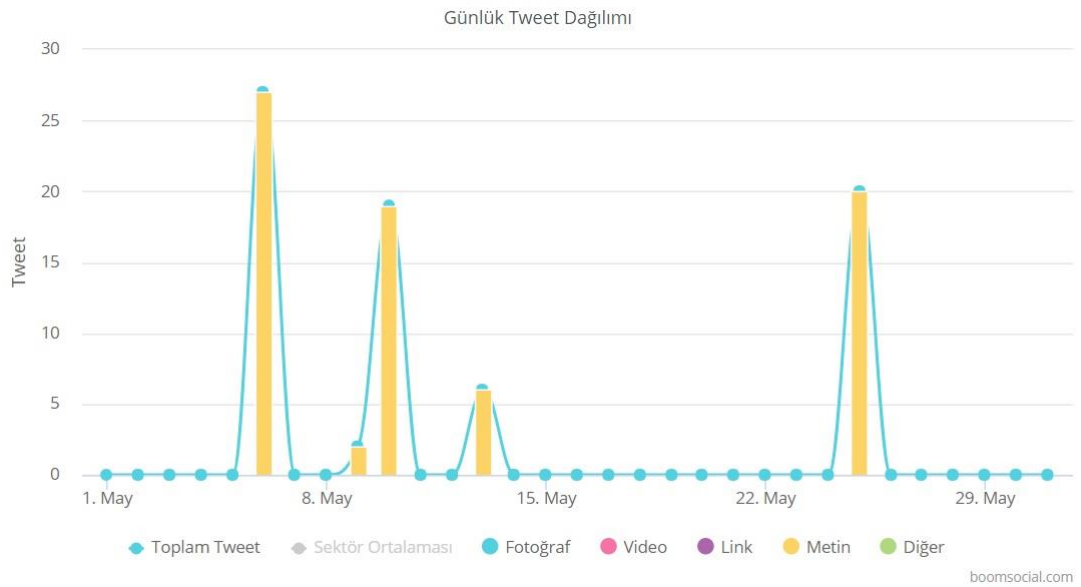
¹¹¹ <https://twitter.com/dbdevletbahceli/status/854731037426974720> - Erişim Tarihi: 19 Nisan 2017.

¹¹² <http://aa.com.tr/tr/politika/mhp-9-ilde-miting-yapacak-/761762> - Erişim Tarihi: 1 Mart 2017.

Devlet Bahçeli'nin Nisan Ayında atmış olduğu tweet sayısı sırasıyla 5 ve 9 olmakla birlikte toplam 14'tür.



Şekil 8 2017 yılı Nisan ayı MHP Genel Başkanı Devlet Bahçeli'nin Twitter'daki takipçi sayısı ve artış oranı grafiği ¹¹³



Şekil 9 2017 yılı Mayıs ayı MHP Genel Başkanı Devlet Bahçeli'nin atmış olduğu tweet sayılarının dağılım grafiği¹¹⁴

¹¹³ <https://www.boomsocial.com> – Erişim Tarihi: 3 Mayıs 2017

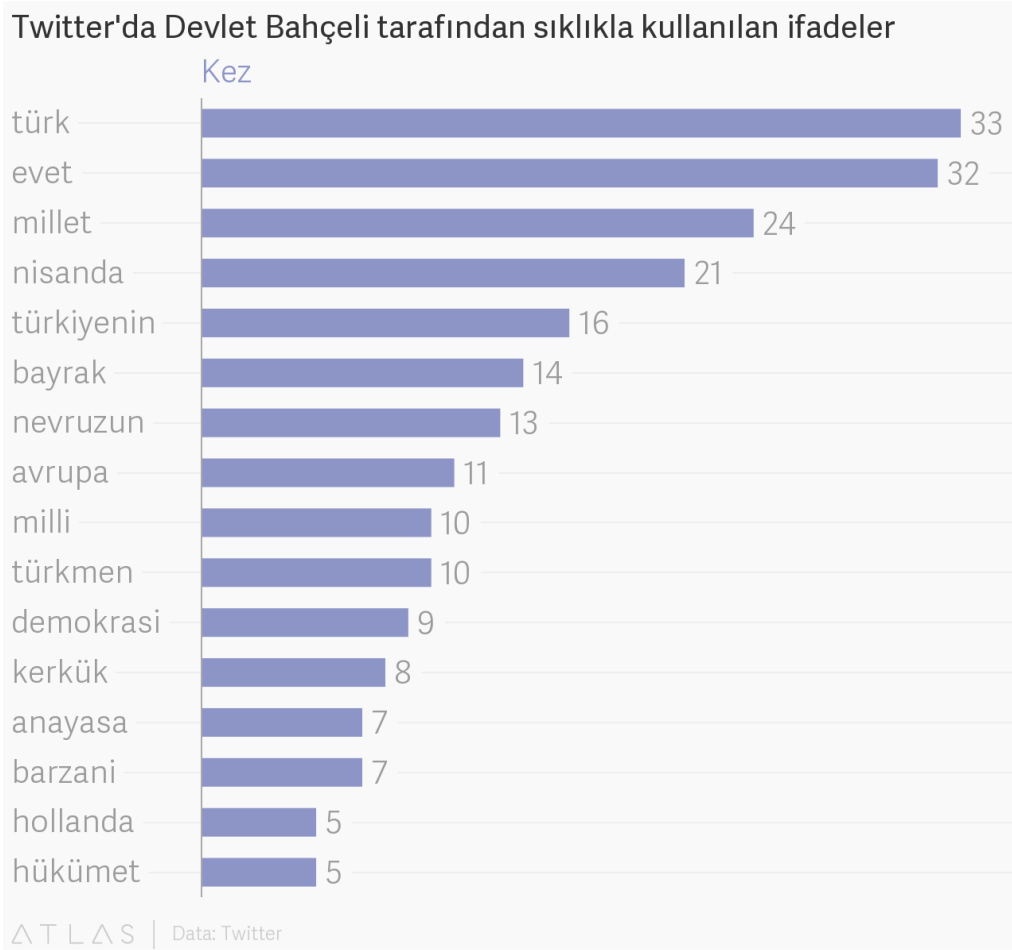
¹¹⁴ <https://www.boomsocial.com> – Erişim Tarihi 4 Haziran 2017

6 Mayıs 2017 tarihinde atılan tweetler, uyarıcı niteliktedir. Hayır propagandası yapan kesime yöneliktir. Toplam 14 tweet atılmıştır. 9 Mayıs 2017 tarihinde de ses sanatçısı İbrahim Erkal'ın vefatı üzerine tweet atmıştır. Tweetleri baş sağlığı niteliğindedir. 10 Mayıs 2017 tarihinde de Hürriyet Gazetesi köşe yazarı Taha Akyol'a sert sözlerde bulunmuş, yazarı sarf etmiş olduğu bazı cümlelerden dolayı çok ciddi bir şekilde uyarılmıştır. 13 Mayıs 2017 tarihinde tweet atan parti genel başkanı anneler günü dolayısıyla tüm annelerin anneler gününü tebrik etmiştir. 25 Mayıs 2017 tarihinde MHP Genel Başkanı Devlet Bahçeli, grup toplantısında yaptığı FETÖ'nün siyasi ayağına yönelik açıklamalarına tepki gösteren Cumhurbaşkanı Erdoğan'a ve tartışmalara Twitter üzerinden yanıt vermiştir. 2017 Mayıs ayı boyunca toplam 70 adet tweet atılmıştır. Bunların bir çoğu bir takım suçlamalara ya da açıklamalara cevap niteliğindedir.



Şekil 10 2017 yılı Mayıs ayı MHP Genel Başkanı Devlet Bahçeli'nin Twitter'daki takipçi sayısı ve artış oranı grafiği ¹¹⁵

¹¹⁵ <https://www.boomsocial.com> – Erişim Tarihi 4 Haziran 2017



Şekil

11 Milliyetçi Hareket Partisi Genel Başkanı Devlet Bahçeli'nin Twitter'da sıkça kullanmış olduğu kelimelerin analizi ¹¹⁶

Anayasa Referandumu değişikliği süresi boyunca Facebook ve Twitter başta olmak üzere partinin resmi hesaplarında bir çok görsel paylaşılmıştır. Bu görsellerinin hemen hemen hepsi parti genel başkanın sözlerinden derlenmiştir.

¹¹⁶ <http://www.verigazeteciligi.com/referandum-surecinde-siyasetin-dili-ne-durumda-sadettin-demirel/>
- Erişim Tarihi: 2 Mayıs 2017.



Şekil 12 Milliyetçi Hareket Partisi ve 2017 Anayasa Değişikliği Kitapçığı 2.sayfa görseli ve Facebook Paylaşımı Görseli¹¹⁷



¹¹⁷ Milliyetçi Hareket Partisi ve 2017 Anayasa Değişikliği Kitapçığı 2. sayfa

Şekil 13 Milliyetçi Hareket Partisi ve 2017 Anayasa Değişikliği Kitapçığı 10. sayfa görseli ve Facebook Paylaşımı Görseli¹¹⁸

Referandum süresi boyunca parti kurucu lideri Alparslan Türkeş'in fotoğrafı hem sosyal medyada hem de parti kitapçıklarında yer almıştır. Zaman zaman başkanlık yönetim seçimini destekleyen eski videolardaki konuşmalarına da yer verilmiştir.



Şekil 14 Milliyetçi Hareket Partisi ve 2017 Anayasa Değişikliği Kitapçığı 31. sayfa görseli ve Facebook Paylaşımı Görseli¹¹⁹

MHP Genel Başkanı Devlet Bahçeli anayasa referandumunu değişikliğine evet denilmesinin sebebinin Türkiye Cumhuriyeti'nin ilelebet yaşaması gerektiği olduğunu sıkça konuşmalarında ifade etmiştir.

¹¹⁸ Milliyetçi Hareket Partisi ve 2017 Anayasa Değişikliği Kitapçığı 10. Sayfa https://www.mhp.org.tr/htmldocs/medya/mhp_yayinlari/mhp_yayinlar.html

¹¹⁹ Milliyetçi Hareket Partisi ve 2017 Anayasa Değişikliği Kitapçığı 5. Sayfa https://www.mhp.org.tr/htmldocs/medya/mhp_yayinlari/mhp_yayinlar.html



Şekil 15 Milliyetçi Hareket Partisi ve 2017 18 Ekim 2016 Facebook Görsele¹²⁰

Parti Lideri, referandum sürecinde CHP'yi birkaç kez evet demeye davet etmiş, yapmış oldukları açıklamalar yüzünden de özlü sözlerle sık sık eleştirmiştir.



Şekil 16 Milliyetçi Hareket Partisi ve 2017 31 Ocak 2017 Facebook Görsele¹²¹

¹²⁰ <https://www.facebook.com/milliyetcihareketpartisi/>

¹²¹ <https://www.facebook.com/milliyetcihareketpartisi/>



Şekil 17 Milliyetçi Hareket Partisi ve 2017 13 Şubat 2017 Facebook Görseli¹²²



123

Şekil 18 Milliyetçi Hareket Partisi ve 2017 22 Şubat 2017 Facebook Görseli¹²⁴

Parti Liderinin konuşmalarından yola çıkılarak hazırlanan Facebook görsellerinden hayır oyu kullanacak vatandaşların da saygıyı hak ettiği, herkesin özgür iradesine saygı duyulması gerektiği sıkça ifade edilmiştir. Ancak amaçların öneme sık sık dikkat çekilmiş, kişilerin kendini bir kez daha sorgulaması gerektiği ifade edilmiştir.

¹²² <https://www.facebook.com/milliyetcihareketpartisi/>

¹²³ <https://www.facebook.com/milliyetcihareketpartisi/>

¹²⁴ <https://www.facebook.com/milliyetcihareketpartisi/>



Şekil 19 Milliyetçi Hareket Partisi ve 2017 25 Şubat 2017 Facebook Görself¹²⁵



Şekil 20 Milliyetçi Hareket Partisi ve 2017 8 Mart 2017 Facebook Görself¹²⁶

Parti tabanından gelen olumlu ya da olumsuz tepkilere karşı genel olarak tek bir cevap çerçevesinde birleşmek için tabana yönelik referanduma az bir zaman kala “ülküçüler de evet diyor” şeklinde yönlendirici paylaşımlar yapılmaya başlanmıştır.

¹²⁵ <https://www.facebook.com/milliyetcihareketpartisi/>

¹²⁶ <https://www.facebook.com/milliyetcihareketpartisi/>



Şekil 21 Milliyetçi Hareket Partisi ve 2017 8 Mart 2017 Facebook Görsele¹²⁷



Şekil 22 Milliyetçi Hareket Partisi ve 2017 9 Nisan 2017 Facebook Görsele¹²⁸

Daha önceki seçim kampanyalarında kullanılan mühür işareti simgesinin yerine pusulada kararı etkiler nitelikte ülkücüler de evet diyor şeklinde yönlendirici sosyal medya paylaşımları yapılmaya başlanmıştır.

¹²⁷ <https://www.facebook.com/milliyetcihareketpartisi/>

¹²⁸ <https://www.facebook.com/milliyetcihareketpartisi/>



Şekil 23 Milliyetçi Hareket Partisi ve 2017 13 Nisan 2017 tarihli Facebook

Görsele¹²⁹



Şekil 24 Milliyetçi Hareket Partisi ve 2017 14 Nisan 2017 Facebook Görsele¹³⁰

Parti Lideri Devlet Bahçeli Anayasa Referandumu süresi boyunca yalnızca 2 televizyonuna canlı yayın konuğu olarak katılmıştır. Bu programlara katılacağıının duyurusu partinin Facebook, Twitter, Instagram sosyal medya hesaplarından yapılmış, sunucuların paylaşımları rtweet edilmiştir.

¹²⁹ <https://www.facebook.com/milliyetcihareketpartisi/>

¹³⁰ <https://www.facebook.com/milliyetcihareketpartisi/>



Şekil 25 Milliyetçi Hareket Partisi ve 2017 14 Nisan 2017 Facebook Görseli ¹³¹



Şekil 26 Milliyetçi Hareket Partisi ve 2017 15 Nisan 2017 Facebook Görseli ¹³²

Parti Genel Başkanı'nın dilinden "evet" vurgusu seçim öncesi son bir kez yapılmış; aynı parti söylemleri ile nedenlerinin altı çizilmiştir. Ardından seçim sonucunu açıklar nitelikte, sonucun durumundan memnuniyeti belirtir nitelikte betimleme ile cevap verilmiş sosyal medyadan kamuoyuna sunulmuştur.

¹³¹ <https://www.facebook.com/milliyetcihareketpartisi/>

¹³² <https://www.facebook.com/milliyetcihareketpartisi/>



Şekil 27 Milliyetçi Hareket Partisi ve 2017 18 Nisan 2017 Facebook Görsele¹³³



Şekil 28 Milliyetçi Hareket Partisi ve 2017 18 Nisan 2017 Facebook Görsele¹³⁴

Seçim sonrası Parti Genel Başkanı parti tabanına ve seçmene özellikle de ülkücü camiaya teşekkürlerini sosyal medya aracılığı ile duyurmuştur.

¹³³ <https://www.facebook.com/milliyetcihareketpartisi/>

¹³⁴ <https://www.facebook.com/milliyetcihareketpartisi/>

7. ARAŞTIRMANIN AMACI

Bu araştırmada ilk olarak Milliyetçi Hareket Partisi'nin anayasa referandumu süresi boyunca sosyal medyada kullanmış olduğu iletişim dilinin incelenmesi hedeflenmiş bu amaç doğrultusunda partinin kullanmış olduğu sosyal medya mecralarında nasıl bir strateji izlediği anlaşılmaya çalışılmıştır.

Sosyal medya verileri incelerken, geleneksel medya ile bir bütün içerisinde ele alındığı gözlemlenmiş bu alanda olan birliktelik çerçevesinde partinin geleneksel medya yöntemlerindeki çalışmalarına da değinilmiştir. Her bir mecraanın ayrı ele alınması gerekirken gerek iletişim dilinin gerekse görsellerin değişkenlik göstermediği dolayısıyla farklı kullanıcı kitlesine sahip bu mecralarda anlam kargaşasına sebebiyet verebileceğini analiz etmek adına çalışmanın sonucu hedeflenmiştir.

Hedef kitesine seslenen siyasi partinin fikir ve kavramsal konuları ileti kapsamında anlaşılır bir yöntemle kaynağa iletilmesi gerekirken, değişkenlik gösteren iletişim kanallarının kullanım ve hedef kitle özelliği farklı olmasına rağmen aynı yöntemle iletmeye çalışıldığı dolayısıyla tam olarak iletilerin anlaşılmadığı gözlemlenmiştir.

Araştırma planlanırken, söylem ve etnografik analiz yöntemlerine başvurulmuş gerek dijitalde gerekse geleneksel medyada incelenmesi gereken detaylar incelenmiştir.

Araştırma planlanırken, konuya dair temel kavramlar en başından itibaren araştırılmış tüm etken faktörlerin birbiri ile bağlantılı olduğu, dolayısıyla tek başına kavram kargaşasına sebebiyet vermemesi adına incelenemeyeceği tespit edilmiştir.

Siyasal iletişim kampanyalarında, mecraların bir bütün olarak ele alınması gerekirken ince bir ayrımı ile farklı iletişim dillerine sahip olması gerektiği göz ardı edilmektedir. Bu çalışmamızın amacı MHP'nin iletişim dili stratejini araştırırken dijitalde siyasal iletişim kampanyalarını yürütme şeklinin mecra bazında incelenmesi hedeflenmiştir.

7.1.ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

7.1.2. Sosyal Medyada İletişim Dili Çözümleme Yöntemi Olarak Söylem Analizi

Sosyal bilimlerde hakim olan yaklaşımları başlıca pozitivism, fenomenolojik yaklaşım ve eleştirel okuldur. İki siyasi liderin kendi partilerinin ülke çapında örgütlenme unsuru olan teşkilatlarına yaptıkları konuşmaları inceleyen bu çalışmada, fenomenolojik (yorumlayıcı) yaklaşım esas olarak benimsenmiştir.

Fenomenolojik yaklaşımın kurucusu olan Ord. Edmund Husserl fenomenolojik yaklaşımı deklare ettiği beş makalesini 1907 yılında yayınladı; eserlerinde bu yaklaşımı nitelerken “bilmenin özvarlığa kattığı tatmin”¹³⁵den yola çıkmaktadır ve “bilginin eleştirilmesi/araştırılması”¹³⁶ kavramıyla da bilinenlerin ne derece doğru olduğunun anlaşılabilmesi için görünenin arkasına bakmayı önermektedir. Fenomenolojik yaklaşım öncesinde yapılmış bu tarz çalışmaları “doğrudan hislerle”¹³⁷ yapılmış çalışmalar olarak niteleyen Husserl, aynı zamanda sosyal bilimlerde “çalışmanın sonunda neye ulaşıldığı”¹³⁸ sorusuna da net bir yanıt veremeyecek bir yaklaşım ortaya koyduğunu belirtirken; “her çalışmanın sonunda daha yolun başında olan bir öğrenciyim”¹³⁹ demiştir.

“Fenomenolojinin içe bakış yöntemini kullanıyor olmasının nedeni, bir başka kişinin ne deneyimlediğini gerçekten bilebilmemizin tek yolunun, onu kendimiz için deneyimlememiz olmasıdır.”¹⁴⁰

“Deneyimlerin betimlenmesiyle yorumlar öylesine iç içe geçmiştir ki, bunlar sıklıkla tek bir şey haline gelirler. Deneyimi anlatmak için yorum özsevidir, keza deneyim yorumu içerir.”¹⁴¹

¹³⁵ Edmund Husserl, çev: Lee Hardy, **The Idea of Phenomenology**, Kluwer Academic Publishers: Dordrecht Hollanda, 1999, s 1 – 4

¹³⁶ Husserl, çev: Lee Hardy, a.g.e., s 1 - 4

¹³⁷ Husserl, çev: Lee Hardy, a.g.e., s 1 - 4

¹³⁸ Husserl, çev: Lee Hardy, a.g.e., s 1 - 4

¹³⁹ Husserl, çev: Lee Hardy, a.g.e., s 1 – 4

¹⁴⁰ Mutlu, a.g.e., s 107

¹⁴¹ 187 Mutlu, a.g.e., s 107 - 108

“Yorumlayıcı yaklaşımın özelliği, insanların olguları yaşadıkları şekilde açıklama yaklaşımını benimsemesidir. Pozitivist yaklaşımlardan farkı, sosyal olayları fen bilimcilerin yaklaşımı ile izah etmenin geçerliliğini reddetmesidir. Sosyal olaylar/olgular yaşandıkları şekilde incelenmeli ve açıklanmalıdır. Bu yaklaşımın temelinde insan davranışını anlamak için onu yorumlamak ve aynı zamanda yorumların tamamen objektif olmayacağı gerçeğini kabul etmek gereği yatmaktadır.”¹⁴²

“Yorumlayıcı yaklaşım, deneklerin sosyal olguya atfettikleri anlamlara odaklanmayı tercih eder. Böylece araştırmacı ‘ne, niçin oluyor?’ sorusuna cevap bulmaya çalışır.”¹⁴³

Bu çalışmada incelenen sosyal medya içeriklerinin en önemli özelliği, 2017 anayasa değişikliği referandumu sürecinde MHP’nin ve genel başkan konumlarında olan inceleme konusu olan kişilerin; aynı zamanda toplum nazarında güçlü birer siyasi figür, önemli birer lider olmalarıdır.

Türkiye Cumhuriyeti tarihini etkileyen büyük referandum kararı ortamında kullanılan söylemlerin ve sosyal medya argümanlarının hedef kitlesine ne şekilde iletildiği, halkın nasıl algıladığı ve iktidar partisine bulunan atıflar ele alınacaktır.

Sosyal medya platformu yeni dünya düzeninde; siyasi partilerin aktif olarak rol aldığı ve hedef kitleye direk direk ulaşılabilen; geleceğe dair “lider”in net mesajlar verdiği platform olması sebebiyle büyük önem taşımaktadır.

“Yorumlayıcı yaklaşımın bir diğer özelliği de izah yaparken olgunun gerçekleştiği ortamı, çevreyi dikkate almasıdır.”¹⁴⁴

Tezimizdeki kurumsal bölümde; söylem kavramı ve söylem analiz teknikleri ifade edilmektedir. Farklı söylemler, söylem kavramına dair sorunları tartışmak adına

¹⁴² Remzi Altunışık ve diğerleri, **Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri**, Sakarya: Sakarya Kitabevi, 2004, s 55

¹⁴³ 189 Altunışık, a.g.e., s 55

¹⁴⁴ Altunışık, a.g.e., s 55

zemini elverişli hale getirmektedir. Fakat bu incelemelerin ardından konumuz ile alakalı en uygun söylem analizinin Teun Van Dijk'in eleştirel söylem analizi yöntemi olduğu saptanmaktadır. Haberlerin metinleri tek başına söylem metni olarak görebilen ve bu şekilde analizin çerçevesini ve tasarısını yapan Van Dijk'in eleştirel söylem analizi yönteminden çalışmanın kuramsal temeli için yardım alınmıştır.

Partinin ve parti liderinin referandum süresi boyunca vermek istediği mesajlar, iletiler ve sosyal medya görsellerinin kullanım şekilleri ile hangi amacın hedeflendiğinin açıklanabilmesi için çalışmanın hedefine uygun çözümleme yöntemi olarak eleştirel çalışmalar uygun görülmektedir.

Sosyal medyada iletilen metinlerde neyin kastedildiğinin anlaşılması, mevcut siyasi söylemlere yerleştirilmiş kelimelerin çözümlenmesi ile mümkün olmaktadır. Bu yapıldığı zaman, aynı kelimelerin bazen farklı söylemlerde farklı vurgular taşıdıkları görülmektedir.

Genellikle TBMM Grup Toplantısı konuşmalarının ya da twitter demeçlerinin ardından sosyal medya görseline çevrilen sözler, söylem olarak ele alındığında, söylemin gerçek manasının ortaya çıkarılmasında, yalnız metnin yapısal özelliklerinin sistematik çözümlenmesi yeterli olmamaktadır. Haber metninin söylemi, ancak içinde olduğu bağlamla ilişkilendirildiğinde anlaşılmaktadır (İnal, 1995: 159).

Haber metni, yeni medya içeriği sosyal medya içerikleri gibi metinlerin irdelenmesinde; haber metnini ve içerikleri bir söylem olarak ele alan ve ifade eden Van Dijk'in eleştirel söylem analiz modeli pratiklik sağlaması için en uygun analiz tekniği olarak kabul görülmüştür.

Makro yapı ve *mikro yapı* olmak üzere iki ana bölümden oluşan Van Dijk'in eleştirel söylem analiz modelinde makro yapı da *tematik analiz* ve *şematik analiz* olarak iki başlık altında incelenmektedir. Tematik analizde Twitter girişleri ile sosyal medya görselleri ele alınacak, şematik analizde ise; olayların uzun vadede nasıl geliştiği ve konumlandığına dair bilgiler irdelenecektir.

Bu çalışma Milliyetçi Hareket Partisi Genel Merkez resmi sosyal medya hesaplarının iletişim dili ve Milliyetçi Hareket Partisi Genel Başkanı Devlet Bahçeli'nin sosyal medyada kullanmış olduğu iletişim dilini incelemektedir. Bu bağlamda seçilmiş örnek sosyal medya paylaşımları birbiriyle benzer durumlardan tespit edilmiştir. "Böyle bir çalışmada veri toplama aracı olarak anketler mülakat, gözlem veya doküman analizleri kullanılabilir."¹⁴⁵

Söylem analizinde seçilen örnek olay çalışmanın temelini oluşturur. "Örnek olay, 'bir veya az sayıda birbiriyle ilgili denek üzerinde yapılan ayrıntılı çalışma' şeklinde tanımlanabilir."¹⁴⁶

Bu çalışma tanımlayıcı araştırma olarak sınıflandırılabilir. "Özellikle tez çalışmalarında danışmanlar, tanımlayıcı nitelikte araştırmalarda fazla memnun olmazlar. Bu yüzden araştırmacı danışmanın 'çalışma çok ilginç gözüküyor ama sonuçta bulgularının önemi nedir?' veya kısaca 'eee?' sorularına her zaman hazırlıklı olmalıdırlar. Bunun anlamı, araştırmacının daha derinlemesine tahlil yapması ve elde ettiği verilerden belli sonuçlara ulaşması gerektiğidir. Yani veriler değerlendirilmeli, verilere dayalı olarak sentezlere ulaşılmalıdır. Bunu yapmak, elbette olguyu tanımlamaktan daha ileri düzeyde bir yeteneği gerektirir. Tanımlar, yönetim ve ekonomik bilimciler için çok önemlidir. Ancak bunların birer sonuç değil, sonuca götüren araçlar olduğu gerçeği unutulmamalıdır. Olgunun tanımlanması yetmez, aynı zamanda açıklanması ve imalarının ortaya konması gerekir."¹⁴⁷

Türkiye'de genel anlamda internetin ve Twitter, Facebook ve YouTube gibi sosyal paylaşım araçlarının hem sosyal hem de politik hayatta çok etkili unsurlara dönüşmesi ve beraberinde ortaya çıkan yeni kavramlar ve söylemler bu alanda yeni antropolojik araştırmaların ve incelemelerin yapılmasını zorunlu hale getirdiğini vurgulamaktadır.¹⁴⁸

¹⁴⁵ Altunışık, a.g.e., s 58

¹⁴⁶ Altunışık, a.g.e., s 58

¹⁴⁷ Altunışık, a.g.e., s 61

¹⁴⁸ Saka, "Sınırları Aşmak: Türkiye'de Sosyo-Kültürel Antropoloji Çalışmalarında Yeni Yaklaşımlar" Mardin: Çizgi Kitabevi, Aralık 2014.

Partinin ve siyasi liderin paylaşımlarından yola çıkarak kitleyle kurulan iletişim modelinin nasıl olduğu incelenecektir. “Söylemler, hiçbir zaman ve hiçbir yerde tarafsız değildir; onlar subjektivitenin birer ürünüdür; saf söylem/ler yoktur. Söylemler, dilin objektif/nesnel durumlarını açıklamaz; onlar sosyal hayatın verileridir.”¹⁴⁹

Söylem analizi genellikle dilbilimsel bir çalışma olarak tanımlanır; Teun Van Dijk’a göre “Dil çalışmalarında, ağırlığı tek tek sözcüklerin, deyimlerin ya da cümlelerin incelenmesinden dilin fiili kullanım biçimlerinin yapılarının ve işlevlerinin çözümlenmesine, yani söyleme kaydıran bir yaklaşımdır.”²⁰¹ John Hartley’e göre ise “Söylem sadece bir konuşmacının kullanıldığı dille sınırlanmaz, o aynı zamanda iki kişi arasında sürüp giden karşılıklı iletişimi, dilbilimsel kuralları ve gelenekleri de kapsamaktadır.”

Çalışmada kullanılacak yöntem olan söylem analizi; “sosyolojini veya sosyal psikolojinin klasik yaklaşımlarını kullanır.”¹⁵⁰

“Söylem analizi üç sacayağına dayanır: Birincisi, de Saussurecü anlayışa dayanan yapısal dilbilim; ikincisi, Wittgenstein’in dilsel felsefesinden yararlanan post-pozitivizm; üçüncüsü dil felsefesinde Gadamer ve bir yarısı yapısalcılara, bir yarısı hermenütiğe dayanan Ricoeur’dan etkilenen hermeneutik. Bu üç görüş bir sosyal teori olarak söylem teorisinin inşasına ve söylem analizinin gelişimine katkıda bulunmuştur. Sosyolojide söylem teorilerinin çoğu, Wittgenstein’dan çok etkilenen Anglo-Sakson geleneğine dayanır.”¹⁵¹

“Söylem analizi hakkındaki farklı yaklaşımlar insanı, onun bir sosyolinguistik çalışma, bir metin analizi, bir sosyal analiz ya da bir eleştirel analizden hangisi olduğu sorusuna yöneltebilir. Konuya farklı açılımlar getirilse de söylem analizi, bir sosyolinguistik çalışma, metin analizi, sosyal analiz ve bütün bu analiz türlerini içine alan refleksif ya da eleştirel bir analizdir. Bu analiz, dili bir eylem, iletişim formu, sosyal pratik olarak görme ve yorumlama özelliği taşır.”, “herhangi bir söylem

¹⁴⁹ Sözen, a.g.e., s 28

¹⁵⁰ Mutlu, a.g.e., s 81

¹⁵¹ Mutlu, a.g.e., s 81

incelenirken analitik bir yöntem aranmaz.”¹⁵²

Söylem analizi ile içerik çözümlemesinin temel farkı; söylem; metnin kültürel, sosyal, tarihsel, ekonomik ve siyasal arka planını araştırırken, içerik çözümlemesi ise ‘bir metnin açık ve net olan içeriği ile ilgilenmekte, açık olmayan mesajların üzerinde durmamaktadır.’¹⁵³

Norman Fairclough’a göre ‘metin analizi, söylem analizinin bir parçasıdır.’ Fairclough’un yaklaşımına göre söylem analizi sosyal, kültürel, ekonomik ve siyasi tablonun çizilmesinin ardından yapılacak metin analizi söylem analizini tamamlar.

7.1.3. Söylem Kavramının Açıklanması

Akademik alanda kökenleri Antik Yunan'a kadar dayanan ve o dönemlerden bu yana ‘retorik’ olarak da adlandırılan söylem, hitabet sanatının derinlemesine araştırılmasıdır. Söylem üzerine akademik birikimin temellerini atan Aristoteles'e göre retorik; ‘Verili bir durumda elde bulunan tüm inandırma araçlarını kullanabilme yetisi ya da gözetebilme sanatıydı.’¹⁵⁴

Bir diğer önemli başvuru kaynaklarından Habermas retorik kavramına Aristoteles'e göre daha eleştirel yaklaşmıştır; ‘Dil kullanımının ya da dünyayı gerçekten görmenin yeni yollarını açlayabilmekle birlikte, gündelik konularımızla ilgili işleri yürüttüğümüz sıradan, dünyevi iletişim alanlarındaki sorunları çözme kapasitesinden yoksundur’¹⁵⁵

Söylem kavramının yapısal incelemesine baktığımızda ise; ‘Söylem hiçbir temele dayanmayan ya da dayandırılmaz bir şeydir. Söylem terimi, akademik hayatta pek sık kullanılan bir metafor olan 'temel' (foundation) terimiyle bir arada kullanılamaz, 'temel' metaforu, söylemi niteleyemez ya da söylemin kaderini belirleyen bir şey olamaz.’ (Çaylı Emek, 2013, s.25-26).

¹⁵² Mutlu, a.g.e., s 81 - 82

¹⁵³ Yusuf Devran, **Haber Söylem İdeoloji**, İstanbul: Başlık, 2010, s 36

¹⁵⁴ Mutlu, a.g.e., s 245

¹⁵⁵ Mutlu, a.g.e., s 245

Batılı bir felsefenin ürünü olarak söylem, aslında Felsefe ve güncelik hayatı yakınlaştıran, basit anlamda dil ve dil pratiğidir. Söylem, sosyal, siyasi, kültürel ve ekonomik alanlar gibi hayatın diğer yönleriyle de ilişkilidir.

Felsefe ve gündelik hayatı yakınlaştıran, Batılı bir felsefenin ürünü olarak söylem, basit olarak kullanılan dil ve dil pratiğidir... Söylem, sosyal, siyasi, kültürel, ekonomik alanlar gibi sosyal hayatın diğer yönleriyle de ilişkilidir.”210

Söylemin, retorik, incelenmesi (söylem analizi) süreci bir çok farklı şekilde ve yöntemlerle yapılabilir. Söylemin genel olarak kendi yapısına uygun bir şekilde yani baştan sona bütünlük içinde incelenmesi için hatibin, hakkında söylem verilen konunun ve söylem içerisinde verilen mesajların analizi gerekir.

“Analiz için önemli olan konuşmanın bütünlüğüdür. Konuşma analiz edilirken, küresel ve yerel prensiplere dayanılarak açıklama yapılır: Küresel ilkeler (global principles), daha geniş anlamlarla bağlantı kurarak konuşmayı açıklar. Yerel ilkeler (local principles) ise anlatımlar arasındaki bağlantıları açıklar.

Bu çalışmada söyleme genel yaklaşımımız Foucault'cu tarzda olacaktır diyebiliriz. Foucault'ya göre; “Söylem bir ibareler dizisi olmaktan öte bir şeydir. Toplumsal maddiliği ve ideolojik özgülüğü vardır ve her zaman iktidarla üst üste binmiş durumdadır.”

Foucault'ya göre söylem analizi yapmak bir konuşma metnin ya da bir söylencenin kelime kelime analizi ve verdiği mesajları incelemekten çok daha öte bir araştırmadır. Foucault'ya göre söylem analizi yoluyla her eylemin arka planında yatan tarihsel geçmişe ulaşılabilir ve söylem sahibinin kitleyi etkilemek adına ne tür manüplasyonlara başvurduğu görülebilir. İktidar kavramı ve söylemi birbirinden ayrı tutmayan Foucault; fikirlerinden etkilendiği Louis Althusser'in “Devletin İdeolojik Aygıtları” eserinde ortaya koyduğu “devlet (iktidar) eline geçen her fırsatta kitleyi manipüle edebilmek için her ideolojik aygıtı kullanır” yaklaşımından ne denli etkilendiğini iktidar – söylem ikilisi üzerine inşa ettiği söylem tanımları ile ortaya koyar.

Milliyetçi Hareket Partisi anayasa referandumu süresi boyunca parti genel başkanı Devlet Bahçeli'nin sözlerini sosyal medya paylaşımlarında kullanarak; bazı kelime cümleleri çok sık yinelemiştir. Yapılan incelemelere göre bu kelimeler ve tümceler; “Türklük, huzur, barış, evet, Millet için EVET, Devlet için EVET, Türklüğün Bekası için EVET, hukuk, bayrak, ülkücüler, demokratik, egemenlik, istiklal, Türk Milleti'dir.”

7.2. Alan Araştırması

Bu bölümde çalışma boyunca sunulan tarihsel ve kuramsal çerçeve dikkate alınarak Milliyetçi Hareket Partisi'nde 2017 Anayasa Değişikliği Referandumu süresi boyunca yapılan teşkilat ve sosyal medya çalışmalarına ilişkin alan araştırmasına ait bulgular sunulacaktır.

Milliyetçi Hareket Partisi Genel Merkezi ve Milliyetçi Hareket Partisi İstanbul İl Başkanlığı'nda etnografik yöntemle yapılan gözlemlerle, Milliyetçi Hareket Partisi'nin anayasa referandumuna neden “EVET” dediği izleyici etnografik çalışma olarak yapılmıştır.

2017 Anayasa Referandumu Değişikliği süresi öncesi dönemle birlikte içine girilen süreç ve bu süreç sonrası parti mensubu kişilerle birebir diyalogta bulunmuş, seçim kampanyalarını gözlemlemiş ve sürece tanıklık edilmiştir.

7.2.1. Bulgular

7.2.2. Katılımcı Gözlem Yoluyla Yapılan Elde Edilen Bulgular

Gözlem süreci 23 Eylül 2016 / 1 Haziran 2017 tarihleri arasında kapsamaktadır. Bu süreçte Milliyetçi Hareket Partisi'nin İstanbul İl Başkanlığı başta olmak üzere Milliyetçi Hareket Partisi Genel Merkezi ile olan siyasal iletişim çalışmaları, sosyal medya çalışmaları ve genel merkezden gelen görevlerin konu ile gerekli mevki ve makamlara dağılımı gözlemlenmiştir.

Araştırmacı, bu süreçte görevde bulunan ve çalışan personelle her hafta bir araya gelmiştir. Bunun yanında saha çalışmaları için daha uygun olan İlçe Başkanlıkları'nı ziyarette bulunmuş, sosyal medya yönetimi ile ilgili olarak irtibatta olunmuştur. Bunun yanında İstanbul İl Başkanlığı'nda İstanbul'un 39 İlçe Başkanlığı ile birlikte sosyal medya komiteleri ile bir araya gelinmiş, ayda 1 kez gerçekleştirilen sosyal medya toplantılarına katılım sağlanmıştır.

23 Eylül 2016 tarihinde Milliyetçi Hareket Partisi MHP Afyonkarahisar Milletvekili Mehmet Parsak anayasa görüşmeleri için Anayasa Komisyonu üyeleri ile birlikte 13 Ağustos tarihinden beri 1,5 aydır görüşmelerinin devam ettiğini 9 verimli toplantı gerçekleştirerek temelde 3 aşamayı gerçekleştirerek 1. Aşamada partilerin hangi maddelerde ve hangi konularda, hangi alanlarda değişiklik ihtiyacı duyduğunu 2. Aşamada ise bunların yazım çalışmalarının ne şekilde olması gerektiği ve bu yazıların teklif haline nasıl getirileceği ve bunların nasıl sonuçlandırılacağı üzerinde görüşmelerini kamuoyuna basın yoluyla açıklamıştır. Dolayısıyla anayasa ile ilgili şimdilik 7 maddeyi mütabakat yoluyla sonuçlandırdıklarını ifade etmiştir. Diğer partilerin sözcüleri ile birlikte yapılan açıklamada değiştirilmesi kararlaştırılan 7 maddelik anayasa paketinin, her parti sözcüsünün parti liderlerine iletileceği ve onayına sunulacağı açıkça ifade edilmiştir. Ardından TBMM'ne sunulacağını, uzlaşma çerçevesinde oy birliğine gidilmek istendiği ifade edilmiştir. Parsak konuşmasına “Sürecin başından itibaren uzlaşma anlayış içerisinde milletimizin bizden beklediği gibi uzlaşma iklimini devam ettirecek şekilde milletin beklentilerini devletin ihtiyaçlarını de gözetmek suretiyle yargı merkezli ve ağırlıklı olmakla birlikte bunun dışında ana hatları üzerinde pek çok madde ile ilgili üzerinde müzakere yürüttüğümüz ve bu çerçevede buradan kıymetli anlamlı, son derece önemli bir metnin ortaya çıkabileceğini gördüğümüzü mutlulukla ifade etmek istiyorum.” dedi.¹⁵⁶

Merakla beklenen tarihi sürecin ilk açıklamalarından biri bu olmuştur. AK Parti Genel Sekreteri Abdulhamit Gül, CHP Genel Başkan Yardımcısı Bülent Tezcan ve MHP Afyonkarahisar Milletvekili Mehmet Parsak'tan oluşan komisyonun mini anayasa paketi çalışmaları tamamlanmış ve kamuoyuna basın yoluyla açıklanmıştır.

¹⁵⁶ https://www.tbmm.gov.tr/develop/owa/haber_portal.aciklama?p1=138187 Erişim Tarihi: 23 Eylül 2016 Cuma

Açıklamanın ardından Milliyetçi Hareket Partisi YouTube sayfasından paylaşmış olduğu basın açıklamasının duyurusu yapılmış; tüm il ve ilçelere paylaşıldığı iletilmiştir.

23 Eylül 2016 tarihinin ardından TBMM 26. Dönem 2. Yasama Yılı'nın ilk parti Meclis grup toplantısı 4 Ekim 2016 Salı günü parti genel başkanı Devlet Bahçeli tarafından gerçekleştirilmiştir. Dönemin ilk meclis grup toplantısı ve 15 Temmuz darbe gecesinin ardından gerçekleşen ilk grup toplantısı olması bakımından önem arz etmektedir. Bu toplantıda anayasa değişikliğine gidilmesine neden **ihtiyaç** duyulduğu, Türkiye'nin içinde bulunduğu durum ve MHP'nin maruz kaldığı eleştiriler hakkında detaylı konuşmalara yer verilmiştir. Toplantı detayları gerek yazılı, gerek sosyal medya kanalları gerekse ulusal ve yerel basından tüm topluma iletilmiştir. Söz konusu toplantıda dikkat çeken ve anayasa referandumu değişikliğine neden ihtiyaç duyulduğunu belirten cümleler olmuştur.

“Artık siyaset ve demokrasi hayatımızda her şey 15 Temmuz sonrası göre şekil alacak, bitmeyen tehditler, azalmayan tehlikeler ancak bu şekilde göğüslenecektir. İşbirliği kanallarını açık tutmalıyız. Anayasanın tadili veya yeniden yazımı konusunda dürüst, atılgan ve dayanışma içinde bulunmalıyız. Hassasiyet göstermemiz gereken önceliklerimiz vatandır, millettir, kardeşliğimizdir, istiklalimizin akıbetidir. Türkiye ve Türk milletinin tarihsel hak ve çıkarlarını tek yürek halinde müdafaa etmek hepimizin kaçınılmaz görevidir. Doğal olarak bu görevden kaçamayız, ihmal edemeyiz. O bunu söylemiş, bu şunu konuşmuş demeyecek, ayağımızdan çekirtmeye, elimizden tutmaya, önümüzü kesmeye çalışanlara fırsat vermeden milletçe yolumuza çıkanları teker teker ayıklayacağız.”¹⁵⁷

Milliyetçi Hareket Partisi Genel Başkanı Devlet Bahçeli anayasa değişikliği sürecine neden dahil olunması ve desteklenmesi gerektiğini bu sözleri ile ifade etmiştir. Parti içerisinde basın toplantısının ardından bu açıklamalar bazı kişiler tarafından fazla anlaşılammış konuya açıklık getirilmesi için bir sonraki toplantıyı bekledikleri açıkça görülmüştür. Bunun yanında birçok kişi de durumu olağan karşılamıştır. Yaz sonundan beri süre gelen süreçte konunun bu duruma geleceği

¹⁵⁷ <http://mhpgrup.com/4-ekim-2016-tbmm-mhp-grup-toplantisi.html> Erişim Tarihi: 4 Ekim 2016 Salı

açıkça ima edilmiştir. Yapılan ilk toplantıda ve ilk sözlerde parti genel başkanının konu ile ilgili eleştiri yapanlara fırsat verilmeyeceği milletin de bu konuda arkasında olacağı ifadesine yer verilmiştir. Sert bir üslubun yanı sıra durumun hassasiyetinin önemine sıkça değinilmiştir.

“Değerli Arkadaşlarım, Güya biz AKP’ye bastonluk yapıyormuşuz. Güya biz AKP’nin gözü kapalı arkasında duruyor, hiç sesimizi çıkarmıyor, avukatlığına soyunuyormuşuz. Bu iftiraları atan bre densizler, siz FETÖ’nün kurşun askerliğine talip olurken bir şey olmuyor da, bizim Türkiye’yi müdafaa etmemiz mi gözünüze batıyor? Allah bizi doğrudan ayırmasın, her daim milletin avukatı yapsın, hıyanetin kuryeliğinden, FETÖ’nün zillet ve zelil elemanlarından olmaktan korusun, kollasın. Ne yapacaktık, Türkiye terörizmin kanlı baskınına uğrarken, devleti yönetenlerle, demokrasiyle iktidara gelip yönetimi elinde bulunduranlarla kavga mı edecektik?¹⁵⁸

23 Eylül tarihinden bu yana parti Genel Başkanı Devlet Bahçeli’den anayasa değişikliği ile ilgili açıklama beklenirken bu TBMM Grup Toplantısı parti mensuplarına ve partiye gönül verenlere anayasa değişikliğine neden evet denildiğinin ilk açıklaması olduğundan önem arz etmektedir.

“İşgal edilmek istenen Türk vatanydı. Bu gerçek ne çabuk unutuldu? Cumhurbaşkanı Erdoğan, 1 Ekim’de TBMM’de yaptığı konuşmada Yenikapı ruhunu titizlikle korumaktan bahsetmiş ve bundan hepimizin sorumlu olduğunu söylemiştir. Pek tabii, biz de aynı kanaat ve karardayız. CHP’nin su kaynattığını ve kayış attığını görüyoruz. Beklentimiz, bari hiç olmazsa, Sayın Erdoğan’ın da Yenikapı ruh ve manevi sözleşmesine bağlı ve sadık kalması, AKP hükümetinin de buna uygun davranış göstermesidir.”¹⁵⁹

15 Temmuz 2016 tarihinde darbe girişiminden sonra Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan’ın çağrısıyla Yenikapı’da “Demokrasi Nöbeti” gerçekleşmiştir. Cumhurbaşkanı 3 parti başkanını da konuşmacı ve katılımcı olarak mitinge davet etmiş tarihte eşine az rastlanır bir şekilde farklı fikirleri temsil eden parti liderleri aynı konu hakkında konuşma yapmıştır. Milliyetçi Hareket Partisi Genel Başkanı Devlet Bahçeli

¹⁵⁸ <http://mhpgrup.com/4-ekim-2016-tbmm-mhp-grup-toplantisi.html> Erişim Tarihi: 4 Ekim 2016 Salı

¹⁵⁹ <http://mhpgrup.com/4-ekim-2016-tbmm-mhp-grup-toplantisi.html> Erişim Tarihi: 4 Ekim 2016 Salı

4 Ekim 2016 tarihinde yapmış olduğu TBMM Grup Toplantısı'nda CHP'nin başta hükümetin zor döneminde arkasında olduğunu sonradan fikir değişikliğine gittiğini ima etmiş; bunun yanlış bir karar olduğunu ifade etmiştir.

Daha sonra gerçekleştirdiği basın toplantılarında da bu ifadeleri sık sık vurgulamıştır. Anayasa referandumuna "Evet" denilmesinin sebebinin ülkeni "Beka" sorunu olduğu ifadesine hemen hemen her konuşmasında yer vermiştir.

Partide her hafta Salı günü yapılan TBMM Grup Toplantısı'nın ardından Genel Başkan'ın dikkat çeken sözleri partinin aktif olarak kullandığı Twitter, Facebook ve Instagram sayfalarında özel tasarım yaparak paylaşılmış; aynı zamanda günün her saati irtibatla olunan ilçelerin sosyal medya başkanlarına daha çok paylaşım ve etkileşim için duyurusu yapılmıştır. Örnek bir çalışma yöntemi olan bu sistem hemen hemen her ilde uygulanmaktadır.

Anayasa Değişikliği Referandumu süresi boyunca günün belirli saatlerinde Türkiye'nin hemen hemen her bölgesinden katılımcı ile Twitter'da trend topic çalışmaları yapılmıştır. Gündeme ilişkin ses getirecek konu başlıkları partinin Genel Merkez sosyal medya hesap yöneticilerine danışılmıştır. Twitter'da trend topic çalışmalarının ivme kazanması ve ön planda olmasının en önemli destekçisi ise Ülkü Ocakları Eğitim ve Kültür Vakfı olmuştur. Ülkü Ocakları Eğitim ve Kültür Vakfı Milliyetçi Hareket Partisi'nin gençlik kolları sayılabilir. Diğer partilerin gençlik kollarından farklı olarak resmi olarak partiye bağlı olmamasıdır.

23 Eylül 2016 tarihinden 1 Haziran 2017 tarihine kadar Twitter'da trend topic olan başlıca hashtagler #Evet #Milletiçinevet #TabiikiEvet #BizBüyükBirAileyiz #YeminimizVar #DevletiçinEvet #BirliktenRahmetDoğar gibi paylaşımlar toplu çalışmalar ile birlikte yapılmıştır.

Parti'nin kararına bazen parti tabanından ağır eleştiriler geldiği gözlemlenmiştir. Sosyal medyadan tepkisini belli eden ülkücü taban kimi zaman sosyal medya yoluyla tepkisini belli etmiş, Facebook'ta gönderilerin altına yorum yapmış; yorumların çoğu uzmanlar tarafından yanıtlanmak yerine silinmiştir. Aynı zamanda Facebook yorumları kapatılmadığı için Facebook gelen kutusunun dışarıya kapatıldığı

gözlemlenmiştir. Parti Lideri'nin TBMM Grup Toplantılarından sonra yapmış olduğu açıklamalardan ve paylaşımlardan sonra olumlu ya da olumsuz tepkilerin arttığı gözlemlenmiştir.

Paylaşımlar genellikle parti genel başkanının toplantılarda kullanmış olduğu sözlerden ya da önemli günlerin duyurularına dikkat edilecek şekilde seçilmiştir. MHP'nin referandum şarkıları da aynı şekilde Twitter'dan yapılan tt çalışması ile etkin bir şekilde duyurulmuştur.

Partinin daha önceki seçim propagandalarından farklı olarak referandum şarkıları MHP Genel Başkanı'nın çevresindekiler tarafından yazılmıştır. Şarkı isimleri "Türkiye İçin Evet", "Yeminimiz Var" ve "Şimdi Evet Haydi Türkiye" iken; Yeminimiz Var" isimli şarkının sözlerini Devlet Bahçeli'nin Özel Kalem Müdürü Murat Çeliker, Türkiye İçin Evet" isimli kampanya şarkısının sözlerini ise Devlet Bahçeli'nin fotoğrafçısı Ayhan Günaydın yazmıştır.

Kocaeli'nde yapılan basın açıklamasında da MHP'nin referandum şarkıları Figen ve Murat Türkücüoğlu kardeşlerin tarafından açıklanmıştır. 'Yeminimiz var' ve 'Şimdi Evet, Haydi Türkiye' adlı eserleri birçok eser arasında seçilerek MHP'nin referandum şarkısı olmuştur. ¹⁶⁰

Referandum değişikliği süresi boyunca partinin ayda bir ilçe başkanları toplantısı, 1 kez İl Başkanları toplantısı ve sık sık yönetim toplantıları olmuştur.

¹⁶⁰ <https://www.ahaber.com.tr/webtv/gundem/mhpnin-referandum-sarkilari-simdi-evet-haydi-turkiye-ve-yeminimiz-var-tanitildi> Erişim Tarihi: 7 Ocak 2018



Şekil 29 İlçe Sosyal Medya Başkanları ile aylık yapılan değerlendirme toplantıları

Katılımcılar kendi ilçeleri ile yapmış oldukları aylık sosyal medya analizlerini, kullanıcı raporlarını ve yapılabilecek sosyal medya kampanyaları istişareli toplantıda her ay iletmektedirler.

Milliyetçi Hareket Partisi Genel Başkanı Devlet Bahçeli Konya’da yapmış olduğu basın açıklamasının ardından, Partililer referandum sürecine yönelik halkı bilinçlendirecek yazılı ve basılı materyallerin hazırlıklarını hız kazandırmışlardır.

Önce teşkilatlara ardından halka dağıtımı gerçekleştirilen basılı kitapçıkların ardından, referandumun neden olması gerektiğini anlatan ve neden “evet” denildiğini açıklayan Milliyetçi Hareket Partisi olarak bizler, milletimizin taleplerini demokratik edep ve sorumluluk bilinciyle yerine getirerek hazırladığımız bu anayasa değişikliğine; “millet için evet, devlet için evet, Cumhuriyet için evet, Türklüğün bekası için evet” diyoruz. Takdir, aziz Türk milletindedir! “Bu Ülke İçin Yeminimiz Var Vazgeçilmez! EVET” yazılı kitapçıkların üstünde alt başlık olarak “Referandum Süreci ve MHP’nin saldırıların odağında olmasının sebepleri” yazmaktadır.

Bu kitapçıkların dağıtılmasının amacı öncelikle teşkilat bünyesinde bulunan her bireyin okuyarak süreç hakkında parti politikalarına karşı bilinçlenmesi ardından

halka anlatarak bu kitapçıkların şehrin çeşitli merkezlerinde ve toplantı salonlarında sunulmasının istenmesiydi.

Kitapçıkta sürece ilişkin referandumun amacı ve sonuçlarından ziyade AK Parti iktidarının EVET kararı almasına rağmen MHP'nin neden saldırı odağı halinde olduğuna yer verilmektedir.

Milliyetçi Hareket Partisi Medya, Halkla İlişkiler ve Tanıtımdan Sorumlu Genel Başkan Yardımcısı Prof. Dr. Edip Semih Yalçın'ın kaleme aldığı bildiri niteliğindeki bu kitapçıkta bazı başlıklar göze çarpmaktadır.

- MHP, Toplumsal Vicdanı Temsil Ediyor.
- Küresel Güçlerin Önündeki Engel MHP
- Bahçeli, Başbuğ'dan devraldığı misyonu liyakatle sürdürüyor
- 15 Temmuz'da oyunu MHP bozdu
- CHP hem taktik veriyor hem tahrik ediyor
- CHP yanlısı medya, Leninist propaganda kullanıyor ¹⁶¹

7.2.3. Görüşme Yoluyla Elde Edilen Bulgular

Araştırmada veri toplama yöntemi olarak nitel araştırma yöntemlerinden yarı yapılandırılmış görüşme tercih edilmiştir. Nitel araştırmanın tercih edilme nedeni, araştırmacının katılımcı rolünün olması, konunun kendi doğal çevresinde incelenmek istenmesi, bütüncül yaklaşım yapabilme, algıların ortaya konması ve araştırma deseninin esnek olmasıdır (Yıldırım ve Şimşek, 2008: 40; Karasar, 2011:157). Literatür taraması sonucunda araştırma konusuyla ilgili çok fazla çalışma bulunmaması, araştırma amacı doğrultusunda derinlemesine bilgiye ihtiyaç duyulması ve bu bilgilerin üst yönetimden alınmasının uygun bulunması gibi nedenlerden dolayı da nitel araştırma yöntemleri tercih edilmiştir.

¹⁶¹ Yalçın, Edip Semih. (2017). **Bu Ülke İçin Yeminimiz Var Vazgeçilmez**, Ankara.

Nitel araştırma yöntemlerinden görüşme tekniğinin tercih edilme nedeni ise, belirlenen konunun sınırlı ve ulaşılabilir sayıda yöneticilerin görüşlerine yönelik olması, araştırma konusu ile ilgili derinlemesine bilgi elde etmek istenmesi, görüşme yapılan kişinin görüşleri doğrultusunda araştırma konusuyla ilgili yeni fikirlerin ve bilgilerin ortaya konulmak istenmesidir.

Görüşmede kullanılan görüşme formu, araştırma konusuyla ilgili gerekli literatür taraması yapıldıktan sonra oluşturulmuştur. Bu aşamada araştırmanın amacına ulaşmada daha uygun olduğu düşünülerek görüşme formu yaklaşımı tercih edilmiş, hazırlanan formda açık uçlu sorulara yer verilmiştir. Nitel görüşmelerde, görüşmecinin kendi fikirlerini görüşülene benimsetmemesi amacıyla yapılandırılmış soru formundan ziyade yarı-yapılandırılmış veya yapılandırılmamış formlar kullanılmaktadır (Mil, 2007: 21).

Seçilen derinlemesine görüşme tekniği, katılımcıların kendi hayatlarıyla ilgili deneyimleri tecrübeleri anlatmalarını sağlamış ve öznelerin yaşamlarına dair zengin bilgiler edinmeye yardımcı olmuştur. Etnografik araştırmalar, insanların yaşadıkları dünyadaki anlamaları idrak etmeleri, tecrübelerini ve kendilerini tarif etmelerini ve yaşadıkları dünya üzerinde kendi perspektiflerini netleştirmeleri ve ayrıntılandırmaları üzerine yapılan çalışmalardır (Kvale, 1996, s.105). Bu özellikleri sebebiyle de, bu çalışmaya uygunluğundan dolayı seçilen yaklaşım olmuştur.

İncelemeye katılan İstanbul İl Başkanlığında çalışan sosyal medya çalışanları ile 6 ana soru çerçevesinde görüşme yapılmıştır. Referandum süresi boyunca halkın dikkatini çekebilmek ve neden evet denilmesi gerektiğini hangi çalışmalarla aktardıklarını anlayabilmek adına aşağıdaki araştırma soruları geliştirilmiştir.

- 1) Milliyetçi Hareket Partisi'nin anayasa değişikliği referandumu süresi öncesi ve süresi boyunca iktidar partisine karşı duruşu, tutumu ve söylemleri hakkında ne düşünüyorsunuz?
- 2) Milliyetçi Hareket Partisi'nin anayasa değişikliği referandumu süresi öncesi ve süresi boyunca CHP'ye karşı duruşu, tutumu ve söylemleri hakkında ne söylemek istersiniz?

- 3) Milliyetçi Hareket Partisi'nin 2017 anayasa değişikliği referandumu süresi boyunca kullanmış olduğu iletişim modeli hakkında ne düşünüyorsunuz?
- 4) Milliyetçi Hareket Partisi'nin 2017 anayasa değişikliği referandumu süresi boyunca kullanmış olduğu sosyal medya mecraları ve çalışmaları hakkındaki fikriniz nedir?
- 5) Sizce sosyal medya 2017 anayasa değişikliği referandumu süresi boyunca halk üzerinde ne kadar etkili olmuştur?
- 6) 2017 anayasa değişikliği referandumunun sonuçları ve günümüze dek süren bu süreç hakkında ne düşünüyorsunuz?

Görüşme sırasında, gerektiğinde “Konuyu biraz daha açar mısınız”, “Örnek verebilir misiniz” gibi ifadeler kullanılarak derinlik sağlanmaya çalışılmıştır. Görüşmeler çalışanların istedikleri tarih ve saatlerde, kendi çalışma ortamlarında yapılmıştır. Görüşmeler katılımcılardan izin alınarak kayıt altına alınmıştır. Kayıtlarla birlikte görüşme sürecinde önemli olduğu düşünülen noktalar ayrıca not alınmıştır. Görüşme ortalama bir saat sürmüş ve 2017 yılının Mayıs ayında gerçekleştirilmiştir. Verilerin analiz edilmesinde betimleyici analiz tekniği kullanılmıştır.

7.2.4. Nitel Araştırmada Geçerlilik ve Güvenilirlik

Nitel araştırmada geçerlik araştırmacının araştırdığı olguyu olduğu biçimiyle ve olabildiğince yansız gözlemesi anlamına gelmektedir. Araştırılan olgu veya olay hakkında bütüncül bir resim oluşturulabilmesi için araştırmacının elde ettiği verileri ve ulaştığı sonuçları onaylamasına yardımcı olacak bazı ek yöntemler (çeşitleme, katılımcı teyidi, meslektaş teyidi) kullanılması gerekir (Yıldırım ve Şimşek, 2008: 255). Bu araştırmada geçerlilik ve güvenilirliğin sağlanabilmesi için “çeşitleme” yöntemi kullanılmıştır. Veri kaynaklarının çeşitlendirilmesi, farklı özelliklere sahip katılımcıların araştırmaya dâhil edilmesi ve bu şekilde farklı algıların ve yaşantıların ortaya konarak çoklu gerçekliklere ulaşılması bakımından önemlidir (Yıldırım ve Şimşek, 2008: 267).

Araştırmanın iç geçerliliğini sağlamak için, veriler hazırlanırken kavramsal çerçeve dikkate alınmış, farklı veri kaynakları kullanılmıştır. Araştırma bulguları, gözlem, görüşme ve doküman analizi olmak üzere üç farklı veri kaynağından elde edilmiştir. Araştırmanın dış geçerliliği için ise örneklemin genellenmesine izin verecek şekilde çeşitleme yöntemine gidilmiştir. Araştırmada iç güvenilirlik ile ilgili olarak araştırma sorusu açık bir şekilde ifade edilmiştir. Aynı araştırmaya birden fazla araştırmacı dâhil edilmiştir. Böylece verilerin toplanması, analizlerin yapılması, sonuçlara ulaşılması aşamalarında araştırmacılar arasında oluşan uzlaşma noktaları, araştırmanın başkaları açısından da “kabul edilme” oranını arttırmaktadır (Yıldırım ve Şimşek, 2008: 263). Üç farklı yöntem ile toplanan verilerin birbirini onaylar nitelikte olması da güvenilirliği arttırmaktadır.

1) Milliyetçi Hareket Partisi'nin anayasa değişikliği referandumu süresi öncesi ve süresi boyunca iktidar partisine karşı duruşu

Milliyetçi Hareket Partisi 15 Temmuz öncesine kadar iktidar partisini birçok konuda eleştirmiş ve yanlış bulduğu parti tutumlarını sık sık dile getirmiştir. 15 Temmuz darbe girişiminden sonra ülkenin beka sorunu ile karşı karşıya gelmesinden sonra tıpkı 15 Temmuz gecesini gibi iktidar partisinin yanında olmuş, darbeye karşı olduklarını belirtmişlerdir. Anayasa değişikliğinin neden gerekli olduğunu ise parti genel başkanı Devlet Bahçeli başta TBMM Grup Toplantıları başta olmak üzere açıklamış, konu ile halkı bilinçlendirmek adına parti politikalarını yansıtan kitapçık ve broşür dağıtımında da bulunulmuştur. Sosyal medyada ise hedef kitlesi geniş bir yaş aralığına sahip olmasına rağmen takipçilerinin çoğu kadındır. Anayasa referandumu değişikliği süresi boyunca ortak açıklamalar ya da mitingler düzenlememenin yanı sıra söylem olarak birbirine yakın açıklamalar yapılmıştır. MHP'nin AKP'den farklı olarak Türklük, milliyetçilik, ülkücülük gibi terimleri kullandığı gözlemlenmiştir. Süreç bir birlikten ziyade ülkenin güvenliğinin ve devamlılığının korunması için bir mecburiyet şeklinde ifade edilebilir.

2) Milliyetçi Hareket Partisi'nin anayasa değişikliği referandumu süresi öncesi ve süresi boyunca CHP'ye karşı tutumu

MHP başta CHP olmak üzere muhalif partilerin yanlış bulduğu parti politikalarını sık sık dile getirmiştir. Bununla beraber partisinin kırmızı çizgileri olduğunu her fırsatta dile getirmiştir. Aynı söylemi anayasa referandumu sürecinde de oldukça fazla telaffuz etmiştir. Anayasanın ilk 4 maddesinin asla değişmeyeceğini bunun aksine hareket eden her kim olursa karşısında MHP'yi bulacağını ifade etmiştir. MHP Genel Başkanı Devlet Bahçeli referandum süresi boyunca HAYIR kampanyasını savunan CHP Lideri Kemal Kılıçdaroğlu'nu birkaç kez EVET oyu için birliğe davet etmiş, görüşme yapmış ardından HAYIR kampanyasına devam eden Cumhuriyet Halk Partisi ve Lideri Kemal Kılıçdaroğlu'na zaman zaman grup ve basın toplantıları ve Twitter aracılığıyla ağır eleştirilerde bulunmuştur. Parti liderini zaman zaman Yenikapı ruhuna davet etmiş, birlik ve beraberlik zamanı olması gerektiğini ifade etmiştir.

3) Milliyetçi Hareket Partisi'nin 2017 anayasa değişikliği referandumu süresi boyunca kullanmış olduğu iletişim modeli

Partinin kullanmış olduğu iletişim modeli seçmenin anlayabileceği anlaşılır ifadeler kullanılmaya yönelik olmuştur. Önceki dönem seçim kampanyalarında kullanılan ağdalı dile göre daha sade bir dil kullanılmıştır. Uzun bir süre nede eve denildiği ile ilgili insanları ikna edebilme aşamasında zaman kaybedildiği gözlemlenmiştir. Kararın asıl sebebinden ziyade partinin neden Adalet ve Kalkınma Partisi ile aynı safta olduğunun açıklanması üzerine zaman kaybı yaşanmıştır. Seçmenin ve özellikle parti tabanının bu durumu anlaması uzun bir süre karmaşaya sebep olmuştur. Açıklayıcı şemalar, analizlere pek yer verilmemiş; daha çok parti liderinin sözleri direk olarak verilmiştir. Bu durum seçmenin anlamasını ve anlamlandırmasını güçleştirmiştir.

4) Milliyetçi Hareket Partisi'nin 2017 anayasa değişikliği referandumu süresi boyunca kullanmış olduğu sosyal medya mecraları

MHP, 2017 anayasa değişikliği referandumu süresi boyunca sosyal medyanın hemen hemen tüm mecralarını aktif bir şekilde kullanmıştır. Günlük rutin paylaşımlar adına Facebook'u daha sık tercih ederken; duyuru, önemli günler ve gündemi belirlemek adına Twitter'ı ve 16 Nisan'a yakın olarak düzenlenen il mitinglerinde sıkça Instagram hikayelerini kullanmıştır. İletişim tercihi tüm siyasi partilerin ülkemizde benimsediği gibi tek taraflı olmuştur. Seçmenin fikirlerini ifade eden sözler genellikle Facebook, Twitter, Instagram ve Youtube'da yorumlar kısmında kalmış ancak bunlara cevap verildiği görülmemiştir.

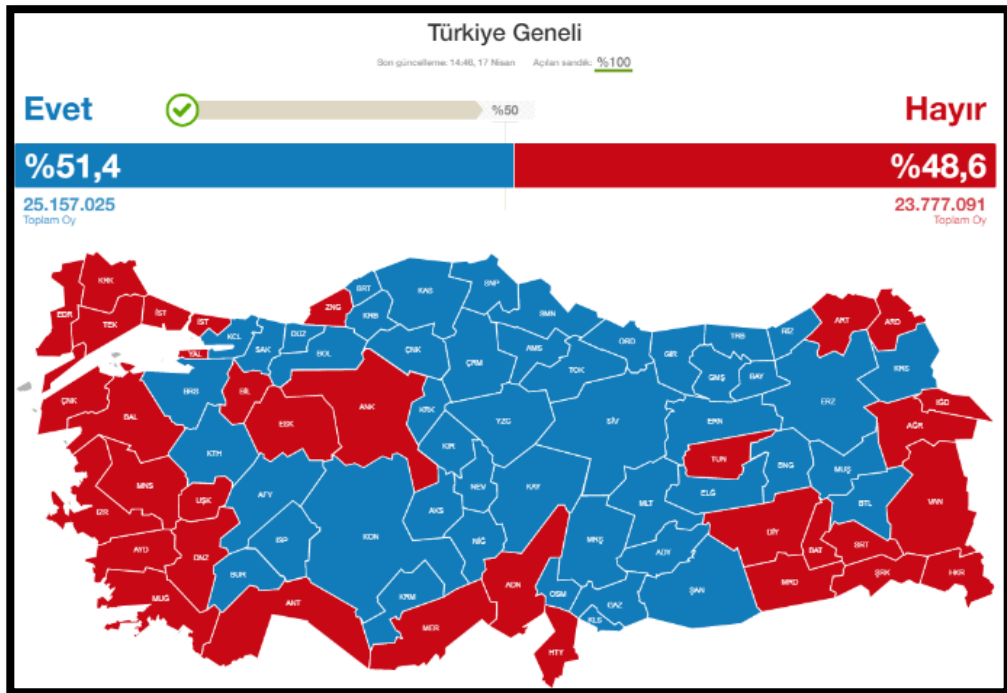
5) Sosyal medya 2017 anayasa değişikliği referandumu süresi boyunca halk üzerinde ne kadar etkili oldu

Sosyal medya günümüzde her mecrada kullanılmaktadır. Reklam bütçesi açısından geleneksel pazarlama yöntemlerine göre daha uygun maliyette olmakla birlikte erişimi de oldukça yüksek orandadır. Özellikle toplu hareket edildiğinde, bir amaç için toplandığında, seçmenin dikkatini farklı bir konuya çekmek istenildiğinde sosyal medyanın gücü yadsınamaz. Referandum sürecinde sosyal medya mecraları parti ve lider tarafından kullanılmıştır. Partinin içerik olarak Twitter, Facebook ve Instagram'dan aynı görselleri paylaştığı görülmüş, Youtube kanalından da özellikle grup toplantıları, mitingler gibi kalabalığa hitap edilen yerlerde canlı yayım yapıldığı görülmüştür. Sosyal medyanın özellikle de kararsız ve genç seçmeni kendini çeken bir tarafı vardır. Hedef kitlesinin 18-65 yaş aralığında olduğu gözlemlenmiş, takipçilerin kadın oranının fazlalığı ise dikkat çekmektedir. Seçmenin genel olarak referandum süresi boyunca sosyal medyadan etkilendiği, çalışan ya da çalışmayan kesim fark etmeksizin görseller ve paylaşımlarla karşılaştıkça seçmeni düşünmeye sevk ettiği düşünülmektedir.

6) 2017 anayasa değişikliği referandumunun sonuçları ve günümüze dek süren süreç

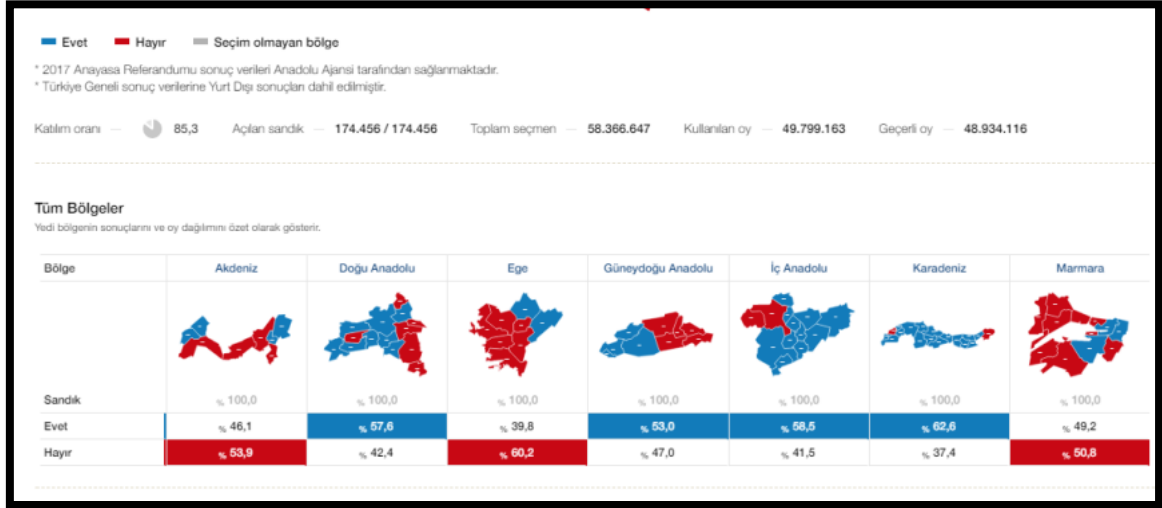
Anayasa referandumunu sonucu halkın iradesine sunularak sandıkta oy kullanılarak gerçekleştirilmiştir. Kapalı oylama yapılan referandumda sandıktan %51.41 EVET, %48.59 HAYIR oyu çıkmıştır. Aradaki oy oranı farkı 1.379.934'tür. Oy oranının yakın olmasına rağmen, aradaki oy kullanan kişi sayısının oldukça fazla olduğu gözlemlenmektedir. 16 Nisan 2017 Pazar günü gerçekleştirilen oylama sonucunu Yüksek Seçim Kurulu (YSK) Başkanı Sadi Güven, anayasa değişikliği referandumun kesin sonuçlarını Nisan ayının sonuna doğru kurul toplantısının ardından açıklamıştır. Değişen anayasa değişikliği ile 2019 Kasım ayında gerçekleştirilecek olan seçimin hazırlıkları için geri sayıma geçilmiştir.

8. ANAYASA REFERANDUM SONUÇLARI (TÜRKİYE GENELİ)



Şekil 30 Türkiye Geneli Referandum Sonuçları¹⁶²

¹⁶²<http://www.yenisafak.com/secim-referandum-2017/secim-sonuclari> 17.04.2016



Şekil 31 Türkiye Geneli Referandum Sonuçları Tüm Bölgeler

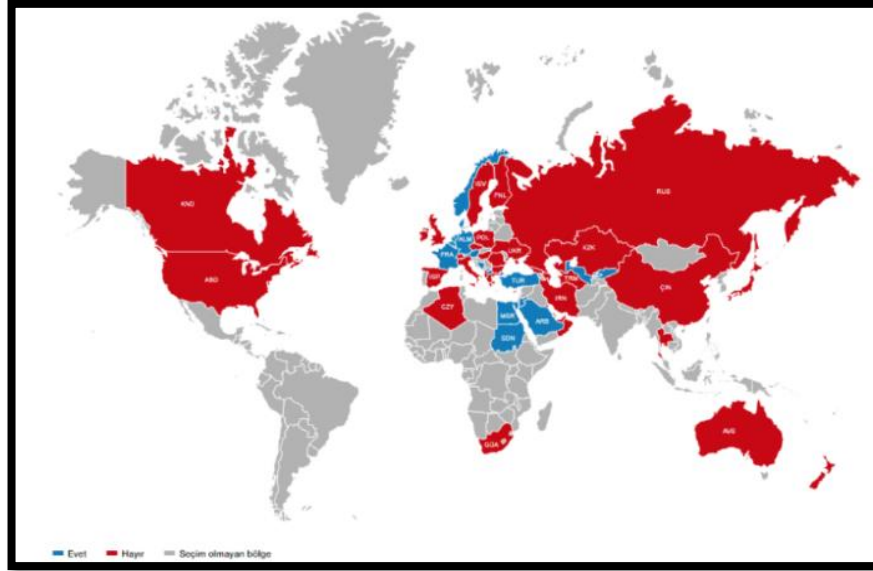
Tüm Şehirler
* Tüm Şehirlerin (81) sonuçlarını ve oy dağılımını özet olarak gösterir.

Şehir	Sandık	Evete	Hayıra	Şehir	Sandık	Evete	Hayıra	Şehir	Sandık	Evete	Hayıra
İstanbul	% 100	% 48,6	% 51,4	Diyarbakır	% 100	% 32,4	% 67,6	Kütahya	% 100	% 70,3	% 29,7
Ankara	% 100	% 48,8	% 51,2	Düzce	% 100	% 70,6	% 29,4	Malatya	% 100	% 69,6	% 30,4
İzmir	% 100	% 31,2	% 68,8	Edirne	% 100	% 29,5	% 70,5	Manisa	% 100	% 45,7	% 54,3
Adana	% 100	% 41,8	% 58,2	Elazığ	% 100	% 71,8	% 28,2	Mardin	% 100	% 41	% 59
Adıyaman	% 100	% 69,8	% 30,2	Erzincan	% 100	% 60,5	% 39,5	Mersin	% 100	% 36	% 64
Afyonkarahisar	% 100	% 64,6	% 35,4	Erzurum	% 100	% 74,5	% 25,5	Muğla	% 100	% 30,7	% 69,3
Ağrı	% 100	% 43,1	% 56,9	Eskişehir	% 100	% 42,4	% 57,6	Muş	% 100	% 60,6	% 49,4
Aksaray	% 100	% 75,5	% 24,5	Gaziantep	% 100	% 62,5	% 37,5	Nevşehir	% 100	% 65,6	% 34,4
Amasya	% 100	% 56,3	% 43,7	Giresun	% 100	% 61,7	% 38,3	Niğde	% 100	% 59,8	% 40,2
Ankara	% 100	% 48,8	% 51,2	Gümüşhane	% 100	% 75,2	% 24,8	Ordu	% 100	% 61,9	% 38,1
Antalya	% 100	% 40,9	% 59,1	Hakkâri	% 100	% 32,4	% 67,6	Osmaniye	% 100	% 57,8	% 42,2
Ardahan	% 100	% 44,3	% 55,7	Hatay	% 100	% 45,6	% 54,4	Rize	% 100	% 75,6	% 24,4
Artvin	% 100	% 46,9	% 53,1	Iğdır	% 100	% 34,8	% 65,2	Sakarya	% 100	% 68,1	% 31,9
Aydın	% 100	% 35,7	% 64,3	Isparta	% 100	% 56	% 44	Samsun	% 100	% 63,6	% 36,4
Balıkesir	% 100	% 45,5	% 54,5	İstanbul	% 100	% 48,6	% 51,4	Siirt	% 100	% 47,8	% 52,2
Bartın	% 100	% 56	% 44	İzmir	% 100	% 31,2	% 68,8	Sinop	% 100	% 57,7	% 42,3
Batman	% 100	% 36,3	% 63,7	Kahramanmaraş	% 100	% 74	% 26	Sivas	% 100	% 71,3	% 28,7
Bayburt	% 100	% 81,7	% 18,3	Karabük	% 100	% 60,7	% 39,3	Şanlıurfa	% 100	% 70,8	% 29,2
Bilecik	% 100	% 48,9	% 51,1	Karaman	% 100	% 63,6	% 36,2	Şırnak	% 100	% 28,3	% 71,7
Bingöl	% 100	% 72,6	% 27,4	Kars	% 100	% 51	% 49	Tekirdağ	% 100	% 38,9	% 61,1
Bitlis	% 100	% 59,4	% 40,6	Kastamonu	% 100	% 64,8	% 35,2	Tokat	% 100	% 63,2	% 36,8
Bolu	% 100	% 62,3	% 37,7	Kayseri	% 100	% 67,8	% 32,2	Trabzon	% 100	% 66,5	% 33,5
Burdur	% 100	% 51,7	% 48,3	Kırkkale	% 100	% 62,4	% 37,6	Tunceli	% 100	% 19,6	% 80,4
Bursa	% 100	% 53,2	% 46,8	Kırklareli	% 100	% 28,7	% 71,3	Uşak	% 100	% 47	% 53
Çanakkale	% 100	% 39,5	% 60,5	Kırşehir	% 100	% 53,3	% 46,7	Van	% 100	% 42,7	% 57,3

Şekil 32 Türkiye Geneli Referandum Sonuçları Tüm Şehirler

EN YÜKSEK EVET		EN YÜKSEK HAYIR	
1. Bayburt	% 81.70	1. Tunceli	% 80.41
2. Rize	% 75.55	2. Şırnak	% 71.70
3. Aksaray	% 75.49	3. Kırklareli	% 71.33
4. Gümüşhane	% 75.16	4. Edirne	% 70.49
5. Erzurum	% 74.48	5. Muğla	% 69.30
6. Yozgat	% 74.27	6. İzmir	% 68.80
7. Kahramanmaraş	% 73.96	7. Diyarbakır	% 67.59
8. Çankırı	% 73.35	8. Hakkari	% 67.58
9. Konya	% 72.88	9. Iğdır	% 65.20
10. Bingöl	% 72.57	10. Aydın	% 64.30

Şekil 33 Anayasa referandumunu sonuçlarına göre en yüksek Evet ve Hayır oyu veren iller ¹⁶³



Şekil 34 Dünya Geneli Referandum Sonuçları¹⁶⁴

¹⁶³ <http://referandum.ntv.com.tr> Erişim Tarihi: 17 Nisan 2017

¹⁶⁴ <http://www.yenisafak.com/secim-referandum-2017/secim-sonuclari> 17.04.2016

Katılım oranı — 48,2 Açılan sandık — 7.388 / 7.388 Toplam seçmen — 2.957.870 Kullanılan oy — 1.424.227 Geçerli oy — 1.406.573

Tüm Ülkeler

* Dünya Geneline başkonsoluklar, büyükelçilikler, limanlar, hava alanları, gümrük kapılarındaki oy dağılımlarını özet olarak gösterir.

Ülke	Sandık	Evet	Hayır	Ülke	Sandık	Evet	Hayır	Ülke	Sandık	Evet	Hayır
Almanya	% 100	% 63,1	% 36,9	Gürcistan	% 100	% 40,7	% 59,3	Macaristan	% 100	% 25,7	% 74,3
Amerika Birleşik Dev.	% 100	% 16,2	% 83,8	Hollanda	% 100	% 70,9	% 29,1	Makedonya	% 100	% 58	% 42
Arnavutluk	% 100	% 41,8	% 58,2	Irak Cumhuriyeti	% 100	% 34,6	% 65,4	Mısır	% 100	% 59	% 41
Avustralya	% 100	% 41,8	% 58,2	İran	% 100	% 45,3	% 54,7	Norveç	% 100	% 57,2	% 42,8
Avusturya	% 100	% 73,2	% 26,8	İrlanda	% 100	% 19,9	% 80,1	Özbekistan	% 100	% 53,7	% 46,3
Azerbaycan	% 100	% 38,3	% 61,7	İspanya	% 100	% 13,3	% 86,7	Polonya	% 100	% 25,6	% 74,4
Bahreyn	% 100	% 13,6	% 86,4	İsrail	% 100	% 43,4	% 56,6	Romanya	% 100	% 44,6	% 55,4
Belçika	% 100	% 75	% 25	İsveç	% 100	% 47,1	% 52,9	Rusya Federasyonu	% 100	% 26	% 74
Birleşik Arap Emir.	% 100	% 13,3	% 86,7	İsviçre	% 100	% 38,1	% 61,9	Singapur Cumhuriyeti	% 100	% 44,3	% 55,7
Birleşik Krallık	% 100	% 20,3	% 79,7	İtalya	% 100	% 37,9	% 62,1	Sudan	% 100	% 65,9	% 34,1
Bosna-Hersek	% 100	% 61,8	% 38,2	Japonya	% 100	% 36,1	% 63,9	Suudi Arabistan	% 100	% 55,1	% 44,9
Bulgaristan	% 100	% 28,6	% 71,4	Kanada	% 100	% 27,9	% 72,1	Tayland	% 100	% 12,9	% 87,1
Cezayir	% 100	% 43	% 57	Katar	% 100	% 18,9	% 81,1	Türkiye	% 100	% 61,4	% 38,6
Çek Cumhuriyeti	% 100	% 12,5	% 87,5	Kazakistan	% 100	% 41,4	% 58,6	Türkmenistan	% 100	% 43,7	% 56,3
Çin Halk Cumhuriyeti	% 100	% 23,8	% 76,2	Kırgızistan	% 100	% 57,4	% 42,6	Ukrayna	% 100	% 35,7	% 64,3
Danimarka	% 100	% 60,6	% 39,4	Kosova	% 100	% 57,1	% 42,9	Umman	% 100	% 24	% 76
Finlandiya	% 100	% 28,5	% 71,5	Kuveyt	% 100	% 23,4	% 76,6	Ürdün	% 100	% 75,9	% 24,1
Fransa	% 100	% 64,8	% 35,2	Kuzey Kıbrıs Türk Cum.	% 100	% 45,2	% 54,8	Yeni Zelanda	% 100	% 17,7	% 82,3
Gümrük	% 100	% 64,2	% 35,8	Lübnan	% 100	% 93,9	% 6,1	Yunanistan	% 100	% 22,6	% 77,4
Güney Afrika	% 100	% 36,8	% 63,2	Lüksemburg Büyük Dü...	% 100	% 62,9	% 37,1				

Resmî kurumların yayımladığı sonuçlar esas alınarak hazırlanan bu içeriklerde tre (-) ile belirtilen il ya da ilçelerle ilgili verilere ulaşılamamıştır.

Şekil 35 Dünya Geneli Referandum Sonuçları

9. REFERANDUM SÜRECİNDE NELER DEĞİŞTİ?

GENÇLER MECLİS'E GİRECEK

18 madde kapsamında yapılan en önemli değişiklik milletvekili seçilme yaşının 25'ten 18' inmesi. Siyaset arenasında daha genç seslerin yükselmesini sağlayacak bu girişim ile siyasete daha farklı bir bakış açısı katılması planlanıyor. Anayasa maddesine bizzat Cumhurbaşkanı Erdoğan tarafından konulan bu değişiklik, "Seçebilenler aynı zamanda seçilebilmelidir" düsturuyla kamuoyunda da karşılık bulmuştu. Referandum sonuçlarıyla birlikte, gençlere vekillik yolu açılmış oldu.¹⁶⁵

TEMSİL HAKKI ARTTI

Milletvekili sayısını 550'den 600'e çıkarmayı öngören düzenleme ile vatandaşların mecliste temsiliyet oranı da arttı. Vatandaşların kendi ilinde daha fazla temsilciye sahip olmasını öngören değişiklikle, Avrupa standartlarına bir adım daha yaklaşıldı.

VEKİLLERE TEMPO GELİYOR

Değişikliğe sunulan 3'üncü madde ışığında milletvekillerine daha fazla görev verildi. Özellikle kanunların hükümet değil, milletvekillerince teklif edilmesi, muhalefet milletvekillerinin de söz söylerliğini artıracak. Meclis'te hazırlanıp kabul edilen kanunu Cumhurbaşkanı'nın geri göndermesi durumunda da son söz Meclisin olacak. Aynı maddede ayrıca, hükümet yetkililerine verilen yazılı bir soruya 15 gün içinde dönüş yapılması zorunluluğu da getirdi. Hiçbir hususun cevapsız kalmayacağı meclise ilk kez HSYK için üye seçme hakkı da tanınıyor.

İSTİKRAR DEVAMLILIK OLACAK

Seçim sürelerini belirleyen 4'üncü maddede yapılacak değişiklik sayesinde cumhurbaşkanlığı ve meclis genel seçim süresi 4'ten 5'e çıkarıldı. Meclis ve cumhurbaşkanlığı seçimlerinin aynı gün yapılması, ABD'de yaşanan bütçe sıkışıklığı gibi sorunların Türkiye'de yaşanmaması için büyük bir kolaylık sağlıyor. Halkın

¹⁶⁵<http://www.memurlar.net/haber/661633/1-evet-le-ne-degisti.html> 17.04.2017

gündemini sürekli seçim maratonuyla meşgul etmeyecek yeni sistemle birlikte, erken seçim ve krizler bitecek, yerine ise 5 yıllık istikrar ve uzlaşma kültürünün hakim olduğu bir sistem gelecek.

Görev süresi 5 yıl

11. maddede yapılan değişiklikle birlikte TBMM genel seçimi ile Cumhurbaşkanlığı seçimi birlikte yapılacak. Cumhurbaşkanının ikinci döneminde meclis tarafından seçimlerin yenilenmesine karar verilmesi durumunda cumhurbaşkanı bir kez daha aday olacak. Seçimlerinin birlikte yenilenmesine karar verilen meclisin ve cumhurbaşkanının yetki ve görevleri, yeni Meclisin ve cumhurbaşkanının göreve başlamasına kadar devam edecek.¹⁶⁶

Bu şekilde seçilen meclis ve cumhurbaşkanının görev süreleri de 5 yıl olacak. 12'inci madde kapsamında OHAL ilan edebilme yetkisi cumhurbaşkanına verildi. OHAL ilan edilme kapsamı afet, tehlikeli salgın hastalıklar veya ağır ekonomik bunalım hallerinin yanı sıra savaş, savaş gerektirecek bir durumun başgöstermesi olarak belirtildi. Anayasada seferberlik, ayaklanma, vatan veya cumhuriyete karşı kuvvetli ve eylemli bir kalkışmanın, ülkenin ve milletin bölünmezliğini içten ve dışta tehlikeye düşüren yaşanması halinde yurdun tamamında veya bir bölgesinde OHAL ilan edilebilecek.

Uzlaşma kültürü oluşuyor

Cumhurbaşkanı ve meclis arasında yaşanacak herhangi bir uyuşmazlık durumunda seçimi yenileme kararı verilebilecek. Ayrıca iki kurumdan herhangi biri seçim yenileme kararı alırsa, iki seçim yine aynı anda gerçekleşecek. Milletın doğrudan seçtiği cumhurbaşkanı, aldığı kararlardan dolayı hem siyasi hem de hukuki olarak sorumlu olacak. Aynı maddeyle ülkemizde partili cumhurbaşkanı düzenlemesi hayata geçmiş oldu.

Disiplin mahkemeleri tarih oldu

¹⁶⁶<http://www.memurlar.net/haber/661633/1-evet-le-ne-degisti.html> 17.04.2017

Referanduma halkın onayına sunulan 13'üncü maddede ise disiplin mahkemeleri dışında askeri mahkemeler kurulamayacak. Ancak savaş halinde asker kişilerin görevleri ile ilgili olarak işledikleri suçlara ait davalara bakmakla görevli askeri mahkemeler kurulabilecek.

HSYK SİL BAŞTAN

HSYK'da değişikliği öngören 14'üncü madde kapsamında ise HSYK'nın adı Hakimler ve Savcılar Kurulu şeklinde değişiyor. Kurulun üye sayısı 13, daire sayısı 2 olacak. Kurula Adalet Bakanı başkanlık edecek ve Adalet Bakanlığı Müsteşarı da kurulun tabii üyesi olarak görev yapacak. Öğretim üyeleri ile avukatlar arasından seçilen üyelere, en az birinin öğretim üyesi ve en az birinin de avukat olması istenecek. Üyeler, 4 yıl için seçilecek. Süresi biten üyeler bir kez daha seçilebilecek.¹⁶⁷

Bütçe sıkıntısı bitti

Bütçe faaliyetlerini kapsayan 15'inci maddeyle kamu idareleri ve kamu iktisadi teşebbüsleri dışında kamu tüzel kişilerin harcamaları yıllık bütçelerle yapılacak. Cumhurbaşkanı tarafından mali yılbaşından en az 75 gün önce hazırlanacak bütçe teklifi, TBMM'ye sunulacak. Bütçe Komisyonu'nda görüşülecek bütçe teklifi, 55 gün içinde Genel Kurul'da görüşülerek karara bağlanacak. Bütçe eğer verilen sürede yürürlüğe konulamazsa, geçici bütçe kanunu devreye konacak. Ayrıca yeni bütçe kanunu kabul edilinceye kadar, kurumların çalışmasını hızlandırmak için önceki yılın bütçesi uygulanacak.

Cumhurbaşkanına hesap sorulacak

9'uncu maddeyle Cumhurbaşkanı hakkında, bir suç işlediği iddiasıyla TBMM üye tamsayısının salt çoğunluğunun vereceği önergeyle soruşturma açılması istenebilecek. Meclis, önergeyi en geç bir ay içinde görüşüp, üye tamsayısının beşte üçünün gizli oyuyla soruşturma açılmasına karar verecek. Hakkında soruşturma açılmasına karar verilen Cumhurbaşkanı yeniden seçim kararı alamayacak. Ayrıca Yüce Divanda seçilmeye engel bir suçtan mahkûm edilen Cumhurbaşkanı'nın görevi sona erecek.

¹⁶⁷<http://www.memurlar.net/haber/661633/1-evet-le-ne-degisti.html> 17.04.2017

Meclis'te aksaklık yaşanmayacak

Cumhurbaşkanı seçildikten sonra bir veya daha fazla cumhurbaşkanı yardımcısı atanmasını öngören 10'uncu maddeyle cumhurbaşkanı yardımcılığı sistemi geldi. Cumhurbaşkanlığı makamının herhangi bir nedenle boşalması halinde 45 gün içinde yeni cumhurbaşkanı seçilecek. Yenisi seçilene kadar makama, cumhurbaşkanı yardımcısı vekalet edecek. Bu maddeyle devletin yönetiminde herhangi bir aksaklığın yaşanmasına engel olunacak.

Halk güvenoyu verdi

16'ncı maddedeki değişiklikle birlikte mevcut anayasada yer alan bakanlar kurulu, sıkıyönetim, askeri yargıtay gibi kelimeler düzenlendi. Anayasada başbakan olarak yer alan kısımlar cumhurbaşkanı olarak değiştirildi.¹⁶⁸

16.1 3 Kasım 2019'da Seçim Var

17'inci madde uyarınca, TBMM'nin bir sonraki seçimi ve cumhurbaşkanı seçimi, 3 Kasım 2019 tarihinde yapılacak. Seçimin yapılacağı güne kadar milletvekillerinin ve cumhurbaşkanının görevi devam edecek. Meclisin seçim kararı alması halinde, 27'nci Yasama Dönemi Milletvekili Genel Seçimi, cumhurbaşkanı seçimiyle beraber yapılacak.

Liyakat esasıyla iş bölümü

Anayasanın 8'inci maddesi doğrultusunda üst düzey yöneticiler cumhurbaşkanlığı tarafından atılıyor. Yeni yönetim işbaşına geldiği andan itibaren, süratle kendi ekibini kurmasını öngören maddeyle, atamalardaki bürokratik gecikmeler de ortadan kalkıyor. Performansa dayalı görev değişikliklerinin de hızlıca yapıldığı sistem sayesinde, ehliyet ve liyakat da ön plana çıkıyor.

Cumhurbaşkanı partili olacak

¹⁶⁸<http://www.memurlar.net/haber/661633/1-evet-le-ne-degisti.html> 17.04.2017

Referanduma sunulan 18'inci maddeye göre, "Cumhurbaşkanı seçilenin, varsa partisi ile ilişiği kesileceğine" dair hüküm kaldırılacak. Ayrıca mevcut anayasada bulunan Bakanlar Kurulu, sıkıyönetim, tasarı, KHK, Askeri Yargıtay, Askeri Yüksek İdare Mahkemesi ibareleri de kaldırılacak. Bu ibarelerin kaldırılmasına dair değişiklikler de TBMM ve cumhurbaşkanı seçimleri sonucunda cumhurbaşkanının görevi başladığı tarihte yürürlüğe girecek.

Çift başlılık bitti

Cumhurbaşkanlığı hükümet sistemiyle birlikte çiftbaşlılık ortadan tamamen kalkacak. şu an Bakanlar Kurulu'nda olan kararname çıkarma yetkisi hükümetin başı olan cumhurbaşkanına devredilecek. Cumhurbaşkanı idari düzenlemeleri yapıp, kararnameler çıkaracak yetkilere sahip olurken, temel haklar, kişi hakları ve ödevleriyle siyasi haklar ve ödevler konusunda kararname çıkaramayacak.¹⁶⁹

10. Milliyetçi Hareket Partisi Referandum Sonrası Açıklamaları

Milliyetçi Hareket Partisi Genel Başkanı Devlet Bahçeli, 16 Nisan 2017 günü gerçekleştirilen Anayasa Halk Oylaması'nın kesin olmayan sonuçları ile ilgili oluşan spekülasyonlar hakkında yazılı basın açıklaması gerçekleştirdi. Yapılan yazılı açıklama şu şekildeydi: "Türk milleti tarihi nitelikli demokrasi imtihanından alınının akıyla çıkmış, irade ve tercihini sandıkta göstermiştir. 18 maddelik anayasa değişikliğinin oylandığı 16 Nisan 2017 halkoylaması yüksek bir katılım, takdir edilecek huzur ve güven ortamında tezahür etmiştir. Aziz milletimiz büyük bir olgunluk içinde sandık başına gitmiş ve Cumhurbaşkanlığı Hükümet Sistemine geçilmesine hür iradesiyle onay vermiştir. Bu çok önemli bir başarı, ihmal ve inkârı imkansız bir kazanımdır. Egemenliğin yegâne sahibi büyük Türk milleti ülkesinin geleceği hakkında son sözü söylemiş, istiklal ve istikbaline sahip çıkmıştır. Buna herkes saygı göstermek ve riayet etmek durumundadır. Bugünkü sonucun ülkemize, milletimize, Türk demokrasisine ve siyasi partilerimize kutlu olmasını yürekten diliyorum. Milli iradenin evet yönünde tecelli etmesiyle devlet ve siyaset hayatımızda yeni bir döneme girilmiştir. Milliyetçi Hareket Partisi 16 Nisan 2017'ye kadar üstüne düşen her görevi harfiyen yerine getirmiş, verdiği demokratik sözün ardında kararlı ve

¹⁶⁹<http://www.memurlar.net/haber/661633/1-evet-le-ne-degisti.html> 17.04.2017

omurgalı şekilde durmuştur. Tüm dünyanın 16 Nisan Referandumuna dikkat kesilip hayır tercihinin öne çıkması için yaptığı baskı, şantaj, dayatma, zorlama ve tehditler Türk milletinin muazzam iradesiyle püskürtülmüştür.

Bilinmelidir ki, Türkiye milli varlığını ve parlak geleceğini hedef alan çok çetin tehlike ve tuzaklarla dolu nazık bir dönemden geçmektedir. Milli güvenliğimizi doğrudan hedef alan mihraklar komplo ve saldırılarını ağırlaştırarak sürdürecektir. Üç kanlı terör örgütü PKK/PYD, FETÖ ve İŞİD’le içerde ve dışarda amansız bir mücadele verilmektedir. Irak ve Suriye’deki tehlikeli gelişmeler Türkiye için çok ciddi milli güvenlik risklerini beraberinde getirmiştir. Türk Silahlı Kuvvetleri’nin İŞİD ve PYD ile mücadele için Suriye topraklarındaki askeri hareketinde kritik bir aşamaya gelmiştir. İçerde ve dışarda karşı karşıya bulunduğumuz milli güvenlik tehditleri kuşku yok ki çok ciddi boyutlara ulaşmıştır. Bunun yanında devlet ve toplum olarak bünyemizi saran FETÖ mikrobu henüz tamamıyla sökülüp atılamamıştır.

Önümüzdeki zor ve hassas dönemde birlik ve dayanışma ruhu içinde hareket edilmesi, herkes için milli bir sorumluluk, hatta zorunluluktur. 16 Nisan Referandumu sonrası siyasi cepheleşmelerin derinleşmesini önlemek, toplumsal huzurun yıkımına yol açacak tutum ve hareketlerden kaçınmak ülkemizin geleceği açısından hayati önem taşımaktadır. Milliyetçi Hareket Partisi herkesin vatan sevgisinden beslenen siyasi sorumluluk duygusu ile davranmasını samimiyetle ümit etmekte ve buna inanmaktadır. Türkiye hepimizindir. Aziz milletimizi aydınlık bir geleceğe taşımak hepimizin ortak görevi olmalıdır.

16 Nisan Referandumunun kampanya döneminde kıt imkânlarla aldırmandan samimiyetle, inançla ve azimle mücadele ederek ülkemiz için ettiğimiz yemininin gereğini yapan, bunun için çalışan tüm parti teşkilatlarımızı ve dava arkadaşlarımızı kutluyorum. Sandıktan evet oyunun çıkması için mücadele veren Sayın Cumhurbaşkanı’na, Sayın Başbakan’a, iktidar partisi AKP’ye ve elbette bekamız için evet mührünü vuran Türk milletine şükranlarımı sunuyorum.”

MHP Genel Başkanı yapmış olduğu basın açıklaması ile “Türkiye’nin Bekası” kavramının önemi bir kez daha vurgulamış, sandıktan çıkan sonuçtan memnun olduğunu belirterek Türk Halkı’na teşekkürlerini iletmiştir.

10.1. Milliyetçi Hareket Partisi Referandum Sonrası Yapılan İlk Açıklamalar

Milliyetçi Hareket Partisi Genel Başkanı Devlet Bahçeli, 16 Nisan 2017 günü Türkiye’de gerçekleştirilen referandum sonrası yapmış olduğu yazılı basın açıklamasının ardından partinin her Salı günü gerçekleştirmiş olduğu Grup Toplantısı Konuşması’nda referanduma yönelik açıklamalarda bulundu. MHP Genel Başkanı Devlet Bahçeli’nin yapmış olduğu açıklamalar şu şekildedir:

“Türkiye son 60 yıllık tarihinde altı defa referanduma gitmiştir. Yedincisi de yüksek bir katılımı 16 Nisan’da yapılmıştır.

Türk milleti geçtiğimiz Pazar günü iradesini göstermiş, yeni bir dönemin kapısını aralamıştır.

16 Nisan Referandumu demokrasi hayatımızda bir milat, çok partili siyaset tarihimizde bir dönüm noktasıdır.

11 Ekim 2016 tarihli Meclis grup toplantımızda gündeme getirdiğimiz düşünce ve tekliflerimiz altı aylık yoğun bir mücadeleden sonra anayasal bir içerik kazanmıştır.

Milliyetçi –Ülkücü Hareket başladığı bir işi yarım bırakmamış, verdiği sözlerin altında kalmamıştır.

Taahhütlerimizin gereği yapılmıştır.

Bu ülke için ettiğimiz yeminler tutulmuştur.

Biz de hile arayan, tuzak araştıran, komplo araması yapan kim varsa 16 Nisan’da hüsrana uğramıştır.

Milliyetçi Hareket Partisi milleti için sorumluluk almış, evet demiştir.

Devleti için devreye girmiş, evet kararını tüm engellemelere rağmen savunmuş, ardında durmuştur.

Vicdanımız rahat, gönlümüz müsterihtir.

“Önce ülkem ve milletim, sonra partim ve ben” ilkemiz doğrultusunda 16 Nisan’da Türkiye’ye evet dedik, bundan sonra da aynı kararlılığımızı sürdüreceğiz.

DEĞERLENDİRME VE SONUÇ

2017 Anayasa Değişikliği Referandumu süresi boyunca yapılan çalışmalar etnografik ve söylem analizi yöntemleri ile incelenmiştir. Türkiye tarihi açısından kritik bir öneme sahip bu anayasada Milliyetçi Hareket Partisi'nin sosyal medyayı kullanma stratejisi, iktidar partisi ile olan diyalogu ve süreç içindeki tarihsel gelişimi etnografik yöntemle incelenmiştir. Ele alınan siyasi lider Devlet Bahçeli'nin Twitter kullanımına bakıldığında açıklayıcı tek bir formülün olmadığı görülmektedir. Siyasi bir parti olarak sosyal medyayı etkin olarak ve interaktif iletişime açık kullanılması gerekirken parti ve parti lideri Twitter'da hiçbir şekilde diğer kullanıcılarla etkileşim ya da iletişime girmemektedir. Bu durum Türkiye siyasal hayatında parti hiyerarşisinin ve parti liderlerinin erişilmezliğinin bir ifadesi olarak yorumlanabilir.

Anayasa gibi önemli ve anlaşılması güç bir konunun halka daha basit ve anlaşılır bir dille ifade edilmesi mümkünken; referandum süresi boyunca anlam ve söylem olarak anayasa içeriğini halka anlatmaktan ziyade referanduma neden gerek duyulduğu ve halkın bu konuda parti liderine ve partinin fikriyatına güvenilmesi gerektiğine sürekli dikkat çekilmek istenmiştir. Anayasa değişikliği sonucunda nelerin olacağı, Türkiye'yi hangi konularda daha ileriye taşıması gerektiği nadiren dile getirilmiştir. Mitinglerde kullanılan coşkulu ve uzun söylem dilinin, gerek geleneksel gerekse dijital medyadakinden farklı olmasının gerektiği unutulmamalıdır.

Günümüz insanı dijitalde atfedilen reklamları, önerileri zamanın kısıtlı olmasından dolayı uzun uzadıya okuyamamakta, görsel hafıza ile akılda kaldığı kadar inceleyebilmektedir. Oysaki MHP ve referandum sürecinde diğer partilerde gördüğümüz, önceki seçim dönemleri kadar sosyal medyaya özgü paylaşımlar yapılmadığıdır. Ele alınan konular Türkiye Cumhuriyeti vatandaşlarını birebir ilgilendirdiği için daha detaylı ve açıklayıcı ifadeler kullanılabilir; daha geniş kitlelere erişim için TV programlarına ağırlık verilebilir.

TV, sosyal medya ve dijital mecraların her birinde kullanılan görsellerin ve söylemlerin farklı olması gerektiğinin anlaşılması gerekmektedir.

Araştırma yöntemi olarak uygulamış olduğum etnografik araştırma yöntemini toplulukların bir arada olduğu ve topluluğu etkileyen önemli merkezlerin incelenabilirliği açısından faydalı buldum.

KAYNAKÇA

- Aktaş, H. (2004).**Bir Siyasal İletişim Aracı Olarak İnternet**, Konya: Tablet Yayınları,
- **Amme İdaresi Dairesi**, Cilt 37 , Sayı 4 , Aralık 2004
- Aziz, Aysel, (2003, 2011). **Siyasal İletişim**. Ankara: Nobel Yay.
- Çaylı Rahte, Emek. “Gündüz Kuşağı Televizyonunun Etnografik Analizi: Bir İntrosperfik Çalışması”, Sahann Sesleri İletişim Araştırmalarında Etnografik Yöntem, Hakan Ergül, (der.), Bilgi Üniversitesi Yayınları, İstanbul, 2013.
- De Sola Pool, I. (1974). “The Rise of Communications Research”, Journal of Communication, 24 (2), s.31).
- Erol Mutlu, **İletişim Sözlüğü**, Ark Yayınları, Ankara, 1994,
- Ferhat Kentel, “**Demokrasi, Kamuoyu Ve İletişime Dair**”,Birikim Dergisi, Sayı:30, İletişim Yayınları, İstanbul,1991,
- Hamit Emrah Beriş **30 Mart’a Doğru Milliyetçi Hareket Partisi – SETA** Yayın
- Hıfzı Topuz, **Siyasal Reklamcılık: Dünyadan Ve Türkiye’den Örneklerle**, İstanbul, 1991,
- Honeycutt, C. Ve Herring, S. (2009), “Beyond Mcroblogging: Conversation and Colloboration via Twitter”, Proceedings of the Forty- Second Hawai’i International Conference on System Sciences (HICSS-42), CA:IEEE Press.
- <http://abone.turk.net/elibal/yazim/iletisim.htm>, 23.11.2002
- <http://alnot.com/siyasal-iletisim-ders-notlari/> 06.12.2015
- <http://cibalipostasi.com/referandum-surecinde-siyasetin-dili-ne-durumda/>
- <http://ersinbayraktar.blogspot.com.tr/2013/04/sosyal-medya-ve-siyasal-iletisim.html> 31.03.2013
- http://file.setav.org/Files/Pdf/20150608173128_turkiyede-siyasal-iletisim-pdf.pdf
- <http://irfanerdogan.com/organisations/orgnztmenu.htm>
- <http://sometre.blogspot.com.tr/> 25.05.2013

- <http://sosyalmedya.com/sosyal-medya-nedir/> 15.05.2012 Yılmaz BARIŞ
- http://wikisosyalizm.org/Milliyet%C3%A7i_Hareket_Partisi
- <http://www.1bilgi.com/halkla-iliskiler/2995/orgut-iletisimi.html> 06.11.2007
- <http://www.a24.com.tr/referandum-nedir-nasil-yapilir-haberi-40080898h.html?h=50> 09.12.2016
- <http://www.birgun.net/haber-detay/mhp-nin-referandum-slogani-belli-oldu-146540.html> 11.02.2017
- <http://www.cnnturk.com/turkiye/referandum-maddeleri-ile-ne-degisecek-18-madde-referandumda-oylanacak> 14.04.2017
- http://www.cumhuriyet.com.tr/haber/siyaset/664173/MHP_nin_referandum_stratejisi_milli_hassasiyetler.html 23.01.2017
- <http://www.dersimiz.com/bilgibankasi/REFERANDUM-NEDIR-HAKKINDA-BILGI-11.html>
- <http://www.egitim.aku.edu.tr/ergun8.htm> Mustafa Ergün, “Eğitim Sosyolojisi”, 21.12.2014,
- <http://www.enfal.de/sosyalbilimler/tr/007.htm>
- <http://www.mhp.org.tr/http://bdp.org.tr/anasayfa/> / 25.11.2012
- <http://www.milliyet.com.tr/mhp-den-referandum-genelgesi-siyaset-2397520/> 16.02.2017
- <http://www.odevsel.com/egitim/2740/iletisim-kavraminin-tanimi-ve-onemi.html> 12.07.2007
- http://www.sabah.com.tr/galeri/turkiye/turkiyenin_referandum_tarihi_440522_455237/9 11.09.2010
- <http://www.toplumdusmani.net/modules/wordbook/entry.php?entryID=6324/iletisimi-engelleyen-unsurlar-nedir+iletisimi-engelleyen-unsurlar-ne-demek> 10.10.2011
- <http://www.yenisafak.com/secim-referandum-2017/secim-sonuclari> 17.04.2016
- <https://enformatikgezginler.wordpress.com/2011/07/03/iletisim-kavraminin-tanimi-ve-onemi/> 03.07.2011
- <https://prezi.com/iunc5t6i8uz3/iletisimi-engelleyen-faktorler/> 24.03.2014
- <https://tr.sputniknews.com/turkiye/201703021027457300-mhp-referandum-kampanya-belli-oldu/> 02.03.2016

- <https://twitter.com/dbdevletbahceli?lang=tr>
- <https://www.evrensel.net/yazi/78023/akp-mhp-koalisyonunun-baskanlik-hesabi-tutar-mi03.12.2016>
- <https://www.slideshare.net/VTEarastirma/sosyal-medya-kullanm-genel-profil-1>
- <https://www.turkcebilgi.com/referandum>
- **İletişim Genel ve Örgütsel Boyutuyla**, Seçkin Yayıncılık, İstanbul
- İNAL, A., “Yazılı Basın Haberlerinde Yapısal Yanlılık Sorunu”, **Toplum ve Bilim**, Sayı:67, Ankara, 1995.
- Karasar, N.(2011). Bilimsel Araştırma Yöntemi. Ankara: Nobel Yayınları.
- Kemal Gözler, "Halkoylamasının Değeri", Ankara Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi
- **Kooperatiflerde İletişim ve Önemi**, Kurgu Dergisi, Açık öğretim Fakültesi İletişim Bilimleri Dergisi,
- Köker, E. (2007), Politikanın İletişimi, İletişimin Politikası , Ankara: İmge Kitabevi.
- **Kültürel Kuramda Anahtar Kavramlar**, 1. Baskı, (İstanbul: Açılım Kitap, 2007)
- Kvale, Steiner. **Interviewers: An Introduction to Qualitative Research Interviewing**, London: Sage, 1996.
- Mahmut Oktay, “**Demokratik Sürecin Sağlıklı İşleyişi Açısından Siyasal İletişimde Sosyal Sorumluluk Meselesi**”, Marmara İletişim Dergisi, Sayı: 2, İstanbul, 1993,
- Mahmut Oktay, **Politikada Halkla İlişkiler**, Derin Yayınları, İstanbul, 2002,
- **Marka Toplulukları: Markaların Sanal Ortamdaki Etkileşim Alanları**, Yeni Medya Pratikler Olanaklar, Umut tepe Yayınları, Kocaeli
- Mil, B. (2007). “Nitel Araştırma Tekniği Olarak Görüşme”. İçinde A.Yüksel, B.Mil, Y. Bilim (Editör), Nitel Araştırma. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Mustafa Erkal, **Sosyoloji (Toplumbilimi)**, 13. Basım, (İstanbul: Der Yayınları, 2006)
- Mutlu, E. (2008). **İletişim Sözlüğü**, Ankara: Ayraç Kitabevi,
- Oktay, Mahmut. (2002). **Politika da Halkla İlişkiler**, İstanbul: Derin Yayınları

- Özkan Dr. Abdullah (2003), Siyasal İletişim;Partiler, seçimler, stratejiler , Nesil Yayınları, İstanbul
- Özcan Köknel, **Kimliğini Arayan Gençliğimiz**, (İstanbul: Altın Kitaplar Yayınevi, 2001)
- **REFERANDUM** – ERCAN DURDULAR TBMM Yayınevi
- Saka, Erkan. “Sınırları Aşmak: **Türkiye’de Sosyo-Kültürel Antropoloji Çalışmalarında Yeni Yaklaşımlar**” Mardin: Mardin Artuklu Üniversitesi Antropoloji Atölyesi, Çizgi Kitabevi, Aralık 2014.
- Semih Yalçın **Anayasa Değişikliği ve Referandum Sürecinde MHP’nin Rolü**
- Tevfik Güngör, **Dünya Gazetesi**, 23 Nisan 2002
- <http://politiccom.blogspot.com.tr/2010/11/siyasal-iletisim.html> 20.11.2010
- Uslu, Zeynep Karahan. (1996). “**Siyasal İletişim ve 24 Aralık 1995 Genel Seçimleri**”, Yeni Türkiye Dergisi, Sayı.11
- VAN DİJK, Teun A., “Söylem ve İdeoloji: Çok Alanlı Bir Yaklaşım” (Çev. Nurcan Ateş), Barış Çoban (Der.), **Söylem ve İdeoloji**, İstanbul: Su Yayınevi, ss. 13-112, 2003.
- Veysel Batmaz, “**Türkiye’de Siyasal İletişim**”, İletişim Dergisi, Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları, Yıl:1999, sayı:3,Ankara,
- Yıldırım, A ve Şimşek, H. (2008). “Nitel Araştırma Yöntemleri”. Ankara: Seçkin Yayınları.
- Wolton, D. (1990), “Political Communication: The Construction of a Model” , “European Journal of Communication, 5(1), s. 9-28.