



YRD. DOÇ. DR. ABDULLAH ÖZKAN

Anayasa değişikliği referandumunu üç aydır Türkiye'nin en önemli gündem maddesiydi. Halk olarak referanduma kilitlendik; medyadan sivil toplum örgütlerine, siyasetçilerden sokakdaki vatandaşa kadar deyim yerindeyse, yemedik içmedik referandumla yatıp, referandumla kalktık.

**Bu tablodan çıkartılacak ilk ders şu;** Referandum yapmayı bilmiyoruz, halk olarak da siyaset kurumu olarak da referandumu seçim olarak algılıyoruz. Bu nedenledir ki zaten, meydanlarda referanduma sunulan anayasa maddelerinden daha çok iktidar/muhalefet arasındaki atışmalar gündeme geldi. İktidar partisi icraatlarını anlattı, muhalefet partileri de iktidarın uygulamalarını bir kez de referandum kampanyası sürecinde eleştirmeyi tercih etti.

Siyasi partiler referandumunu genel seçim havasına sokunca, seçmenler de bu havadan çabucak etkilendi, partizanlık referandum sürecine çok fazla yansdı.

Referandumun **siyasal iletişim karnesi** ise ne yazık ki kırık notlarla dolu...

Önce iktidar partisi **AKP**; Referanduma genel seçime hazırlanır gibi hazırlandı, kampanyası teknik ve uygulama olarak diğer partilerin üzerindeydi, özellikle açık havayı en etkili kullanan parti oldu. Öyle ki, bir ara bu kadar yoğun mesaj bombardımanının seçimde negatif etki oluşturabileceği bile konuşuldu. AKP'nin referandumda kullandığı kimi söylemler ise toplumun değişik kesimlerini rahatsız edebilecek üslup ve içerikdeydi.

**Ve muhalefet partileri;** "Hayır" cephesini oluşturan **CHP** ve **MHP**, seçmeni ikna edecek siyasal iletişim teknik ve uygulamalarından yoksun olarak meydanlara indiler... Yine kampanyalarını reklamcılara emanet etmişler,

**siyasal iletişim uzmanlarından**

yardım almamışlardı. Meydanlarda görünürlükleri ve mesajları zayıf idi, kitle iletişim araçlarını etkili kullanamadılar, halkla yüzyüze iletişimde de yeterince başarılı olamadılar. Her iki parti genel başkanı da mitinglerde iktidar partisini hedef almayı, onun icraatlarını eleştirmeyi yeğledi. Polemiklerin, tartışmaların, suni gündemlerin girdabında kaldılar; halka referandumda niçin "hayır" diyeceklerini tam olarak anlatamadılar. Çok fazla miting yapmakla çok başarılı olacakları yanlışına düştüler; mitinglerin kitleleri ikna etmede sanıldığı kadar etkili olmadığı bilgisine vakıf olmadıkları için alternatif iletişim teknik ve yöntemlerine başvurmayı, sanal ortamı kullanmayı akıllarına bile getirmediler.

Referandumu boykot eden **BDP** ise yerel medyayı ve sivil toplum örgütlerini kullanarak kitlelere ulaşma yolunu seçti. Herhangi bir sebepten dolayı oy kullanmayan her seçmeni, kendi hanesine yazdırmayı hedefledi.

**Saadet Partisi**, yeni bir anayasa taslağı hazırlayıp insiyatifi ele alan tek parti olarak 12 Eylül referandum sürecinde esaslı bir kampanya ortaya koyabilir, niçin yeni bir anayasa hazırlanması gerektiğini topluma etraflıca anlatabilir, iktidar ile Meclis'te grubu bulunan muhalefet partilerinin kendi aralarındaki polemiklerinden, kısır çekişmelerinden ayrı bir yerde kendisini konumlayarak "fark"ını ortaya koyabilirdi. Bu fark referandum sürecinde ortaya konulabilseydi, önümüzdeki genel seçimlerde Saadet Partisi'nin yıldızı ciddi bir iktidar adayı olarak siyaset sahnesinde parlayabilirdi. Ama yazık ki, Temmuz ayında yapılan kongre sonrası yaşanan tatsız olaylar, Saadet Partisi'ni böyle bir imkanı kullanmaktan alıkoydu.

**Referandumun iletişim karnesine bakarak özetle şunları söyleyebiliriz:** Siyasi partilerimiz artık siyasal iletişimin gücünü keşfetmeli, siyasal iletişimi sadece seçim dönemlerinde değil, seçim dışında da partilerinin bir parçası haline getirmelidir.

**İletişim, etkileşim, ikna, mesaj** siyasal partilerin ana uğraş alanlarıdır. Bunların sürekli geliştirilmesi, etkili hale getirilmesi, yeni tekniklerin takip edilmesi gerekir. Kamuoyu araştırmaları, seçmen eğilimleri, değişen toplumsal yapı, sosyolojik ve psikolojik algı siyasi partilerin yakından takip etmesi gereken konulardır.

Ayrıca her yapılan **iletişim çalışmasının ölçülmesi**, analiz edilmesi, etkisinin ortaya konulması gerekir. Bunu yapacak uzmanların bulunması, yetiştirilmesi de gerekir. Üniversitelerdeki bilgi birikiminin siyaset kurumuna hizmet etmesi bu durumda kaçınılmazdır.

Siyasi partiler referandum kampanyasını daha düzeyli, etik değerlere bağlı, toplumsal barışa ve huzura hizmet edecek şekilde götürebilirlerdi. Böyle yapılması, ülkemizde **referandum kültürünün** oluşmasına da katkıda bulunurdu.

Umarız 12 Eylül referandumundan gerekli dersler alınır ve halkoylamaları toplumu kutuplaştıran değil, farklı fikirlerin rahatlıkla ifade edilebildiği, kardeşliğin doyasıya yaşandığı demokrasi kaleleri olur.

**Yrd. Doç. Dr. Abdullah Özkan**  
Siyasal İletişim Enstitüsü Direktörü

<http://www.siyasaliletisim.org/>