



BAŞKANLIK Referandumu Paneli

“Aktörler, Kampanyalar ve Stratejiler”



VİZYON BELGESİ

BAŞKANLIK REFERANDUMU PANELİ

“Aktörler, Kampanyalar ve Stratejiler”

(Ocak 2017, İstanbul)

Türkiye, tarihinin en önemli dönemeç noktalarından birine yaklaşmaktadır. Başkanlık sistemini de içeren kapsamlı Anayasa değişikliklerinin oylanacağı referandumun, Türk siyasi ve toplumsal hayatında önemli değişiklikler getirmesi beklenmektedir. Derin bir toplumsal kutuplaşma ortamında gerçekleşmesi beklenen referandum konusunda, Meclis'in hem içindeki hem de dışındaki partilerin tutumları farklılıklar göstermektedir.

AK Parti, “Anayasa değişikliği” fikrinin kaynak partisi olarak ortaya çıkarken; CHP ve HDP otoriterleşmeye dair endişelerini dile getirerek ilgili tasarıya karşı çıkmaktadır. MHP ise, başkanlık sistemini tartışmaya açarak tasarıya şartlı destek vermiş olmasına rağmen, Parti'nin seçmen tabanında konuya dair önemli bir bölünme gözlemlenmektedir. Diğer yandan Meclis dışı partilerin tasarıya karşı tutumu da merak konusudur. Bu azınlık partilerinin yapacağı tercihler; sonucu, yüzde elliden fazla orandaki seçmenin oyuyla belirlenecek referandum için büyük önem taşımaktadır.

Böyle bir ortamda hızla yaklaşan referandum sürecinin partiler arasında ne tür ittifaklar doğuracağı, vatandaş eğilimleri, kamuoyu yoklamaları, partilerin yürüteceği kampanyalar, süreçte ortaya çıkacak matematiksel hesaplar, siyasal söylemler, sivil toplum ve siyaset ilişkileri referandum sonucunda önemli rol oynayacaktır.

Diğer yandan, Darbe girişimi sonrası farklı bir boyut kazandığı görülen medya ve siyaset ilişkileri de referandum sürecinin önemli etkenlerinden birisi olacaktır. Ana akım medyanın siyasi konularda gündem oluşturma ve siyasi davranışı etkileme konularındaki potansiyeli referandum sürecinde de etkisini gösterecektir.

Kitle medyası kadar “yeni medyanın” seçmen davranışını etkilemedeki rolü de referanduma etki edecek büyüklüktedir. Özellikle son ABD başkanlık seçimlerinden sonra, belirleyici gücü üzerine tartışmaların yeniden alevlendiği “yeni medya” teknolojilerinin, özel olarak sosyal medyanın, Referandum sürecindeki siyasal kampanyaların etkisine ne yönde etki edebileceği merak konusudur. “Yeni medya” olanakları üzerinden hangi partinin tabanını destek ya da karşı oy vermeye davet edeceği, referandumun sonucunda ve dolayısıyla Türkiye'nin bundan sonraki siyasi ve toplumsal hayatında belirleyici olacaktır.

Başkanlık Referandumunu Paneli



Siyasal İletişim Enstitüsü (SİE) tarafından düzenlenecek “**Aktörler, Kampanyalar ve Stratejiler**” temalı **Başkanlık Referandumunu Paneli**, Türkiye’nin arifesinde bulunduğu Anayasa Değişikliği ve başkanlık sistemi referandumu sürecinde, partilerin ve siyasi aktörlerin izleyeceği yol haritası konusunda öngörülerde bulunulacak, partiler arasındaki muhtemel ittifaklar, referandum kampanyaları ve izlenecek stratejiler, bizzat kamuoyu araştırmacıları, siyasi iletişim uzmanları, seçim stratejistleri ve siyasi analistler tarafından tartışılacaktır. Çalıştay, önümüzdeki referandum sürecini farklı yönleriyle ele alarak, alanında yetkin konuşmacıların gözüyle önümüzdeki aylarda yaşayacağımız muhtemel siyasi gündemin resmini sunacaktır.

Ana Tema

Aktörler, Kampanyalar ve Stratejiler

Alt Temalar

Kamuoyu Araştırmaları Işığında Vatandaş Eğilimleri ve Öngörüler

Partilerin Referandum Stratejileri, İttifaklar

Referandumun İletişimi: Kampanya Stratejileri, Parti Söylemleri

15 Temmuz’dan Başkanlık Referandumu’na Türk Medyası’nın Siyasi Rolü

Anayasa Referandumu’nda Yeni Medya Etkisi



Merkez Head Office

T +90 212 635 6151 F +90 212 532 5882
A Eski Ali Paşa Cad. No: 20, Fatih, 34091 İstanbul, TR

Ankara Ofisi Office

T +90 312 447 3127 F +90 312 447 3106
A Uğur Mumcu Sk, No.49, Gaziosmanpaşa, 06700 Ankara, TR

bilgi@tasam.org www.tasam.org