

SEÇİM PROPAGANDASI

Atilla SAV¹

Giriş

Propaganda bir düşünceyi, inancı ya da öğretiyi başkalarına tanıtmaya, benimsetmeye ve yayma amacıyla söz, yazı, görüntü gibi yollarla gerçekleştirilen eylem diye tanımlanıyor sözlüklerde.

Propaganda sözcüğü vaktiyle Papalık tarafından Katolik dininin yayılması için kullanılan bir terimdi. Onsekizinci Yüzyılda din dışı amaçlarla da kullanılmaya başlanmıştı. Şimdi verilen tanımlar ise biraz önce de belirtildiği üzere geniş bir alanı kapsayan tanıtmaya ve benimsetmeye eylemine dönüştü.

Kamuoyunu etkilemek ve kendi görüşleri doğrultusunda yönlendirmek için yapılan propagandanın amacı söz, yazı veya görüntü yoluyla kitlelerin davranışlarını etkilemektir. Propaganda özünde siyasal amaçlıdır. Ekonomik ve ticari amaçla yapılan tanıtmaya ve etkilemeye yöntemi olan reklama benzetilebilir.

Sözlükteki tanımıyla reklam bir şeyi halka tanıtmaya, beğendirmeye ve böylece sürümünü sağlamak için denenen her türlü yoldur.

Görülüyor ki, propaganda ile reklam birbirine benzemektedir. Ekonomi ve ticaret amaçlı sürüm neyse siyasal amaçlı sürümü sağlayacak olan propaganda da odur.

Bir görüşe, ya da inanca yandaş kazanmak, onu tanıtmaya için yapılan propaganda eğitime de benzetilebilir.

Ancak eğitim genel olarak kullandığı teknik itibariyle yetiştirip, bilinçlendirerek ikna etmeye yönelir. Oysa propaganda için sonuç önemlidir. Eğitmeye değil egemenliği altına almaya çalışır. Bu bakımdan eğitimin karıştırdır da denebilir.

Propaganda, Yirminci Yüzyılda daha yaygın bir kullanım alanına kavuşmuştur. Reklam gibi propaganda da giderek zenginleşen teknik araçlar ve yöntemlerle işletilmektedir.

¹ CHP Genel Başkan Yardımcısı

Yönlendirme, yineleme, baskı altına alma gibi moral veya fizik yollarla söz, ses, görüntü, film, müzik veya oyun biçiminde belirmektedir.

Eylem pozitif (yapıcı propaganda) olabileceği gibi negatif de olabilir. (Yıkıcı propaganda). Olumlu propaganda ve reklam, tanıttığı konuyu överek, üstün ve iyi yönlerini işleyerek yapılır. Olumsuz propaganda veya reklam ise rakiplerin zayıflatılmasını öngörür. Bu bir bakıma "haksız rekabet" diye adlandırılan yöntemdir. Etik açıdan olduğu gibi hukuki bakımdan da izin verilmez.

1. Seçim Propagandası

Siyasal propaganda, siyasal etkinliğin her aşamasında vardır. Ama en yoğun ve önemli kullanımı seçimler sırasında. Siyasetin en sıcak dönemi olduğu gibi propagandanın en verimli ve gerekli olduğu dönem de seçimlerdir. Kamuoyu, seçim döneminde konuya yönelik büyük bir ilgi ve merak içindedir. Siyasal etkiye açıktır.

298 Sayılı Seçimlerin Temel Hükümleri Hakkında Kanunun Üçüncü Bölüm İkinci Kesiminin (md. 49-66) başlığı **Seçim Propagandası**'dir.

Bu bölümde propaganda araç ve yöntemleri ayrıntılı olarak düzenlenmiştir. Ancak Yasanın yürürlükte bulunduğu otuz sekiz yıllık süreçte, özellikle 1983'den sonraki dönemde yapılan değişiklikler Yasanın sistematik yapısını bozmuştur. Her Seçim öncesinde getirilen özel düzenlemelerle bu bozulma büsbütün karışık hale gelmiştir. Çünkü partisel çıkarlar ön plana geçmiştir.

Teknolojinin gelişimi, propaganda yöntemlerini zenginleştirmiş, alanı genişletmiştir. Kitlelere ulaşmak için eski ve klasik yöntemlerin yanısıra radyo, televizyon gibi yeni yayın araçları çok etkin bir kullanıma kavuşmuştur. Ancak bu alandaki hukuk kurallarının yetersizliği ve belirsizliği bu çok değerli ve etkili araçların kullanımında haksız rekabeti çoğaltmış, fırsat eşitliğini bozmuştur.

298 sayılı Kanunda onyedinci madde halinde düzenlenen seçim propagandasının temel ilkesi 40. maddede şöyle belirlenmiştir. 'Seçimlerde propaganda bu kanun hükümleri dairesinde serbest'tir.

2. Propaganda Dönemi

Seçim Kanununda propaganda önce seçim döneminde bir süreç olarak zaman açısından; sonra da kullanılan çeşitli yöntemler ve araçlar bakımından düzenlenmiştir.

Yasanın 49/II maddesine göre propaganda dönemi on gündür. Oy verme gününden önceki onuncu günün sabahı başlar ve oy verme gününden önceki günün saat 18.00'inde sona erer. Bu, aynı zamanda törenlere ve seçim yasaklarına ilişkin dönemdir.

298 sayılı Yasa ilk biçimiyle seçim döneminde, partiler arasında eşitliğe önem veren bir anlayışa sahipti. Kanun seçim döneminde, özellikle propaganda döneminde, iktidar partisi ile diğer partiler arasında eşitlik ilkesini önde tutmuştu. Bu süre içinde Devlet olanaklarını kullanma ve kamu olanaklarından yararlanmada eşitliği gözetmek için seçim yasaklarını da ayni süreyle belirlemişti.

Süre Yasanın ilk şeklinde yirmi bir gündü. Daha sonra 1987 yılında 3403 sayılı Yasa ile on güne indirilmiştir. Bu süre kısalmasının muhalefet partilerini, iktidara göre olumsuz yönde etkileyeceği açıktır.

Propaganda dönemi dışındaki süreçte topluma yönelik propaganda (toplantılar, yürüyüşler v.b) genel hükümlere göre yapılmaktadır.

3. Propaganda Türleri ve Araçları

A. Bireysel Propaganda: Propagandanın yalın biçimi bireysel propagandadır. Kitap, dergi gibi basılı malzemenin yanı sıra "birebir" yürütülen görüşmeler bireysel propagandadır. Ancak bu yöntem sabır ve zaman isteyen bir çalışmayı gerektirir. Seçim dönemi için elverişli sayılamaz.

B. Kütleli Propaganda: Özellikle seçim dönemlerinde siyasal propagandanın yaygınlığı önemlidir. Her eylemin tek tek kişilere değil bir kerede birçok seçmene birden yönelmesi gerekir. Çünkü zaman kısadır; seçmen sayısı çoktur. Yönelişin toplu olması gerekir.

Kütleli propaganda da duyu organlarına yönelir. Yazı, ses, müzik, görüntü gibi yollarla yapılır. Araçları ise gazete, kitap, afiş, bildirge, el ilanı, radyo, hoparlör, televizyon, ses bandı, görüntü bandı, sinema filmi v.b dir.

298 sayılı Kanun bu konuları 50, 51, 52, 53, 54, 55, 551A, 56, 57, 58, 59, 60, 61, 62. maddelerde düzenlemiştir. Ayrıca çeşitli yasalarla ara düzenlemeler yapmıştır. Örneğin; 31.7.1988 günlü 438 sayılı Yasanın Geçici 2. maddesi ile 298 sayılı Yasa'nın 60. maddesinin kapsamı değiştirilmiştir.

298 sayılı Yasa, gerek kapalı ve açık hava toplantıları gerekse propaganda yayınları ve duvar ilanı ve afişle propaganda hakkında eşitlikçi bir anlayıştan, daraltıcı ve yasağcı bir anlayışa yönelmiştir. Bu yöneliş 1980'li yıllarda yoğunlaşmıştır. Muhalefet partileri, iktidara karşı daha dar sınırlı bir serbestlikten yararlandırılmıştır.

Radyo ve Televizyonla Propaganda: 298 Sayılı Yasanın 52. maddesi ilk şekliyle kamu yayın kuruluşu olan TRT'de fırsat eşitliği esaslarına göre yayım olanağı tanınmış iken 3367 ve 4125 sayılı yasalarla yapılan düzenlemelerle bu süreler partilerin Meclis'teki güç oranlarına göre değiştirilmiştir.

Kamuoyunu çok etkili biçimde yönlendirip, oluşturan radyo ve televizyon seçim propagandasında büyük önem taşımaktadır. Özel radyo ve televizyon kanallarının yaygın biçimde yayıncılık alanına girmesi Yasada daha ayrıntılı bir düzenleme gerektirmiştir.

Bilindiği gibi 27 Mart 1994 yerel yönetim seçimleri özel radyo ve televizyonların da katılımıyla yapılan ilk büyük seçimdi. Henüz RTÜK Yasası çıkmadığı için özel televizyonlarla ilgili kurumsal bir düzenleme yoktu.

Anayasa 'daki yayın tekeli delinmiş ve "de facto" özel yayıncılık başlamıştı. Seçim kampanyasında siyasal partiler bu olanağı çeşitli yollarla değerlendirmek istediler. Çünkü televizyonun ve radyonun kütleli etkisi yazılı basından ve çeşitli sözlü, görüntülü propagandadan çok yüksekti.

Anayasanın 133. maddesi 8.7.1993 günlü 3913 sayılı Yasayla değişti ve yayın tekeli kalktı. Bu nedenle seçimlerle ilgili olarak 28.12.1993 tarihli 3959 sayılı Yasa ile 298 sayılı Yasaya 551A maddesi eklendi. (Özel radyo ve televizyonlarla propaganda)

Bu düzenlemeye göre özel televizyonların siyasi propagandaya yönelik yayın ilkeleri 2954 sayılı TRT Kanunu'nun 5, 20, 22, 23. maddeleri ile 31. maddesinin ikinci fıkrası hükümlerine bağlanıyordu.

Yayın ilkelerinin, belirlenmesi yetki ve görevi Yüksek Seçim Kurulu'na bırakılıyordu, Bu düzenleme Anayasa'nın 79. maddesine de uygundu.

Bu madde yurt ölçüsünde yayın yapan ulusal kanalların bu ilkelere uygun yayın yaptığının denetim, gözetim ve değerlendirmesini de Yüksek Seçim Kurulu'na verirken, bunun dışında yayın yapan yerel kanallar için görevi o yerdeki ilçe seçim kurullarına bırakılıyordu.

134.1994 günlü 3984 sayılı Radyo ve Televizyonların Kuruluş ve Yayınları Hakkında Kanun yürürlüğe girdi. Bu yasa 27 ve 32. maddeleri ile seçimlerde siyasi partilerin yayınlarını ve seçim döneminde yapılmayacak yayınları düzenledi.

Yüksek Seçim Kurulu 3 Ekim 1994 günlü 1881 sayılı kararı ile seçim dönemi ve propaganda dönemini ayırt ederek bu süreler içinde özel radyo ve televizyonlarda yapılacak yayınlara uygulanacak esasları saptadı. Temel ilkenin yayınlarda tarafsızlık ve partilere yönelik fırsat eşitliği olduğu belirtildi. Gerekli yaptırımların uygulanmasının ise RTÜK'na ait olduğu kabul edildi.

XX. Dönem TBMM seçimlerine gidilirken Yüksek Seçim Kurulu 28.11.1995 günlü 425 ve 4.12.1995 günlü 497 sayılı kararları ile uygulama esaslarını belirlemiştir.

Radyo ve Televizyon Üst Kurulu ise 7 Aralık 1995 günlü 95/717 sayılı açıklaması ile siyasi partilere ve adaylara yönelik yayınların ilkelerini, kapsam ve sınırlarını belirlemiştir.

25 Aralık 1995 günü yapılan seçimlerde bu kurallar uygulanmıştır. Bu kurallar çerçevesinde düzenli bir uygulama yapılmıştır.

XXI. Dönem TBMM seçimleri öncesinde Yüksek Seçim Kurulu 11.02.1999 günlü 120 sayılı kararı ile özel radyo ve televizyonlarda siyasi partiler veya adaylar lehinde veya aleyhinde her türlü haber yorum, reklam veya paralı propaganda gibi yayınlara ilişkin yasağın, seçimin başlangıç günü olan 04.01.1999 günü başladığını belirledi. Bu karara aykırı yayınların denetlenmesi ve yaptırım uygulanması görev ve yetkisinin RTÜK'e ait olduğu da belirtildi, Esasen 3984 sayılı Yasanın 27 ve 32. maddelerin hükmü de bu görevi Üst Kurula vermektedir. RTÜK bu yetkiye dayanarak ilkeleri yineleyecek bir duyuru yapmıştır. Daha sonra da bu ilkelere aykırı yayın yapan bazı kanallara yayın durdurma yaptırımını uygulamıştır. Bu durdurma

kararlarının (ekran karartma) nitelemesiyle protesto edilmesi ve direnç gösterilmesi üzerine RTÜK, Yüksek Seçim Kuruluna başvurarak radyo ve televizyonlarda propagandanın süresi ve kapsamı konusunda açıklama istemiştir. Bu başvuru üzerine Yüksek Seçim Kurulu 3 Mart 1999 günlü 226 sayılı kararıyla "haber-yorum" kavramını genişleterek, propaganda deyiminin kapsamını daraltan bir yorum getirmiştir. Böylece radyo ve televizyonlarda seçimle ilgili yayınların alanını genişletmiştir.

Ne var ki, etkin kanalların açıkça yasaya ve hukuka aykırı siyasal yayınları, hatta paralı propaganda yayını yaptıkları bu seçim döneminde RTÜK görevini tam yapamamıştır. RTÜK yetkilileri bu konuda Yüksek Seçim Kurulu'nun ilkelere aykırı bir yorum yaptığını ileri sürmektedir.

Özetle sonuç şudur; 18 Nisan 1999 seçimleri öncesinde özel radyo ve televizyon kanalları hem seçim döneminde (04.01.1999 17.04.1999) hem de propaganda döneminde diledikleri gibi, istedikleri parti veya aday lehine propaganda niteliğinde siyasal yayın yapmışlardır.

Uyulan tek yasak 298 sayılı Yasa'nın 52. maddesine göre TRTde siyasi partilere ayrılan sürelerde seçim propagandası yapmamak olmuştur.

Bilindiği üzere seçim dönemi boyunca bir televizyon kanalı bir siyasi parti lehine, bir başka kanal da bir büyükşehir belediye başkanı adayı lehine sürekli yayın yapmıştır. Hatta bazı kanallar oy verme günü olan 18 Nisan 1999 Pazar günü dahi yasak nitelikteki siyasal yayını sürdürmüşlerdir.

Bu kargaşalık yayında tarafsızlık ilkesince olduğu gibi seçim özgürlüğü ve fırsat eşitliği ilkelerine aykırıdır. Bu belirsizlik ve yarattığı boşluk ve çekingenlik medyadaki tekelleşmeyi güçlendirmektedir. Medya siyaseti yönlendirmeye ve güdülemeye yönelmektedir.

Gerçekte RTÜK Yasası'na göre siyasi partilerin ve yerel yönetimlerin radyo istasyonları ve televizyon kanallarına sahip olmaları yasaktır.

Bu etkinlik, seçim propagandasında akçalı olanakları zorlamaktadır. Siyasal partiler ve adaylar daha çok para kullanarak, daha etkin bir propaganda yapmaya zorlanmaktadır.

Bu durum, gelecek için daha da eşitsizlikçi bir seçimi işaret etmektedir.

Açık Hava ve Kapalı Salon Toplantıları: 298 sayılı Kanununun 50. maddesi seçim zamanında açık hava toplantılarını serbest bırakmış, ancak bu toplantılara ayrılacak alanlar ile partilerin bu yerlerden yararlanma gün ve saatlerini saptama görevini ilçe seçim kurullarına bırakmıştır.

"Seçim zamanı" deyimi propaganda dönemini kapsamaktadır. Bunun dışında açık hava toplantıları genel hükümler çerçevesinde 2911 sayılı Toplantı ve Gösteri Yürüyüşleri Yasası'na göre İdarenin izni ile yapılmaktadır.

Kanununun 51. maddesi ise, partilerin ve adayların kapalı salon toplantılarını serbest bırakmış; ancak bazı biçim koşulları öngörmüştür. Bu toplantıların sorumluluğunu üstlenen üç kişilik kurulun adlarını en yakın güvenlik birimine duyurmak yeterlidir. Kapalı toplantıların konuşmaları hoparlörle dışarıya verilebilir. Ancak Yasa'nın 56. maddesine yani halkın huzur ve rahatını bozmama esasına dikkat edilecektir.

Aynı maddeye göre hoparlörle duyuru yapılabilir. Partiler ve adaylar o yerdeki belediye hoparlöründen bedeli karşılığında yararlanabilir.

Duvar İlanı ve Afişle Propaganda Yasağı: Bu yöntemle propaganda 298 sayılı Yasanın denetiminde belli usullere uyulmak suretiyle serbesttir.

Giderek çevre kirliliğine yol açan ve kentlerin güzelliğine zarar veren çalgın bir yarışa dönüşünce Yasa koyucu daraltıcı, sınırlayıcı hükümlerle duvar ilanlarını, afişleri, bayrakları yasakladı. Bu konuda yapılan son düzenleme 4381 sayılı Yasanın Geçici 2 maddesidir.

Bu konudaki yarışın yararına inanan siyasal parti yönetimleri ayırimsız bu yasağa uymamaktadır. Çünkü seçmenin duvar ilanları ve afişlerden etkilendiği kanısı yaygındır.

1999 seçimleri öncesinde bir kısım büyükşehir ve merkez belediyeleri "billboard" (billboard) denen ilan panoları yaptırarak bunları reklam şirketlerine kiraya verdiler. Ancak seçim dönemini kira sözleşmesi kapsamı dışında tutan belediyeler kendi adayları için

serbest afişleme alanları yarattılar. Bu da bir haksız rekabet yöntemi olarak belirmektedir. Çünkü yetki, o yerde belediyeyi elinde tutan partiler yararına propaganda olanağı olarak kullanılmaktadır.

Afiş, duvar ilanı ve bayraklarla ilgili kural, bunların asılması halinde ilçe seçim kurulu kararı ile kaldırılması ve giderlerinin ilgili parti veya adaydan alınmasıdır.

El İlanları ve Basılı Malzeme İle Propaganda: Seçimler sırasında partiler ve adaylar seçmene ulaşmak için çeşitli basılı malzeme ve el ilanları kullanmaktadır. Yasa'nın 57 ve 58. maddelerindeki düzenleme bunların serbestçe dağıtımını öngörmektedir. Türkçe dışında dil kullanılmayacağı ve dağıtımın saat 18.00'den sonra yapılmayacağı belirtilmektedir.

C. Seçim Büroları: Seçim döneminde adaylar ve partiler bir ya da birkaç "seçim bürosu" açmaktadır. Seçim bürosu hukuki dayanağı olmayan, ancak çok yaygın uygulaması olan bir yoldur.

2820 sayılı Siyasi Partiler Kanunu'na göre siyasal partiler her örgüt birimi için bir çalışma yeri açabilir. Oysa ister büyükşehirlerde, isterse daha küçük yerleşim birimlerinde partiler ve adaylar seçim çalışmalarını yaygınlaştırmak ve daha yaygın biçimde daha çok sayıda seçmene ulaşmak istemektedir. Bu amaçla ön seçim aşamasından başlayarak seçim dönemi süresince hem çalışma, hem de seçim propagandası üssü olarak bürolar açmaktadırlar.

Yasa açıkça izin vermediği gibi, açıkça engellememektedir. Bu nedenle kimi yerlerde Yönetim ve güvenlik birimleri bu büroları engellemektedir. Bu da parti yönetimleri ve adaylar ile güvenlik güçleri arasında sürtüşme yaratmaktadır.

Bürolar adayın tanınmasına ve propaganda çalışmalarının etkinleşmesine yardımcı olmaktadır. Propaganda serbestliği anlayışı çerçevesinde bir hukuki kural düzenlemesi bu uygulamayı hukukileştirecektir.

4. Seçim Yasakları

298 sayılı Yasanın bölüm başlığı Seçim Propagandasıdır. Ancak bölüm daha çok yasakları düzenlemiştir.

Yasa'nın, 63, 64, 65 ve 66 maddeleri seçim dönemine -özellikle propaganda dönemine- ilişkin yasakları öngörmektedir. Bunlar seçim propagandası bakımından partiler arası eşitliği bozacak durumları önlemeye yöneliktir. Kamu kaynaklarının, kullanımı ve kamu görevlilerinin seçimde iktidar partisi adayları yanında yer almalarını önlemek amacıyla yönelik bu yasaklar özgür seçimlerin kurallarını daraltmaya değil, fırsat eşitliğini sağlamaya yöneliktir. Seçim yasakları özellikle 1960 öncesi döneminin olumsuz uygulanmalarından ders alınarak düzenlenmiştir. Amaç kamu yönetiminin partilerden ve adaylardan eşit uzaklıkta olmalarını sağlamaktır.

298 sayılı Yasa'nın ilk şeklinde seçim yasaklarının süresi üç hafta iken 9 Şubat 1987 tarihli 3330 sayılı Yasa Ne süre kısaltılmış ve on güne indirilmiştir.

5. Kamuoyu Yoklamaları ve Hediye Dağıtımı

a) 298 sayılı Seçim Yasası'nın 61. maddesine 27.10.1995 günlü 4125 sayılı yasa ile eklenen bir hükümlerle kamuoyu yoklama ve araştırmalarına da bir yasak getirilmiştir.

Propaganda, kamuoyunun oluşturulması ve belli bir doğrultuda seçmenin yönlendirilmesidir. Bunun için kamuoyunun düşünce ve eğilimlerinin bilinmesi zorunludur. Siyasal partiler için bu karşılıklı ilişki son derece önemlidir. Bu nedenle çeşitli yöntemlerle kamuoyunun yoklanması yararlı, hatta zorunludur. Partilerin çalışmalarını ve yönelişlerini düzenlemek bakımından seçmen eğilimlerini izlemek ve bilmek gerekir.

Bu amaçla kamuoyunu oluşturan gazete, dergi, radyo, televizyon, sinema, açık hava gibi iletişim kaynaklarının izlenmesi, dinlenmesi ve gözlemlenmesi sonucunda çıkan eğilim saptamaları siyasal propagandanın çok önemli bir kaynağıdır.

Bu araştırma ve yoklamalar çeşitli yöntem ve araçlarla yapılabilir. Anket, bilgi ve iletişim telefonları yoluyla yapılan araştırmaların giderek kötüye kullanıldığı iddiası da doğrudur. Araştırmaların kamuoyunu baskı altına almak için kullanılması bir haksız rekabet yöntemi haline gelmesine yol açmıştır. Bu nedenle 1995 seçimleri öncesinde yapılan düzenlemeyle, araştırmalara sınırlama, daha doğrusu seçim dönemi boyunca yasaklama getirilmiştir. Hüküm önce 3984 sayılı RTÜK Yasası'na konmuştu. RTÜK Yasası'nın 32. maddesi seçimden önceki yedinci günden

başlamak üzere .kamuoyu araştırmaları, anketler, tahminler, bilgi iletişim telefonları yoluyla mini referandum gibi adlarla..." bir parti veya aday yararına veya aleyhine yayını yasaklamıştır.

298 sayılı Yasa'nın 61. maddesine 4125 sayılı eklenen hüküm ise daha kapsamlıdır. Yalnız radyo ve televizyonları değil yazılı basım da kapsamakta ve yasak süresini seçim dönemi olarak belirlemektedir:

"Milletvekili genel seçimlerinde, seçimin başlangıç tarihinden itibaren yazılı, sözlü ve görsel basın ve yayın araçları ile kamuoyu araştırmaları, anketler, tahminler bilgi ve iletişim telefonları yoluyla mini referandum gibi adlarla bir siyasi partinin veya adayın lehinde veya aleyhinde veya vatandaşın oyunu etkileyecek biçimde yayın yapılması ve herhangi bir surette dağıtımını yasaktır."

Kamuoyu araştırmaları, seçmen eğilimlerini saptamak için partiler için yol göstericidir. Ne var ki, kamuoyunu yönlendirerek etkilemek için kullanılması yanıltıcı sonuçlar vermiştir. Bu tepki kamuoyu araştırmalarını sınırlamaya Yönelmiştir.

Kuşkusuz bu yasak bir kötüye kullanmanın sonucudur. Ancak çok katıdır. Bazı batı demokrasilerinde de kötüye kullanmalara karşı sınırlamalar öngörölmüştür. 4125 sayılı Yasa ile getirilen yasaklama ise çok geniş bir zaman dilimini kapsamaktadır. Bütün seçim dönemi boyunca bu tür araştırmaları yasaklamak demokratik bir anlayışın ürünü sayılamaz. Yüksek Seçim Kurulu ise bir kararıyla bu araştırmaların yalnız sonuçlarını yayımlamayı değil, araştırma yapmayı da yasak kapsamında saymıştır. Bu yorum. alanı ve yöntemi büsbütün daralmıştır. Yararlandırıcı Yöntem hiç işlemez hale gelmiştir. Bu uygulama demokrasiye aykırıdır.

b) 298 sayılı Yasa'nın 61. maddesi seçmen iradesini etkileme doğrultusunda önemli bir yol sayılan hediye dağıtımını da yasaklamaktadır. "Hediye ve eşantıyon" adı altında seçmene maddi değeri olan eşya dağıtımının seçimlerde çok kullanıldığı bilinmektedir. Bu bir haksız rekabet yöntemi olup fırsat eşitliğini bozmaktadır. Seçimlerin giderek çok paraya dayanması seçim ahlakını zedelemektedir.

Gerçekte bu tür parçalı yasak kuralları yerine seçim harcamalarını düzenleyen bir yasa zorunlu hale gelmiştir. Birçok batı

demokrasisinde yapıldığı gibi adayların ve partilerin seçim harcamaları mutlaka sınırlanmalı ve denetim altına alınmalıdır.

SONUÇ

Valery "Siyaset, halkı kendine ait işlere karıştırmama sanatıdır" diyor. Kuşkusuz bu bir nükte, Ne var ki, gerçek demokrasi, ancak halktan hiçbir şeyin gizlenmediği bir ortamda halkın halk tarafından yönetildiği yerde olabilir,

Demokrasi, çok geniş bir bilgi varlığının birikmesini ve yayılmasını gerektirir. Sadece öğretmek, kültür alanını genişletmek yetmez. Kamu hizmetleri hakkında da halka bilgi vermek gerekir, Saydamlık böylece sağlanır.

Seçmenin, seçim yapmasını kolaylaştırmak için onu aydınlatmak, bilgilendirmek gerekir, Bu bilgi gerçek ve doğru bilgi olmalıdır. Yönlendirici, güdümlenici bilgilendirme, demokrasiye, dürüstlüğe ve saydamlık ilkesine aykırıdır,

Yasaklar özgür seçim olanaklarını sınırlayan, alanı daraltan kurallardır. Aşırı çoğaltılmış yasaklar ise serbest seçim anlayışına aykırıdır.

Propaganda dönemi kısaltılırken propaganda olanakları da daraltılmıştır. Duvar ilanı, afiş, bayrak asma yasağı makul bir düzeyde tutulmamıştır. Seçim büroları ve çeşitli propaganda olanaklarının kullanılması engellenmektedir. Partililer ve adaylar kampanya sırasında sık sık kamu Yönetimiyle karşı karşıya gelmektedir.

Asıl önemlisi kamuoyunun oluşması için zorunlu iletişim Yöntemi gerçekçi olmayı zorlama ve sınırlamalarla yapay bir ortama itilmiştir,

Akçalı olanaklara dayalı seçim propagandası kolaylaşmakta ve etkinleşmektedir. Görsel ve yazılı basın yoluyla yapılan propaganda etkili, ancak pahalıdır.

Bir aday düşünelim, seçim bürosu açamaz, afiş ve bayrak asamaz, sesini ve sözünü kolay duyuramaz. Bu durumda "seçim serbest ama siyaset yasak" demek haksızlık olmaz.