

# SIYASETTE ADAY- LAŞMAK

**Kadın siyasetçiler için**  
adaylaşma rehberi



**BEN SEÇERİM**  
SEÇİMİM KADIN

## **İletişim**

Talatpaşa Cd. Cayircimen Sk. Emlak Kredi Konutları  
No: C3-9/D10 Levent/Beşiktaş, İstanbul

**Tel:** +90 212 284 30 40

**E-posta:** info@bensecerim.org

## **Yazarlar**

Prof. Dr. Binnaz Toprak 24. Dönem Milletvekili  
Sena Kaleli 24. Dönem Milletvekili  
Perihan Sarı Cumhuriyet Halk Partisi eski Genel Bşk. Yard.  
Nilden Bayazıt Ben Seçerim Derneği Yönetim Kurulu Bşk.  
Gizem Aslantepe Ben Seçerim Derneği Proje Sorumlusu  
Sueda Nur Çokadar Ben Seçerim Derneği Proje Sorumlusu

## **Hazırlayanlar**

Gizem Aslantepe  
Sueda Nur Çokadar

## **Tasarım**

www.crosstheline.com.tr

## **Kapak ve Grafik**

Ünzile Aydın

## **Redakte ve Son Okuma**

Merve Duyar

Ben Seçerim Derneği, bu çalışmanın hazırlanmasındaki katkılarından dolayı Avrupa Birliği Sivil Düşün Programı'na teşekkür eder.

Tüm hakları saklıdır. Ben Seçerim Derneği izni olmaksızın bu çalışmanın hiçbir kısmı elektronik ya da mekanik yollarla çoğaltılamaz. Bu çalışmada ifade edilen görüşler yazarlara aittir ve Ben Seçerim Derneği ve Avrupa Birliği Sivil Düşün Programı'nın kurumsal görüşleri ile kısmen veya tamamen örtüşmeyebilir.



# İÇİNDEKİLER

Önsöz .....	1
Editoryal.....	4
<b>1. Verilerle Dünya’da ve Türkiye’de Siyasette Kadın .....</b>	<b>7</b>
<b>2. Türkiye’de Kadın Siyasetçinin Durumu ve Beklentiler Araştırması.....</b>	<b>11</b>
<b>3. Adaylaşma Süreci.....</b>	<b>15</b>
3.1 Kampanya Tasarımı .....	15
3.1.1 Kampanya Stratejisi.....	15
3.1.2 Kampanya Mesajı .....	17
3.1.3 Kampanya Taktikleri/Araçları .....	18
3.1.4 Medya ve İletişim Stratejisi.....	19
3.1.4.1 Ücretli/Ücretsiz Reklam-Tanıtım.....	21
3.1.4.2 Ücretsiz Tanıtım .....	21
3.1.4.3 Basın Duyuruları ve Basın Konferansı .....	22
3.1.4.4 Röportajlar.....	22
3.1.4.5 Yeni Medya Olanakları .....	23
3.1.5 Organizasyon .....	23
3.1.6 Parti ve Kampanya Finansmanı .....	26
3.1.7 Politika Geliştirme.....	29
3.1.8 Toplantılar ve Lobi Faaliyetleri.....	30
3.2 Stratejik Plan Hazırlama ve Çevre Analizi .....	33
3.3 Aday Olma Şartları .....	36
3.4 Türkiye Siyasi Partilerinde Aday Belirleme Yöntemleri .....	39
<b>4. TBMM İç Tüzük .....</b>	<b>41</b>



## Önsöz

Kadınlar ve erkekler toplum içinde geleneksel olarak farklı konumlarda bulduklarından dolayı sorunları ayrılmış ve farklılaşmıştır.

Ülkemizde bütün cinsiyet araştırması göstergeleri, cinsiyete dayalı gelişmişlik ölçütleri, kadınların toplumsal yaşama yeterince katılmadığını, siyasete katılım ve temsil konularında geride olduğunu, ekonomik gelişmişlikten yeterli pay almadıklarını, eğitim gibi fırsat eşitliğinin gözetilmesi gereken alanlarda eşitsiz bir konumda olduklarını ve dışlandıklarını, yaşama haklarının tehdit altında olduğunu göstermektedir.

Özellikle siyasal katılım ve siyasal temsilde kadının eksik katılımı, buna bağlı olarak karar alma süreçlerinde kadının yetersiz varlığı, kadınsız demokrasi görüntüsü oluşturmakta ve bir meşruiyet sorunu yaratmaktadır.

Toplumda bir grup, kendi yaşamadığı sorunlar için başkaları adına karar veriyorsa, temsil eden ve temsil edilen arasındaki ilişkinin niteliği tartışmalıdır. Bu nitelikteki bir ilişki demokratik olarak tanımlanamaz.

Kadınların kendilerine ilişkin konularda karar verme hakkının gereğini yerine getirmemek, eksik bir demokrasi anlayışının varlığını kanıtlar. Ancak, kadın-erkek eşitliğinin gerçekleşmesi sonucu gelişen bir demokrasi, cinsiyete dayalı farklılıkların eşitsizliğe ve ayrımcılığa dönüşmesini engeller.

Kadınların toplumsal yaşama katılımının artması ve toplumsal olarak varlık göstermeleri, siyasal katılımın gerçekleşmesi ve siyasal temsil için bu nedenle önemli.

Demokratik işleyiş giderek çok katmanlı, çok katımlı ve çoğulcu bir nitelik kazanırken siyasal katılım ile toplumsal ve siyasal süreçlerde yer almak daha da önem kazanıyor. Bunun için siyasal temsil, demokratik işleyişin sağlanması için olmazsa olmaz bir koşul. Temsilcilerin, temsil edilenleri yeterince temsil ediyor olması ve temsilin, her toplumsal kesim için yerelden genele yayılmış olması önemli. Siyasal temsil, toplumsal kesimlerin sorunlarının kamusal ve kurumsal bir yapı içinde değerlendirilmesi ve eşitsizliklerin kamuoyu önüne, toplum vicdanına taşınması ile ilgili bir işlev görüyor.

Toplumsal fırsatların farklı toplum kesimleri arasında nasıl dağıtılacağı parlamento, hükümet ve politika saptayan kamu kurulları gibi siyasal karar organlarında belirlenir. Bu süreçte eksik temsil edilen kesimler, dağıtımdan eşit yararlanamaz. Kadınların da bu süreçte eksik katılımı, kadınların sorunlarının çözümsüz kalmasına ve eşitsizliğin sürekliliğine neden olur.

Kadının toplumsal dışlanmışlığı ile baş etmenin yolu, kadının haklarını kullanabilmesi için gerekli toplumsal desteği sağlamak, kurumları oluşturmak ve kadını güçlendirmekle olanaklı.

Ben Seçerim Derneği olarak, kadınların siyasal yaşama katılımını ve temsilini gerçekleştirecek bu toplumsal desteği sağlamak istediğimizeyiz.

Kadınların siyasete katılımı önünde engel oluşturan ve onları erkekler ya da başka bir deyişle yerleşik düzen karşısında dezavantajlı konuma getiren etkenlere karşı kadın adayları destekleyen, onları güçlendirmeyi amaçlayan bir çalışma yürütüyoruz.

Kadının karşı karşıya olduğu geleneksel toplumsal cinsiyet formları, kamusal alanın erkek alanı olduğuna ilişkin yaygın toplumsal algı, siyasal partilerde geçerli olan erkek egemen network oluşturma ve grup olarak davranma modeli, cinsiyetçi siyasal kültür ile mülksüzlük ve siyasal çalışmaların finansmanı sorunları, toplumsal bir baskıyla değiştirmek, dönüştürmek istediğimiz konular.

Yürüyüşlerine katkı yaptığımız kız kardeşlerimizin yolu açık olsun.

**Perihan Sarı**

## Editorial

Cumhuriyetimizin ikinci yüzyılına yaklaşırken yüzyıl önce kurucu kadronun vizyonunu hatırlamakta yarar var. Bu vizyonu tek cümleyle ifade edecek olursak, ülkeyi, o dönemin söylemiyle, “muasır medeniyetler” seviyesine ulaştırmaktı. Çökmüş bir imparatorluğun yerine kurulan Türkiye Cumhuriyeti bu değişimi, yüzyıllardır kamusal yaşamdan dışlanmış kadınları özgürleştirerek ve yasalarda erkeklerle eşitlik sağlayarak gerçekleştirmeyi umuyordu. Diğer bir deyişle, kadın erkek eşitliği Cumhuriyet ideolojisinin tam da merkezine oturtulmuştu. Bu amaçla 1930’larda kadınlara tanınan seçme ve seçilme hakkı o dönemde sadece İslam toplumu için radikal bir dönüşüm değil, pek çok Batı ülkesiyle karşılaştırıldığında da çok erken bir tarihte verilmiş bir haktı. Örneğin, İsviçre’de kadınlar bu hakkı ancak 1970’li yıllarda kazanabilmişlerdi.

Cumhuriyetin kuruluş yıllarının bu vizyonu sonraları iktidarlar tarafından unutuldu. Türkiye bugün uluslararası endekslerde kadın-erkek eşitliği açısından 146 ülke arasında 124. sırada yer almakta. Bu eşitsizlik özellikle siyaset alanında göze çarpmakta. Cumhuriyet’in kuruluşundan bir yüzyıl sonra, günümüzde, TBMM’deki %17,4 kadın oranı gerçekten utanç verici. Sosyal ve ekonomik yapıları ülkemizin gerisinde olan kimi ülkeler dahi endekslerde daha yukarıda yer almakta. Buna nüfusu Müslüman olan ülkelere bazıları da dahil. Eğer Cumhuriyet’in ikinci yüzyılında Türkiye çağdaş ülkelerin gelişimini yakalayabilecekse, bunu nüfusunun yarısını karar alma mekanizmalarından dışlayarak yapamaz.

Öteden beri siyasetçiler tarafından kadınların Meclis’te bu denli az sayıda yer almasının gerekçeleri arasında kadınların siyasetle ilgilenmedikleri, aday gösterecek kadın bulmakta zorlanıldığı, halkın kadın adaylara sıcak bakmadığı vb. söylemler ileri sürülür. Oysa yapılan araştırmalar bunun hiç de doğru olmadığını, siyasette daha fazla sayıda



kadının yer almasının seçmenin çoğunluğu tarafından desteklendiğini göstermektedir. Ben Seçerim Derneği olarak bu konuda Konda Araştırma ile yaptığımız çalışmanın sonuçlarına ileriki sayfalarda bakılabilir.

İki yıl önce kurulmuş Ben Seçerim Derneği'nin kısa vadede sınırlı bir amacı var: Önümüzdeki seçimlerde Türkiye'nin farklı illerinden ve beş ayrı siyasi partiden milletvekili aday adayı olarak listemize aldığımız kadınların adaylaşmasını sağlamak. Ancak, uzun vadedeki amacı, diğer kadın örgütleriyle birlikte mücadeleye devam ederek yukarıda belirttiğimiz tabloyu tersine çevirmek. Bu ülke kadınlarının gücüne ve direncine inanıyoruz.

Bunu hep birlikte başaracağız.

**24. Dönem Milletvekili  
Prof. Dr. Binnaz Toprak**



## 1. Verilerle Dünya'da ve Türkiye'de Siyasette Kadın

Dünyanın her yerinde kadınlar, ayrımcı yasalar, uygulamalar, tutumlar ve toplumsal cinsiyet kalıpları, eğitim ve sağlık hizmetlerine erişim eksikliği ve yoksulluk gibi sebeplerle siyasi alandan büyük oranda dışlanmaya devam etmektedir.

Zorlukları aşmayı başarmış kadın örnekler de bulunmaktadır. En önemli başarı ise herkes için eşit fırsatlar doğuracak bir sistem oluşturularak genel başarılarla olanak sağlaması olacaktır. Bunun öncelikli adımı ise kadın siyasi adayların kapasitelerini geliştirmek ve başta toplumsal cinsiyet eşitliği bilincine sahip seçmen ve siyasetçiye yatırım yapmaktır.

Bu bağlamda öncelikle nerede olduğumuzu bilmenin büyük faydası dokunacaktır. Cinsiyetler arası uçurumun ölçümlendiği belli araçlar bulunmaktadır. Dört temel indekste cinsiyet eşitliği parametreleri oluşturulmuş ve yıllardır dünya geneli kayıtlar tutulmuş, zayıf olunan noktalarda politikalar geliştirilmesi için çalışmalar yürütülmüştür. Hayatın içerisinde olan bu dört indeks şu şekildedir:

- Ekonomik fırsatlara erişim ve katılım.
- Eğitime katılım.
- Sağlık hizmetleri ve hayatta kalma imkanlarına erişim.
- Siyasette güçlendirme.

120 ülkeyi kapsayan 16 yıldır süregelen raporlamalara bakıldığında her geçen yıl toplumsal cinsiyet eşitliğinde iyileşme yaşanmıştır. Ancak dört indeks içerisinde en zayıf kalan %22 ile Siyasi Güçlendirmede cinsiyet farkı olmuştur. BM'ye göre cinsiyetler arası uçurumu kapatma ve kadınları güçlendirme sürecinin ekonomide 151, siyasette 155 yılı bulması beklenmektedir. Siyasi gücendirme paritelerinde 2006-2016 yılları arasında önemli ilerlemeler kaydedilmiş ancak zirve iyileşme 2019 yılında yaşanmış ve sonrasında düşüş başlamıştır.

Türkiye özelinde 2022 verilerine bakılacak olursa; parlamentoda kadın oranı ne yazık ki %17,4 ile sınırlı kalmıştır. Cinsiyetler arasındaki en fazla uçurum Bakanlık düzeyinde temsilde karşımıza çıkmaktadır.

Kadınlar, bakanlık pozisyonunda ancak %11,76 var olabilmektedir. Son 50 yılda ise yalnızca 2.7 yıl kadın yönetimine sahip olabildik.

Buna ek, farklı çalışmalar da göstermektedir ki yıllar içerisinde parlamentoda toplumsal kesimlerin temsiliyle ilgili önemli başarılar elde edilmiş olmakla birlikte son yıllarda dışlanmaya işaret eden bir eğilim fenomeni bulunmaktadır. Daha az ayrıcalıklı olan sosyal kesimler değil siyasi elitlerin siyasi süreçleri domine ettiği kayda geçmiştir. Bazı grupların karar alma mekanizmalarından dışlanması demokratik süreçleri baltalayan bir durum olarak karşımızda durmaktadır. Duyarlı ve sosyal kadınların aktif siyaseti ile bu sorun büyük oranda çözümlenebilir görünmektedir.

### Tablo 1: Türkiye'nin 2022 Küresel Cinsiyet Uçurumu Endeksindeki Yeri<sup>1</sup>

Türkiye 124. sırada yer almaktadır.

İLK ON BEŞ ÜLKE		SON ON BEŞ ÜLKE	
1	İzlanda	132	Malavi
2	Finlandiya	133	Fildişi Sahili
3	Norveç	134	Komorlar
4	Yeni Zelanda	135	Hindistan
5	İsveç	136	Fas
6	Ruanda	137	Katar
7	Nikaragua	138	Benin
8	Namibya	139	Umman
9	İrlanda	140	Cezayir
10	Almanya	141	Mali
11	Litvanya	142	Çad
12	Kosta Rika	143	İran İslam Cumhuriyeti
13	İsviçre	144	Kongo Demokratik Cumhuriyeti
14	Belçika	145	Pakistan
15	Fransa	146	Afganistan

<sup>1</sup> Türkiye'nin Küresel Cinsiyet Uçurumu Endeksindeki Yeri (Global Gender Gap-2022)  
<https://www.weforum.org/reports/the-global-gender-gap-report-2022>

**Tablo 2: Türkiye'nin 2022 Kadının Siyasal Güçlenmesi Bazında Küresel Cinsiyet Uçurumu Endeksindeki Yeri<sup>2</sup>**

Türkiye 112. sırada yer almaktadır.

İLK ON BEŞ ÜLKE		SON ON BEŞ ÜLKE	
1	İzlanda	132	Suudi Arabistan
2	Finlandiya	133	Belize
3	Norveç	134	Cezayir
4	Yeni Zelanda	135	Azerbaycan
5	Nikaragua	136	Ürdün
6	Kosta Rika	137	Bahreyn
7	Ruanda	138	Burkina Faso
8	Almanya	139	Japonya
9	Bangladeş	140	Umman
10	İsveç	141	Nijerya
11	İrlanda	142	İran İslam Cumhuriyeti
12	Güney Afrika	143	Katar
13	İsviçre	144	Bruney Darüsselam
14	Mozambik	145	Kuveyt
15	Meksika	146	Vanuatu

<sup>2</sup> Türkiye'nin Küresel Cinsiyet Uçurumu Endeksindeki Yeri (Global Gender Gap-2022)  
[https:// www.weforum.org/reports/the-global-gender-gap-report-2022](https://www.weforum.org/reports/the-global-gender-gap-report-2022)

**Tablo 3: 1935'ten 2020'ye TBMM'de Cinsiyete Göre Milletvekili Sayısı ve Meclisteki Temsil Oranı<sup>3</sup>**

Yıl	Toplam Milletvekili Sayısı	Erkek	Temsil Oranı (%) Arabistan	Kadın	Temsil Oranı (%) Arabistan
1935	399	381	95.5	18	4.5
1939	429	413	96.3	16	3.7
1943	455	439	96.5	16	3.5
1946	465	456	98.1	9	1.9
1950	487	484	99.4	3	0.6
1954	541	537	99.3	4	0.7
1957	610	602	98.7	8	1.3
1961	450	447	99.3	3	0.7
1965	450	442	98.2	8	1.8
1969	450	445	98.9	5	1.1
1973	450	444	98.7	6	1.3
1977	450	446	99.1	4	0.9
1983	399	387	97.0	12	3.0
1987	450	444	98.7	6	1.3
1991	450	442	98.2	8	1.8
1995	550	537	97.6	13	2.4
1999	550	527	95.8	23	4.2
2002	550	526	95.6	24	4.4
2007	550	500	90.9	50	9.1
2011	550	471	85.6	79	14.4
2012	548	469	85.6	79	14.4
2013	548	469	85.6	79	14.4
2014	535	458	85.6	77	14.4
2015	550	469	85.3	81	14.7
2016	550	469	85.3	81	14.7
2017	539	464	86.1	75	13.9
2018	600	496	82.7	104	17.3
2019	589	487	82.7	102	17.3
2020	584	483	82.7	101	17.3

<sup>3</sup> Cinsiyete göre milletvekili sayısı ve Meclisteki temsil oranı, 1935-2020. TÜİK, İstatistiklerle Kadın, 2020. <https://data.tuik.gov.tr>

## 2. Türkiye’de Kadın Siyasetçinin Durumu ve Beklentiler Araştırması

Teorik açıdan bir vatandaş olarak erkeklerle eşit haklara sahip kadınların pratikte karşılaştıkları zorluklar eşit yurttaşlık idealinin geçerli olmadığını göstermiştir. Cinsiyete dayalı bir sosyal grup olarak kadınlar, günümüze değin siyasi alandan dışlanmış ve temsil mekanizması daha çok erkekleri kapsar hale gelmiştir. Son yıllarda bu durum değişmeye başlasa da Türkiye gibi erkek egemen siyasi kültürün kök saldıği ülkelerde, toplumsal cinsiyet eşitliği konusunda yaşanan adaletsizlikler ve yapısal, kurumsal, sosyoekonomik eşitsizlikler, bu engellere rağmen siyasette kendisine yer bulabilmiş kadınları olumsuz etkilemiş, siyasete atılmak isteyen kadınların ise motivasyonlarını kaybetmesine neden olmuştur. Ancak kadınların erkeklerle eşit oranda temsil edilmesinin demokrasinin bir gereği olduğu herkesçe bilinmektedir. Kadın temsilini arttırmak için yalnızca parlamentodaki kadın sayısını arttırmak yetmez, erkek egemen siyasal ve kamusal alanın dönüşümünü ve cinsiyetlendirilmiş iş bölümünü yıkmayı da hedeflemek gerekmektedir.

Türkiye’de siyasetçi veya siyasete atılmak isteyen kadınların önündeki engeller:

- 1. Aile Kurumu:** Aile kurumunda evi içi emeğin sorumluluğu kadınlara yüklenmekte, böylece kadının siyaset sahnesine çıkması güçleştirilmektedir. Öte yandan evli olmayan bekâr kadınlar “makbul siyasetçi” olarak kabul edilmemekte ve bu bir yetersizlik olarak görülmektedir. Dolayısıyla kadınların örnek bir siyasetçi olmaları için iyi bir eş ve iyi bir anne olmaları gerektiği gibi bir izlenim verilmektedir. Ancak bekâr kadınlar da kendi ailelerinin sorumluluğu altında ezilmekte ve yine bekâr erkek siyasetçilere oranla daha dezavantajlı bir grupta yer almaktadır.
- 2. Eğitim ve Kariyer Olanakları:** Sosyoekonomik ve sosyokültürel eşitsizlikler göz önüne alındığında erkeklerin siyasete girmesi kadınlara oranla daha olağandır. Maddi imkanlar ve iyi kurulmuş bir iletişim ağı erkekleri siyasete taşımaya yeterken kadınların maddi olanaklarının yeterliliğine dikkat edilmekle beraber iyi bir eğitim görmüş olmaları ve iyi bir kariyere sahip olmaları beklenmektedir.

3. **Siyasi Parti:** Kadınlar yukarıda geçen kriterleri karşılamış olsalar dahi parti içi engellere takılabilmektedir. Bunun nedeni kadın adayları dışarda bırakan parti içi seçim sistemleridir. (Bkz. Bölüm 4) Ayrıca kadınlar bağlı oldukları partiden bütçe dahil destek görmeyebilir, mevcut “siyasi ağlara” entegre edilmeyebilirler. Aday listeleri oluşturulurken liste dışı bırakılabilirler veya seçilmeyecekleri bölgeden aday gösterilebilirler.
4. **Kültürel Kodlar:** “Elinin hamuruyla” veya “Kadın başına” işe girişmek gibi kadına yönelik geliştirilen söylemler kültürel değerlerimiz içine işlemiş durumdadır. Hâl böyleyken toplumsal normlar ve kültürel kodlar ışığında, halk, kadınların siyasetle ilgilenmesini abesle iştigal etmek olarak okuyabilmektedir.
5. **Yerel Siyaset:** Yerel siyasette yer alan kadınların parti içi yönetsel süreçlerden dışlanması ve kadın kolları başta olmak üzere kadınların aktif siyaset yapabileceği alanlarda bütçe desteğinin sağlanmaması önemli engeller arasında yer almaktadır.
6. **Maskülen Siyasetçi Modeli:** Var olan siyasi sistemin erkekler tarafından tasarlandığı düşünüldüğünde, kadınların kendilerine yer bulabilmek ve halka hitap etmek için maskülen bir siyasi söylem geliştirmesi beklendiği söylenebilir. Bu durum, kadınların önünde bir başka engel olarak görülmektedir.
7. **Siyasi Liderlik Eğitimi:** Kadınların siyasi liderlik konusunda önlerinde çok az örnek bulunmaktadır. Özellikle genç kadınlara hitap edebilecek siyasete katılım konusunda partilerin içinde ve dışında eğitim sistemi çok az geliştirilmiştir.

Söz konusu engellere rağmen Ben Seçerim Derneği’nin, Kanada Hükümeti desteği ve KONDA Araştırma ve Danışmanlık A.Ş ile iş birliği içinde seçmen üzerindeki kadın siyasetçi algısını ölçmek üzere yaptığı “*Türkiye’de Kadın Siyasetçilerin Durumu ve Beklentiler Araştırması*” çalışması gösteriyor ki: “Türkiye Kadın Siyasetçilere Hazır”

Toplumun yüzde 62’si, kadınların yüzde 71’i, erkeklerin yüzde 54’ü kadın siyasetçi artınca Türkiye’nin geleceğini ve daha iyi bir toplum haline geleceğini düşünüyor.

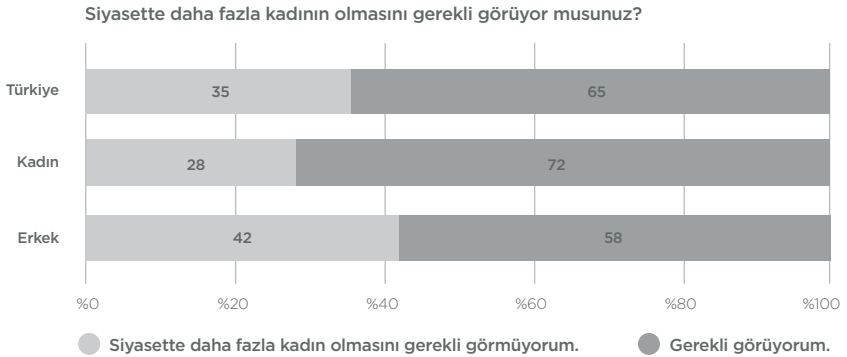


**Tablo 4: Türkiye’de Kadın Siyasetçilerin Durumu ve Beklentiler Araştırması-1**



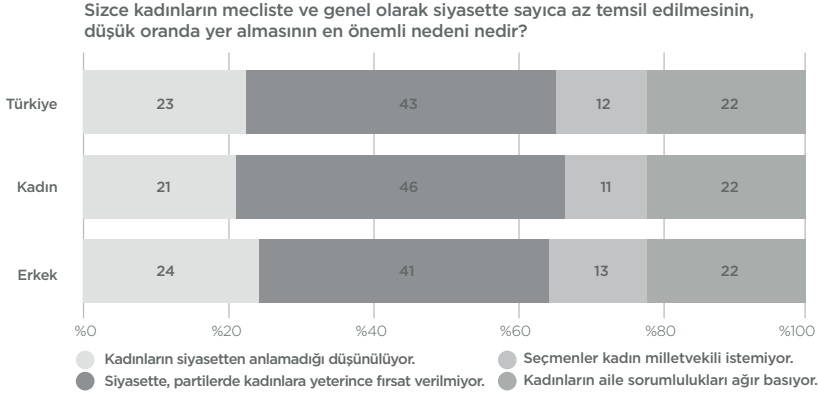
Araştırmaya göre, toplumun %65’i, kadınların %72’si ve erkeklerin ise %58’i siyasette daha fazla kadın olması gerektiğini söylüyor.

**Tablo 5: Türkiye’de Kadın Siyasetçilerin Durumu ve Beklentiler Araştırması-2**



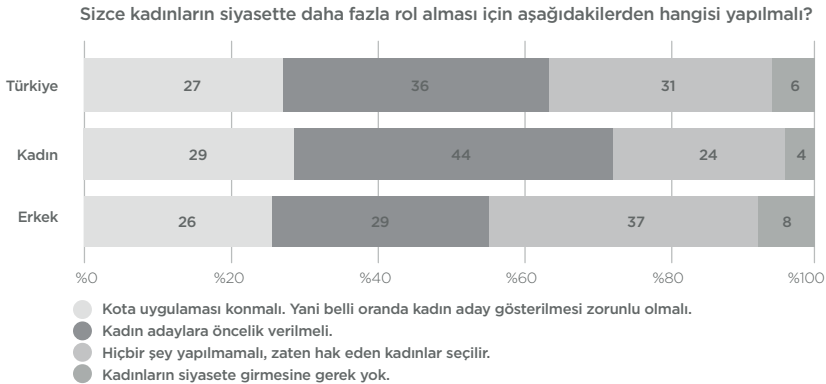
Toplum, kadınların siyasette sayıca az temsil edilmesinin sebebini siyasi partilerin kadınlara fırsat vermemesiyle ilişkilendiriyor. Toplumun %43’ü bu fikirde mutabık.

**Tablo 6: Türkiye’de Kadın Siyasetçilerin Durumu ve Beklentiler Araştırması-3**

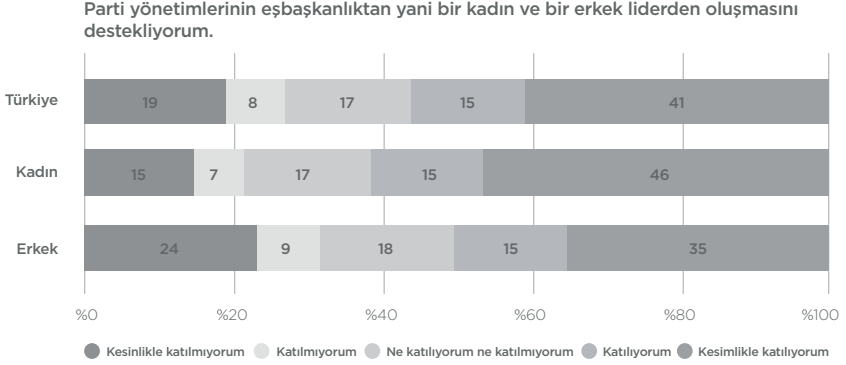


Peki o halde ne yapılmalı? Bu sorunun cevabını da yine toplum veriyor. Araştırmaya göre kadınların %44’ü kadınların siyasette daha fazla rol alması için kadın adaylara öncelik verilmesi gerektiğini düşünürken, erkeklerin %37’si bu konuda bir şey yapılmaması gerektiğini, zaten hak eden kadın adayların seçileceğini söylüyor. Toplumun genelinde kadınların siyasete girmesine gerek olmadığını söyleyenlerin oranı ise sadece %6.

**Tablo 7: Türkiye’de Kadın Siyasetçilerin Durumu ve Beklentiler Araştırması-4**



Erkeklerin %50'si partilerde eş başkanlığı desteklerken, kadınların %61'i bu fikre destek veriyor. Toplumun genelinde bu oran %56.



**Tablo 8: Türkiye’de Kadın Siyasetçilerin Durumu ve Beklentiler Araştırması-5**

Araştırmadan yola çıkılarak, Türkiye’nin toplumsal cinsiyet eşitliği konusunda yıllar içerisinde kendini geliştirdiği ve ciddi bir dönüşüm geçirdiği söylenebilir. Bu dönüşümü hem kadınların hem de erkeklerin farklı sorulara verdikleri cevaplarda görmek mümkün. Toplumun genelinde, fırsat verildiği taktirde, kadınların önce hemcinsleri ardından da toplumun tamamını ilgilendiren meselelerde yerinde kararlar alabileceği düşüncesi hâkim. Genel olarak toplumda kadınların çalışma hayatında yer alması, yönetim süreçlerine dahil edilmesi ve karar verici mercilere getirilmesi konularında artan bir farkındalık söz konusu. Ancak farkındalık tek başına yeterli değil. Bu zihinsel dönüşümümüz ve sarf ettiğimiz çabanın yanı sıra sistemi dönüştürecek kurumlara ve işleyecek mekanizmalara da ihtiyacımız var. Bu nedenle kadınlara mesajımız: “Sen varsa, umut hep var!”

### 3. Adaylaşma Süreci

#### 3.1 Kampanya Tasarımı

##### 3.1.1 Kampanya Stratejisi

Siyaset, koyduğunuz hedeflere ulaşmak için stratejiler hazırlamak ve uygulamaktır. Bu stratejilerden en önemlisi seçim kampanyası

stratejisidir. Planlanan stratejinin seçmen üzerinde belirleyici olabilmesi için bazı kriterlere uygun olması gerekmektedir. Bunlar; somutluk, ölçülebilirlik, uygulanabilirlik ve ilham verici bir değer ortaya koyma olarak sıralanabilir. Kitlenizin net ve somut bir hedef beklentisi içerisine girmesi oldukça makul bir istektir. Bu bakımdan somutluk en önemli kriterlerden biridir. Ölçülebilirlik ve uygulanabilirlik, hedeflerinizin gerçekçiliğiyle doğru orantılıdır. Gerçekçilik arttıkça ölçülebilirlik ve ulaşılabilirlik de artacaktır. Dolayısıyla politikaların hayata geçirilebilir ve sürdürülebilir olmasına dikkat edilmelidir. Ancak stratejinizin uygulanabilirliği ve ölçülebilirliği kadar esnekliği ve kapsayıcılığı da önemlidir. Son olarak stratejinizin ilham verici bir değer ortaya koyması seçmenin içindeki coşkuyu uyandırmak ve ortaya çıkarmak açısından kayda değer bir nitelik taşımaktadır. Hedef belirlerken – söz konusu kriterleri sağlamak koşuluyla– çıtayı ne kadar yükseğe çekerseniz coşkuyu da o kadar arttırırsınız. Bu durumda seçmenin size ve davanıza omuz vermesi olağan hale gelecektir. (Örneğin partiniz bölgenizde iki milletvekili çıkartıyorsa üçüncüyü çıkartmak, partinizin oyunu %10 arttırmak, oy verilmeyen bölgelerden oy almak gibi.)

Ayrıca kullandığınız dilin tasarlanması siyasi iklimi değiştirmenin başlangıç noktasıdır. Bunun için, nefret ve şiddet içeren bir dil yerine; katılımcı, çoğulcu, paylaşımcı, sorgulayıcı, tutarlı ve eleştiriye açık bir söylem kullanılmalıdır. Eril siyasetten farklı olarak savaş değil barış öncelenmeli; kindar, intikamcı ve ilkel politikalar yerine kapsayıcı ve kucaklayıcı politikalar vadetmek siyasi dilin temelini oluşturmalıdır.

Bütün bu kriterlere uygun bir kampanya stratejisi geliştirmek için partinizle koordineli bir şekilde hareket etmelisiniz. Bu koordinasyonu sağlamanın yolu partinizin halkın gözündeki konumunu öğrenmenizden geçer. O halde cevaplanması gereken sorular şunlardır:

1. Halk, partiniz hakkında nasıl bir kanıya sahip?
2. Liderinize ve politikalarına ne derece güveniliyor?
3. Partinizin seçim sürecindeki temel hedefleri ve vaatlerinin halktaki karşılığı nedir?
4. Halkın partinizin kazanacağına olan inancında sizin rolünüz nedir?

İyi bir kampanyanın olmazsa olmazı ve halka kampanyayı tanıtarak onun güvenini kazanacak kişi liderdir. Bu bakımdan politik deneyim ve iletişim becerisine sahip adaylar avantajlıdır. Ayrıca adayların özgün, samimi ve halkın kendinden biri olarak gördüğü, medyada iyi bir izlenim yaratan, seçmenle etkileşim halinde olan, siyasi mitinglerde iz bırakan, zinde ve uyanık olması da beklenmektedir. Söz konusu özelliklerin yanında iyi bir kampanya ekibi de en az lider kadar önemlidir. Unutmayın ki doğru bir kampanya ekibi, bağımsız internet siteleri ve özellikle saha çalışmaları, bilinirliğinizin artmasında büyük rol oynamaktadır.

### 3.1.2 Kampanya Mesajı

Partinizin bir ana mesajı olmalı. Bu mesaj 50-100 kelime arasında olabilir. Her mitingde tekrarlanarak seçmene ulaştırılmalıdır. Akılda kalıcılığı açısından kısa ve öz olmasında ve vurucu bir sloganla bitirilmesinde fayda var. Mesajda iktidara gelmesi halinde parti olarak nasıl bir siyasi restorasyon öngörüldüğü, halkın şikâyet ettiği nelerin değiştirileceği vurgulanmalıdır. Aynı zamanda mevcut sistem hakkında eleştiriler sunulabilir ve yanlış politikaların ülke siyasetinde yarattığı tahribatın altı çizilebilir.



Ana mesajda; idari ve teknik konulara, seçmeni ilgilendirmeyen parti içi meselelere ve fikir ayrılıklarına ve güncel hitap etmeyen geçmiş sorunlara girmemeye özen gösterin. Ayrıca; çok fazla jargon ve muğlak ifadeler kullanmamaya, rakip partilerin karalama kampanyalarıyla sizi aşağı çekmelerine izin vermemeye, mesajınızı kampanyanızla uyumlu bir şekilde oluşturmaya ve mesajın stratejinizin temelini oluşturmasına dikkat edin. Mesajda kullanılacak pozitif ifadeler seçimde olumlu bir etki yaratır. Bundan dolayı ileriye dönük çizeceğiniz projeksiyonda pozitif ifadeler kullanmaya gayret gösterin.

Kampanyanız seçmene hitap etmeli ancak seçmen için kendi inandığınız değerlerden ve ideolojinizden de ödün vermemelisiniz. Bu sizin güvenilirliğinize zarar verir. Asıl önemli olan sizin önemli bulup gündeminize aldığınız meselelerin seçmen tarafından da önemli bulunması. Zira seçmene hitap etmek, onunla aynı siyasi fraksiyondan olmanız dahi, mevcut sistem hakkında aynı kaygıları taşıdığınızı göstermenizle mümkündür.

Seçmene ne kadar hitap ettiğinizi öğrenmek için anketlere başvurun. Anket yapmak, kamuoyu yoklaması için en faydalı yöntemdir. Örneğin kadın adayların siyasetteki temsilini arttırmayı planlayan bir partide vekilseniz yapacağınız bir araştırma veya bir sivil toplum kuruluşu tarafından yapılan bir çalışmaya başvurmak suretiyle seçmenin de sizin aynı fikirde olup olmadığını öğrenebilir ve kampanyanızı elde ettiğiniz veriler ışığında güçlendirebilirsiniz. Ana mesajınız aynı kalmak şartıyla farklı seçmen gruplarına mesajınızı farklı şekillerde anlatabilirsiniz.

### ***3.1.3 Kampanya Taktikleri/Araçları***

Kampanyanızın bütçesi kısıtlıysa küçük bütçe ile büyük işler yapmak için yaratıcılığımızın sınırlarını zorlamanız gerekebilir. Ücretli reklam kadar (reklam filmi, poster, broşür vs.) medyanın ilgisini çekmek suretiyle ücretsiz reklamdanda faydalanabilirsiniz. Reklamlar gönüllülerinizi çoğaltacaktır. Gönüllü sayınız yani sizi destekleyenlerin sayısı arttıkça – ki bu da halka karışmak, onların dertlerini dinlemek, beklentilerini öğrenmek ve onlarla birebir etkileşime geçmekle mümkündür – kampanyanız daha fazla kişiye ulaşacak ve başarıya ulaşmanız kolaylaşacaktır. Unutmayın en pahalı kampanya, en başarılı kampanya demek değildir.

Ancak reklamlarınızın geniş kitlelere ulaşmasında ülkedeki siyasi konjonktürün ve demokratik kültürün de etkisi vardır. Ülkenizde basın yayın kuruluşları özgürce yayın yapabiliyor mu? Haberlerde ve reklamlarda iktidar partisi kadar yer alabiliyor musunuz? Görünürlüğünüz ve ifade gücünüz açısından bunlar oldukça önemli sorular. Ayrıca web sitenizi ve sosyal medya hesaplarınızı da kampanya sürecinde etkin kullanmanız beklenir. Değişen dünyada kamuoyu oluşturmak için bu araçları kullanmalı ve seçmenden hızlı dönütler alarak gerekirse stratejilerinizde hızlı değişiklikler yapmalısınız.

### 3.1.4 Medya ve İletişim Stratejisi

Etkili iletişim bir parti için en gerekli olan şeydir. Hatta seçim takvimine göre kampanya sürecinin uzun tutulması ve bu süreçte iyi bir iletişim stratejisi geliştirilmesi hayati önem taşır. Partinin mesajını ve önemli konulardaki duruşunu belirledikten sonra iletişim stratejisi geliştirilmeye başlanabilir.

İletişimde zamanlama çok önemlidir. Başarılı bir medya stratejisi geliştirmek için bir iletişim planı çıkartılmalı ve bu plan çıkartılırken aşağıdaki sorular cevaplandırılmaya çalışılmalıdır:

- Mesajınızı ne zaman açıklamak istiyorsunuz?
- Mesajınızı nerede açıklamak istiyorsunuz?
- Mesajınızı kimlere açıklamak istiyorsunuz?

Farklı medya olanaklarına sahip olmak büyük bir avantaj. Bu bakımdan medya kuruluşları hakkında bilgi sahibi olmalısınız. Hangi medya kuruluşuyla nasıl bir dilde iletişim kuracağınızı önceden belirleyin. Philippine Daily Inquirer gazetesinden köşe yazarı Rina Jimenez David şu tavsiyede bulunmuştur:

*“Kadın grupları, kısa vadede kamusal elde etmeyi amaçlayan, bir defalık çıkışlar yerine medyadaki dost insanlarla uzun vadeli ilişkileri yerleştirmenin yollarını aramalıdır. Bir ilişkinin normal sözleşmeler, bülten aboneliği, eğitim ve öğretim imkanlarından yararlanmaya davet etmek gibi yollarla kurulması, sadece bir dost değil, medyada bir ortak ve bir önder kazanmanız demektir.”*

Kampanya sürecinde medya kuruluşlarının başvurabileceğiniz birçok iletişim kanalı mevcuttur: Mülakatlar, konuşmalar, tartışmalar, bilgi kitapçıkları vs. Ana mesajınızı bu kanalları kullanarak seçmene iletirsiniz. İletişim kampanyanız ana mesajınız ile uyumlu olmalı. Örneğin; kadın politikalarını geliştirmek ve iyileştirmek vaadiyle yola çıkan bir partinin üyesiyseniz toplumsal cinsiyet konusunda hassasiyeti olmayan biriyle fotoğraf vermemelisiniz. Medyanın türü (radyo, televizyon, gazete, internet kanalları, sosyal medya) her ne olursa olsun kilit ilke sizin her zaman görüşme ortamını kontrolünüzde tutmanız gerektiğidir. Bir görüşme ortamına girmeden önce, medya ve iletişim stratejinizi planlarken geliştirdiğiniz bütün bilgileri toplayın ve bunun önemli öğelerini gözden geçirin. Kime hitap edileceğine ve görüşme yoluyla elde etmek istediğinizin ne olduğuna karar verin.

Görüşmeye hazırlananların ortak deneyimi asabi, gergin ve telaşlı bir halet-i ruhiyeye kapılmalarıdır. Kendinizi daha rahat ve daha az heyecanlı kılmak için kullanabileceğiniz birçok teknik bulunmaktadır. Ancak heyecanın tamamen ortadan kalkmasını beklemek yanlış olacaktır. Bu hisleri kontrol etmenin tek yolu konuşmanıza iyi hazırlanmanızdan geçer. Canlı bir dil, ilginç benzetmeler, alışılmadık örnekler ve metaforlar, basit istatistikler ve verilerle hedef kitleniz için konuşmanızı daha çekici hale getirebilirsiniz. Ortaya koymak istediğiniz en önemli noktaları özenle vurgulamalı, elde etmek istediğinizin ne olduğu konusunda herhangi bir yanlış anlaşılmayı önlemek için temkinli olmalısınız.

Medyada görünür olmak isteyen bir siyasetçinin kendine güveni olması gerekir. Utangaç veya çekingen olmayın. Gazetecilerin kurdukları tuzaklara düşmemek için uyanık olun. Bazıları kontrolünüzü kaybetmenize ve kendinizle çelişkiye düşmeniz için çabalayacaklardır. Kolayca etkilenmeyin ve sakinliğinizi korumaya çalışın. Bir görüşmede uymanız gereken altın kural “gerçekleri” söylemektir. Medya ile yapılacak programın veya bir gazeteci ile yapılacak görüşmenin yayınlanacağı yeri, saatini, yerini önceden netleştirin. Görüşmeci ile görüşmeden önce, varsa yaptığı programlara yoksa yazdığı yazılara göz atın. Bu görüşmede sizden ne bekleniyor? Görüşmeye neden siz seçildiniz? Görüşmeye sizden başka biri katılacak mı, katılacaksa kaçır dakika konuşulacak? Bu tür soruları cevaplandırın.



### **3.1.4.1 Ücretli/Ücretsiz Reklam-Tanıtım**

Görünürlüğünüzü arttırmak adına ücretli ve ücretsiz reklamları kullanın. Ücretli reklam ve tanıtımlar kısıtlı bütçe nedeniyle yetersiz kalabilir. Unutmayın sizinle rakip parti veya partiler de benzer reklam kampanyaları yürütecekler. Bu durum seçmenin kafasının karışmasına ve ayrıntılarda boğulmasına neden olacaktır. Kullandığınız reklamlarda mümkün olduğunca net ifadeler kullanın ve ana mesajınızla uyumlu bir kampanya yürütmeye özen gösterin.

Parti için yepyeni bir imaj çizemezsiniz. Partinizin medya ve iletişim stratejisi, seçmenlerin kafalarında var olan imaj üzerine kuruludur. Pozitif reklamlar, ana mesajınızdaki temel sorunları vurgulamalı, parti ile bağlantılı mevcut pozitif çağrışımları doğrulanmalıdır. Negatif reklamlar da aynı şekilde diğer partiyle bağlantılı olumsuz çağrışımları doğrulamak zorundadır.

### **3.1.4.2 Ücretsiz Tanıtım**

Bazı reklamların maliyeti yoktur. İlginç fikirleriniz, projeleriniz, stratejileriniz, parti bünyesinde yaptığınız anket çalışmaları ve seçmenin nabzını ölçmeye yönelik söylemlerinizle de gazetecilerin ve medyanın dikkatini çekebilirsiniz. Yaptığınız röportajlar, basın toplantıları, verdiğiniz demeçler ve katıldığınız TV/Youtube programları medyanın içinde olmanızı sağlar. Böylece seçim kampanyası fonunuza yük getirmeden görünürlüğünüzü arttırabilir ve mesajlarınızı seçmenlere iletebilirsiniz. Bu nedenle basın mensupları ile iyi bir ilişki sürdürmeniz çok önemlidir. Basını faaliyetlerinizden haberdar etmeye gayret gösterin. Toplantılar düzenleyerek seçim kampanyanızın geçmişi ve ana hatları hakkında basına geniş bilgi aktarımlarında bulunur. Bu bağlamda basın bültenleri hazırlamanız da etkili olacaktır.

Ücretsiz reklamların riskli yanları çoktur. Gazetecilerin bilginiz dahilinde olmayan, cevap vermek için erken gördüğünüz ve sansasyon yaratabilecek sorularından kaçının. Muhatap olduğunuz soru ne kadar zor olursa olsun dikkatleri hâkim olduğunuz konuya çekmeye çalışın. Konuşmanızda vermek istediğiniz asıl mesajı iletin. Gazeteciler üzerinizde bir baskı mekanizması oluşturmaya çalışır. Bazen size

doğruluğunu kontrol etmek için yeterli zamanları olmadığından emin olmadıkları soruları yöneltirler. Böyle bir durumda yalan beyanın kaynağını öğrenin ve sonrasında beyanın kaynağını kurutmaya odaklanın. Ayrıca hiçbir koşulda kendi kamusal imajınıza ya da kişiliğinize uymayan TV programlarında yer almayın. Örneğin şarkı söyleyemiyorsanız, karaoke şovunda yer almak fayda getirmeyecektir. Her türlü tanıtımın iyi bir tanıtım olduğu fikri kesinlikle politikacılar için geçerli değildir.

### ***3.1.4.3 Basın Duyuruları ve Basın Konferansı***

Basın duyurusu hazırlanırken mesajınız kısa, anlaşılır, açık ve net olmalı. Davetkâr bir dille ve günlük konuşma dilinden uzak, özenli bir üslupla kaleme alınmalı. Duyuru ilgili gazetecilere ulaştıktan sonra telefonla aranıp teyit edilmeli. Metin geniş kenarlıklı ve çift aralıklı ve basın açıklamasını düzenleyen kişinin isim, adres, telefon numarası ve e-posta adresini içermelidir.

Basın konferansında, orada bulunma nedeninizi açıklayın. Ana mesajınızı mutlaka kullanın. Uzun ve sıkıcı konuşmalardan kaçının. Konuşma sürenizi hesaplayın ve sorular için yeterli zaman ayırmaya özen gösterin.

### ***3.1.4.4 Röportajlar***

Seçmene iletmek istediğiniz mesaj röportajın ana konusu olmalı. Her zaman kendinize sorun: “Benim vermek istediğim mesaj ne? İnsanlara ne iletmek istiyorum? Dinleyici ve izleyiciler röportajdan ne öğrenecekler? Nasıl bir temel görev üstleniyorum? Hedef kitlenizi sizi izleyen ve dinleyenleri göz önünde bulundurun.

Politik ve akademik jargonlara başvurmayın, günlük konuşma dili kullanarak kitlenizi büyütmeye çalışın. Özlü konuşun, yirmi saniyeden fazla düşünmek izleyicinin veya dinleyicinin sıkılmasına neden olabilir. Yetkiniz olmayan konularda konuşmamaya özen gösterin. Hedef kileyi küçümseyici tavırlardan kaçının. Bir an durup düşünün ve partinizin ortalama izleyici veya dinleyici üzerinde ne tür bir izlenim bıraktığını gözlemleyin. Partinizin yapmış olduğu/olabileceği hataları örtbas

etmeyin, özeleştirilerek vermektan çekinmeyin. Geçmişteki hatalar hakkında açık, dürüst ve sorumlu olmak insanları etkiler.

Gazetecilerin sizi gafil avlmasına izin vermeyin. Şaşırtıcı sorulara dikkat edin. Genellikle bir gazeteci, farkında olmadan onayınızı almak için kapalı ve varsayımlar içeren soru soracak, görüşünüzü almak isteyecektir. Örneğin: “Partinizin seçim çalışmaları halka yeterince hitap etmiyor. Bunun için ne yapmayı düşünüyorsunuz?” gibi bir soruya cevap vermeye çalışırsanız, kampanyanızın gerçekten kötü gittiğini kabul etmiş olabilirsiniz. Bu noktada gazetecinin varsayımını yok saymayı veya açıkça inkâr etmeyi bilin.

### 3.1.4.5 Yeni Medya Olanakları

Kampanya sürecinde seçmene ulaşmanın en kısa ve en etkili yolu yeni medyayı kullanmaktan geçer. Seçmeni faaliyetlerinden haberdar edecek iyi tasarlanmış bir *internet sitesi*, *web portalı* veya *forum*, *sosyal ağlar* (Facebook, Twitter, Instagram vb.) *dijital gazete/dergi*, *haftalık/aylık bülten*, *YouTUBE yayını*, *Podcast serisi*... Bütün bunlar hedef kitlenizi genişletmeniz için kullanmanız gereken yeni medya araçları. Hatırlayalım Amerika’daki başkanlık seçimlerinde Barack Obama, internet yardımıyla tüm beklentilere karşı ilk elemelerde Hillary Clinton’ı yenmişti. Ayrıca internet üzerinden sürdürdüğü kampanyası sayesinde milyonlarca dolar bağış toplamıştı. Öte yandan başkan olduğu süre içerisinde sosyal medyayı aktif kullanan Donald Trump, destekçi kitlesini büyütmüş ve bu durum Twitter tarafından tehlike olarak addedilerek hesabının kapatılmasına karar verilmişti.

Artık yeni medyadan bağımsız bir kampanya sürecinin düşünülemez hale geldiğini söylemek mümkün. Yani iyi bir kampanya ekibine sahip olmanız için aynı zamanda iyi bir medya ekibine de sahip olmanız gerekir.

### 3.1.5 Organizasyon

Siyasi partiler ve parti bünyesindeki çıkar grupları (gençler, kadınlar, iş insanları, azınlıklar, yaşlılar vs.) stratejik olarak koydukları hedefe ulaşmak ve destekçi bulmak için yoğun bir çaba sarf ederler. Ancak bu

çabayı sarf ederken bazen partinin örgüt yapısı ve geleneği dolayısıyla bazı engellere takılırlar. Bunun temelinde de parti örgütünün zaman içinde hantallaşması yatar. Zira parti üyeleri, yerel yöneticiler ve parti icra komitesi üyeleri, güç kaybına uğrayacakları endişesi veya fayda sağlamayacağı düşüncesiyle çoğu zaman değişimi ve dönüşümü reddederek statükonun devam etmesi için ellerinden geleni yapar. Parti içi reformun faydalı olduğu kanısını paylaşan ya da yeni bir parti kurma hazırlığında olanlar ise mevcut yapıların ayrıntılı bir analizini geliştirmek, hedef grupların belirlemek ve hayata geçirmeyi planladıkları stratejileri için özel bir organizasyon geliştirmek durumundadır.

Dört farklı tipte siyasal parti olduğu söylenebilir:

- 1. Purist Partiler:** Siyasi/Dini ideolojiler ön plandadır. Güç edinimi ikinci plandadır. Tutarlı ve inançlı bir çizgidedir. Uzlaşılması zordur, güç kazanamazlar ve marjinalleşirler.
- 2. Tek-Konu (Sorun) Partileri:** Tek bir hedef gruba yönelik söylem geliştirirler. Örneğin: Emekliler, gençler, kadınlar, çevreciler vb. Bir kez seçimlere girdikten sonra daha kapsayıcı bir ideoloji geliştirmeye çalışırlar.
- 3. Gelenekçi Partiler:** Gücünü köklü politikalarından ve attıkları emin adımlardan alan, ideolojik ve tutarlı partilerdir.
- 4. Güç Partileri:** Güçlü bir lider tarafından temsil edilir. Parlamenter sistemden ziyade başkanlık sistemi ile yönetilen ülkelerde görülürler.

### **Peki bu partiler nasıl örgütlenirler?**

Güç partilerinin geleceğine parti liderliği yön verir. Bu tür partilerde tüm yetki parti liderine ve partinin üst kademesinde bulunan küçük bir zümreye ait olduğundan, yerel parti başkanlarından, yerel encümen üyelerine ve diğer tüm pozisyonlara getirilecek isimlere genellikle parti liderliği karar verir.

Gelenekçi partilerde ise durum biraz daha farklıdır. Merkezîyetçi yapı güçlü olmasına rağmen yerel yöneticiler kendi bölgelerinde daha fazla söz hakkına sahiptir. Karar verme süreçlerinde liderden ziyade parti tabanı etkindir. Bu tip partilerde dikey hareketlilik söz konusudur. Kişinin daha üst bir konuma gelmesi için bütün kademelerden geçmesi gerekir.

Purist ve tek konu partileri toplumda her zaman daha aktiftir. STK'lar ve toplumsal hareketlerle iç içe olan bu partiler, sık sık protesto eylemlerinde bulunurlar. Genelde mecliste çoğunluğu oluşturamazlar ve hükümette yer alamazlar. Neredeyse her meselede fikir beyan ederler ancak mecliste sandalye kazandıklarında parti içi sorunlarla karşılaşabilirler zira parti tabanı protest yapısını sürdürmeyi yeğler.

Yeni bir parti kurmak veya mevcut partinizde reform yapmak istediğinizde neyi değiştirmek istediğinizi ve neyi amaçladığınızı kendinize sormalısınız. Bu soruların yanıtları, belirli bir organizasyon modeli ortaya koymanız için size seçeceğiniz yolu gösterir.

- Diğer bir deyişle: neden siyasete girmek istiyorsunuz?
- Belirli bir nedeni var mı? Belli bir hedef kitle yararına mı?
- Açıkça tanımlanmış bir ideolojiniz var mı? Pragmatik nedenlerle mi?
- Çabuk gelen bir başarı mı yoksa uzun süreli bir etki mi yaratmak istiyorsunuz?
- Yerel, bölgesel veya ulusal düzeyde mi nüfuz kazanmak istiyorsunuz?
- Birçok üyesi ve nüfuzu olan bir parti mi istiyorsunuz?
- Amacınız nedir ve bu amaca ulaşmak için nasıl bir strateji uygulayacaksınız?

Bu noktada kadınların karar alma süreçlerindeki yer alma oranları partinin yapısıyla ve örgütlenme biçimiyle de doğrudan ilişkilidir. Siyasi partilerin erkek üstünlüğüne eğilimi olduğu göz önünde bulundurulduğunda, kadınların çoğu zaman geri planda kaldığı görülecektir. Birçok ülkede parlamento seçimleri için adayları partiler belirler. Bu anlamda, partiler kadınları göstermelik olarak aday göstermeye çalışır.

Kadınlar bazen kendi çıkarlarını gözetmek amacıyla hem parti içinde hem de parti dışında örgütlenir. Örneğin 1995 yılına kadar PvdA'nın içinde hem parti içi hem de parti dışında faaliyet gösteren "Kırmızı Kadınlar" adlı bir kadın örgütü vardı. Ancak bu örgüt bir süre sonra faaliyetlerini durdurarak, kadın sorunları dışında diğer meselelerle de

ilgilenmek üzere partiye katıldı. Ana siyaset içinde aktif olmak istediler ve Kırmızı Kadın Örgütü'nün çok içe dönük olduğunu düşündüler. Bu durum zaman kadınların önemli kazanımla elde ettiği ve artık parti içindeki kadın kanadının desteklenmesine gerek olmadığı hissini uyandırdı. Bu nedenle zaman içinde bu kadın hareketi yok oldu.

Kadınların siyasete katılımını teşvik etmek ve parti içindeki konumlarını güçlendirmek için tek bir stratejiden söz edilemez. Her ülkenin kendine ait kültürel ve siyasi kodları, kullandığı farklı enstrümanları vardır. Hatta bu ülkelerdeki farklı partilerin farklı temayüllerden gösterdiğinden de yukarıda bahsedildi. Ürdün'de kraliyet ailesi kadın hakları konusunda birtakım reformlar yapılmasına aracı olurken İsveç'te, kadınlar siyasi partilere ittifak örgütleri aracılığı ile etki etmeye çalışır. İran'da muhalif kadınlar müesses nizamın izin verdiği ölçüde sisteme entegre olup onu içeriden düzeltmeye çabalarken kıta Avrupa'sında siyaset yapan birçok kadın bu denli büyük zorluklarla hiç karşılaşmamaktadır.

Kadın örgütlerinin nüfuzunu, siyasi partilerle ittifak yaparak güçlendirmek için birkaç strateji geliştirmek gereklidir.

- Dış paydaşların sayısını arttırın.
- Siyasal katılımın önemi konusunda farkındalık yaratın. STK'ler ile iş birliğine giderek görünürlüğünüzü arttırın.
- Potansiyel kadın adaylara yatırım yapın.
- Siyasi makamlarda kadınların yer alması için kampanyada önlemlere yer verin. (Kadın kotası, fermuar sistemi vs.)
- Kadınların siyasete katılımı hakkında veri toplayın ve araştırmalar yapın.
- Cinsiyet eşitliğini yaygın hale getirin. Bu konuyu siyasi, sosyal ve ekonomik konularla birlikte ele almaya çalışın.

### ***3.1.6 Parti ve Kampanya Finansmanı***

Finansman bir siyasi parti için çok önemlidir. Finansman konusu çok önemlidir. Finansmanın varlığı partinin hangi aktivitelere girebileceğini ve ne tür bir kampanya yapabileceğini belirler. Siyasal finansman elde etmek için kabaca beş yol izlenir:

1. Üyelik aidatları ve/veya ek gelirler (Milletvekilleri maaşlarının belirli bir yüzdesini parti çalışmaları için bağışlayabilirler).
2. Kamu finansmanı.
3. İş veya özel çıkar gruplarından bağış toplamak.
4. Destekçilerden bağış toplamak.
5. Gayrimenkul gelirleri.

Parti, finansman desteğini büyük ölçüde üyelerinden sağlar. Bu nedenlerle parti ile üyeleri/destekçileri arasında organik bağlar bulunmalı ve iyi ilişkiler kurulmalıdır. Üyelerden bağış toplamak için bazı kurallara da riayet etmek gerekir:

- Kişiselleştirilmiş, teşvik edici mektuplar gönderin. Bunları önde gelen parti üyelerinin birine, tercihen de liderlik kademesinden birine imzalatın.
- Bir aciliyet hissi oluşturun: Neden üyelerin acil bir şekilde bağış yapmaları gereklidir?
- Elde edilen gelir nereye harcanacak, şeffaf olun.
- Mümkünse belirli projeler (gazete ilanları, TV reklamları, protesto yürüyüşü, vb.) için maddi katılım isteyin.
- Bağışın teknik detaylarına önem verin.
- İzlemekten vazgeçmeyin. Eğer herhangi bir yanıt alamazsanız, zamanını tespit edip ikinci bir mektup gönderin, hatta daha da iyisi, telefonla arayın.
- Yönetiminizin düzenli olduğundan emin olun ve zaten bağış yapmış olan insanların ikinci mektubu almamalarına dikkat edin.
- Bazı partilerde üyelik ücreti, üyenin gelirine bağlı olarak alınır. Varlıklı parti üyelerinin kimler olduğunu tespit edin ve onlara daha sık yazın veya telefon edin.

Kamu finansmanı ülkeden ülkeye değişen bir durumdur. Önemli olan kurallara ve kanunlara riayet etmek, açık ve şeffaf bir dil kullanmak, bütün defterleri denetimden geçirmek ve başvurulabilecek hukuki bir danışmana sahip olmaktır. İş çevreleri veya farklı çıkar gruplarından

sağlanacak finansman desteğinde de yine ülkedeki geçerli kurallar ve ulusal yasalar etkili olmaktadır. Örneğin bazı ülkelerde iş çevrelerinden ve kimi çıkar gruplarından bağış almak yasakken, bazı ülkelerde bağış almanın limiti yoktur. Kuralların ve yasaların el verdiği durumlarda dahi bu tür bağışları toplamanın birtakım dezavantajları vardır:

- Alınacak olan kararların kendi yararlarına veya onlara yakın insanların yararına olmasını bekleyebilirler.
- Karar alma süreçlerinde etkili olabilirler.
- Siz de kaçınılmaz olarak sponsorunuzun çıkarlarını siyasi gündeminizde dikkate almaya başlayabilirsiniz ve bu da siyasi özgürlük kaybı yaşamanıza neden olabilir.
- Eğer bu tür bir finans kaynağına çok bağımlı olursanız, herhangi bir durumda bu katkılar kesilirse çok zor durumda kalabilirsiniz.

Yukarıda bahsi geçen riskleri almak istemiyor ve siyasi özgürlüğünüzden olmak istemiyorsanız ve sınırlı bir bütçe ile kampanya hazırlayacaksanız şunlara dikkat etmelisiniz:

- Araştırmanızı kendiniz yapın. Odak gruplarınızı kendiniz belirleyin. Sokak röportajları, anketler veya mülakatlar düzenleyin.
- Bir bilgilendirme standı veya kapıdan kapıya reklâm gibi, para gerektirmeyen etkinlikler düzenleyin.
- Mümkün olduğu kadar ücretsiz tanıtımlardan faydalanın ve yerel medyayı unutmayın.
- Daha ucuz ve daha etkili olan yeni medya olanaklarından yararlanın. Sosyal medyayı aktif kullanın. Gençleri önceleyen politikalara öncelik verin.
- Gönüllülere ulaşın. Ne kadar çok gönüllü olursa, seçmenlere tek tek o kadar kolay ulaşılır.
- Diğer partilerle iş birliği ve ittifak yapmaya çalışın.



### 3.1.7 Politika Geliştirme

İç ve dış siyasette yeni politikalar geliştirmek siyasi partilerin işidir. Partilere bu konuda çok büyük iş düşer. Partiler hem seçim kampanyası sürecinde, yani hükümet olmadan yapacaklarını kurgular, hem de hükümet oldukları dönem boyunca önerilerini hayata geçirmek üzere fikirlerini sunar, bunları somut öneriler olarak gündeme getirirler. Politika geliştirmek, insanları siyasetin içine dahil etmenin iyi bir yoludur. Bir partinin politika geliştirmesi için izleyebileceği birçok yol vardır:

- 1. Politika Departmanları:** Politika departmanları kurularak zaman zaman parti lideri tarafından bu departmandan ilgili konulara dair bilgi toplanması istenebilir. Parti üyeleri sorgulanabilir. Bir araya getirilen bilgiler yeni politikalara dönüştürülebilir.
- 2. Araştırma Enstitüsü/Düşünce Kuruluşu (Think-Tank):** Parti bünyesinde bir araştırma enstitü veya düşünce kuruluşu kurulabilir. Bu kurumlar genellikle yarı özerk olduğundan partiyi rahatlıkla eleştirebilir aynı zamanda parti çalışmalarında kolaylık sağlayacak raporlar hazırlayabilir.
- 3. Daimî Danışma Kurulu:** Partilerin belirli politika alanlarında danışmanlık sağlamak için parti uzmanlarından oluşan daimî danışma kurulları vardır. Bu kurullar, talep edildiği takdirde belirli bir konu hakkında tavsiyelerde bulunabilir.
- 4. Geçici Danışma Kurulu:** Parti kongresi ya da yürütme komitesi ayrıca belirli bir konu ile ilgili geçici bir danışma kurulu kurma kararı alabilir.
- 5. Seçim Programı Kurulu:** Partinin idari kadroları, yerel ve ulusal düzeyde tanınmış politikacılar, bilimsel uzmanlar, akademisyenler, sivil toplum kuruluşları, iş insanları ve sendika temsilcileri tarafından oluşturulan bir kurul, parti tüzüğünde belirtilen nihai seçim programı şartlarını göz önünde bulundurarak seçim programını yazar.

### 3.1.8. Toplantılar ve Lobi Faaliyetleri

#### Toplantılar

Etkili bir toplantı, sonucunda herkesin benzer bir kaniya vardığı ve asgari müşterekte mutabık kaldığı toplantıdır. Toplantının en önemli yanı çözüm odaklı olması ve çözüme dair her katılımcının fikrini beyan etmesidir. Önemli olan her fikrin kabul görmesi değil müzakere ediliş biçimidir. Politikada birçok toplantı çeşidi vardır. Bunlar; üye toplantıları, parti toplantıları, grup toplantıları, meclis toplantıları ve kabine toplantıları vb. Çözüme doğru bir yol izleyerek varmak, aynı zamanda, daha zayıf tarafların da tartışma sırasında seslerini duyurma olanağı sağlar. Çözüme doğru yol izleyerek ulaşılması, politik açıdan doğru yolda olduğunuzu göstermez. Ancak tartışmalar, politik açıdan çözüm üretmekte de bir ön koşuldur.

Toplantılarda nelere dikkat etmeli:

- Toplantıdan yalnızca başkan sorumlu değildir. Bu nedenle sorumlulukların paylaşılması önemlidir.
- Toplantıya hazırlık yapılmalı ve konuşulacak konuların sırası ve bu konular hakkındaki gündem maddeleri belirlenmelidir.
- Başkan ayrıca prosedür ve gündem hakkında yapacağı herhangi bir değişiklik not alınmalıdır.

#### Bir toplantı üç aşamadan oluşur:

**1. Bilgilendirme Aşaması:** Eldeki veriler gündeme getirilir. Tartışmaya elverişli olup olmadıkları kontrol edilir. Herkesin konu hakkında bilgilendirilmesi sağlanır.

**2. Düşünce Oluşturma Aşaması:** Tartışmanın gerçekleştiği aşamadır.

**3. Karar Verme Aşaması:** Tartışmada yeni bir asamaya geçilmeyeceğinin anlaşıldığı, tartışmanın bitirildiği ve karar verme aşamasına geçildiği aşamadır. Nihai karar verilirken bazen fikir birliğine varılabilir ancak genellikle bu kolay kolay mümkün olmaz. Bu durumda sorunu oya sunmak gerekir. Tartışmayı sonuçlandırırken potansiyel çatışma kaynağı olabilecek cümlelerden kaçınır. Özellikle, şüpheli ve ucu açık ifadeler

kararı kabul etmeyenlerin kafasında soru işareti uyandırabilir. Tartışmada bir önceki aşamaya geçmek isteyenler olacaktır. Bir önceki aşamaya dönmek isteyenler genellikle kendi görüşlerinin toplantıda bir hükme sahip olmadığını tahmin edenlerdir. Özellikle karara varıldığı sırada, “ama biz farklı bir sonuç tercih ederdik” diyen insanların olması kaçınılmazdır.

Önemli bir diğer konu da alınan kararın uygulanmasıdır. Bir kararı uygulanması doğal olarak bir toplantıdan sonra gerçekleşir. Toplantının tüm şartlara uygun olarak düzenlenmesi kadar kararın uygulanması da başkanın sorumluluğundadır. Başkan kuralları eksiksiz uygulamalı ve spor müsabakasındaki bir hakem gibi tarafsız davranmalıdır. Ancak zaman zaman tartışmaya müdahale edebilmelidir. Ayrıca başkan özetlemeli, sorular sormalı, ortak zemin vurgusu yapmalı, müzakereci olmalı, özellikle toplumun farklı kesimlerini temsil edenlere söz vermeli, katılımcılardan vizyonlarını ve fikirlerini aktarmalarını istemelidir.

## Lobi Faaliyetleri

Kâr amacı gütmeyen kuruluşlar ve şirketler, karar alma mekanizmalarındaki siyasetleri etkilemeye çalışır. Bunu da lobcilik faaliyetleri adı altında yürütür. Lobcilik, belirli bir hedefe ulaşma stratejisidir. Bu stratejiye en çok siyasi partiler tarafından başvurulur. Parti içinde birçok lobi faaliyeti yer alır: Kadın organizasyonları, gençlik örgütleri, etnik azınlıklar, homoseksüeller, yaşlılar, emekliler, engelliler vs. Bu gruplar, lobi faaliyetleri sayesinde sorunlarını, kamuoyu araştırması vasıtasıyla siyasetçilere duyurabilme fırsatı elde eder.

Toplantılar gibi, lobcilik faaliyetleri de üç aşamaya ayrılır: Bilgilendirme aşaması, tartışma ya da görüş oluşturma aşaması ve karar verme aşaması. Lobcilik faaliyetlerinde üç farklı grup insan yer alır: **Paydaşlar** (lobi temsilcisi olmak isteyenler), **karar vericiler** (lobinin hedef grubu) ve etkileyiciler. **Karar vericiler:** Kabine üyeleri, milletvekilleri, belediye başkanları veya belediye meclis üyeleri ve her kademedeki parti üyelerinden oluşur. Etkileyiciler ise bazen farkında olmadan alınan kararlarda etkin kişilerdir: Memurlar, milletvekili danışmanları, siyasi yardımcıları, gazeteciler, hukukçular, sivil toplum kuruluşu üyeleri ve diğer ilgi gruplarından kimseler.

Peki lobi çalışmaları ne zaman başlamalıdır? Hedefe ulaşmak için hangi yolu takip etmek gerekir? Bunlar lobilicilik faaliyetlerinin gerektiği gibi gerçekleştirilmesi için cevaplanması gereken başlıca sorulardandır. Örneğin, parti konferansında bir karar almak için partinin hangi düzenlemelerinin farkında olmalısınız. Konferansın ne zaman yapılacağını öğrenir öğrenmez planlamaya başlamalısınız. Bir sonraki adım, karar vericilerin kimler olacağını irdelenmesidir. Zira bu, sizin hedef grubunuzu oluşturacaktır. Bir parti kongresinde en önemli resmi karar vericiler, liderler ve oylamaya gelen delegelerdir. Ayrıca gayri resmi karar vericilerin (parti genel merkezinde çalışanlar, önde gelen parti üyeleri, komite üyeleri, vb.) listesini hazırladığınızdan emin olmalısınız. Ardından, kararı etkilemek için elinizin altında olması gereken araçları hazırlamalısınız. Hangi aracı ne zaman kullanacağınızı önceden belirlemez ve uygun olmayan araçları kullanmamanız gerekir. Baskı grubu oluşturmak istiyorsanız doğru zamanda, doğru yerde, doğru kişi ile görüşmeniz hayati önem taşıyacaktır.

### Örnek:

**Hedef:** Kadınların %50'sinin üst pozisyonlarda görev almaları.

**Ek Bilgi:** Yönetimin konunun önemini kavrayabilmesi için tüm gerçeklerden haberdar olması Bu bağlamda aşağıda sıralanan soruların cevapları genel başkana sunulmalıdır:

- Partide kaç aktif kadın üye var?
- Genelde siyasette kaç kadın var ve diğer partilerde kaç kadın var?
- Bu kadınlardan kaç tanesi seçimlerde seçilip hangi pozisyonlarda görev yapabilirler?

İlgili sorulara yönelik cevaplar gerekli mercilere iletildiğinde; parti liderliği, konferans delegeleri ve kadın örgütündeki üyeler kendi görüşlerini savunmak için harekete geçer ve görüşmeler başlatılır. Siz de bu aşamada, argümanlarınızla insanları etkilemeye ve muhalefetin gücünü değerlendirmeye, mümkün olduğunca çok sayıda müttefik ve destekçi bulmaya çalışırsınız.

**Son Aşama:** Karar, parti lideri ve/veya ilgili birimler tarafından verilir.

### 3.2 Stratejik Plan Hazırlama ve Çevre Analizi

Adaylık, toplumsal ve kişisel yönleri olan çok katmanlı ve zorlu bir süreçtir. Bu süreç boyunca hem adayın kendi sınırları keşfe açılır hem de ciddi bir deneyim elde edilir. Karşılaşılacak her türlü şeye hazırlıklı olmak oldukça önemlidir. Dolayısıyla önceden düşünülmüş ve planlanmış bir adaylık süreci ciddi avantajlar sağlayacaktır. Bu aşamada yapılması gereken adayın kendi imkanlarını ve çevresini sorgulamak, ayrıca hedefleri ortaya koymaktır. “Neden adaysınız?”, “Aday olma amacınız nedir?”, “Hangi şartlar altındasınız?”, “Strateji araçlarınız neler olabilir?” gibi soruların muhakkak cevaplandırılması gerekir.

Sürecin yönetilebilir olması için ön hazırlık gerektirir ve buna ‘stratejik planlama’ denir. Stratejik planlamanın başlıca kaygıları arasında çevrenin anlaşılması ve teşhis edilmesini içerir. Her strateji karşı karşıya olunan çevrenin ne kadar iyi anlaşıldığının ve ona ne kadar iyi yanıt verildiğinin somut göstergesidir. Başarıyı garanti eden basit modeller veya algoritmalar olmadığı için neredeyse sonsuz çevresel değişken ile adayın neye ulaşmak istediği, bunu nasıl yaptığı ve izlemek istediği strateji arasında yakın bir ilişki vardır. Stratejinin özü ise geleceğe yönelik olmasıdır ve bir bakıma güncel tehditler ve fırsatlar üzerinde yapılacak analizlerin vurgusu var olan çevrenin dönüştürüleceği şey için yapılmalıdır. Süreç iki yönlüdür. Birincisi, potansiyel tehdit ve fırsatları belirleyen ve izleyen çevresel analiz; ikincisi, bir karar verme süreci aracılığıyla bu tehdit ve fırsatların aday için önemini değerlendiren bir teşhis yapmaktır. Bu bağlamda bir adayın seçimi kazanma stratejisi açısından değerlendirilecek olursa; çevre analizi mevcut siyasi ortam/ilişki stratejilerine ve değişim tahminlerine karşı yapılırken, teşhis aşaması mevcut stratejilerde, yeni araçlarda ve seçmen ile ilişkilerde yapılacak iyileştirmeler açısından çevresel değişimin önemi ile ilgilenecektir.

Adaylar için Çevre Modeli strateji çalışmalarında araç olarak kullanılabilir. Modelin alt başlıklarında bulunan her madde önemli ve anlamlı olsa da tüm çevreyi kapsamlı bir şekilde izlemek aşırı kaynak taahhüdünü içerecektir. Bu nedenle adaylar taramalarını en hassas oldukları değişkenlere odaklanarak yapmalıdırlar. Öncelik belirlerken şöyle bir tablo oluşturmak faydalı olacaktır:

<b>Gerçekleşme olasılığı</b>	<b>Yüksek</b>	Yüksek öncelik	Yüksek öncelik	Orta öncelik
	<b>Orta</b>	Yüksek öncelik	Orta öncelik	Düşük öncelik
	<b>Düşük</b>	Orta öncelik	Düşük öncelik	Düşük öncelik
		Yüksek	Orta	Düşük
<b>İşbirliği üzerindeki olası etkisi</b>				

### Şekil: Sorunlar öncelik matrisi

Aşağıda bulunan matriste yer alan başlıklarla ilgili çevresel veriler gruplandırıldıktan sonra öncelikler kurgulanmalıdır. Muhtemel ortamın görünümü ve dinamiği anketlere, talep analizlerine, nitelikli resmi ve gayri resmi görüşmelerin çıktıklarına, kilit aktörlerle ve danışmanlarla yapılacak görüşmeler kanıtlanarak çizilebilir.



Aşama	Görev	Değişkenler	Etkinlik
Analiz	Çevresel İnceleme	<b>Ekonomik</b> GSMH harcanabilir gelir, tasarruf düzeyleri, parasal mali politikalar	Temel değişkenlerin tahminleri, yereli tanıma
		<b>Sosyal</b> Nüfus büyüklüğü, dağılımı, aile büyüklüğü, hane halkı oluşumu	Değişkenlerin tanımı ve ön dökümleri
		<b>Teknolojik</b> Ar-Ge harcamaları, fikir kaynakları, patentler	Teknolojik öngörü
		<b>Siyasi</b> Seçmen beklentileri, politik konum, güncel krizler, yapısal politikalar	Medya hukuk departmanı aracılığıyla siyasi ve çevresel tarama
		<b>Halkla İlişkiler</b> Toplumsal dönüşüm ve değişim, kanallardaki değişiklikler, siyaset dinamikleri	İletişim bilgi sisteminin sorgulanması, seçmen ve gelecek seçmen potansiyel tahminleri
Teşhis	Etki ve risk hakkında karar verme	Yukarıdaki gibi	Senaryo oluşturma odağı, hedeflerde ve mevcut stratejide değişiklikler

### Şekil: Çevresel Tarama Sistemi

### 3.3 Aday Olma Şartları

Cumhurbaşkanı olmak için gerekli şartlar, Anayasanın 101. maddesinde düzenlenmiştir. Bu şartlar şunlardır:

- 40 yaşını doldurmuş olmak.
- Yükseköğrenim mezunu olmak.
- Milletvekili seçilebilme yeterliliğine sahip bir Türk vatandaşı olmak.



Bir kişi en az yirmi milletvekili ile oluşan siyasi parti grupları, en son yapılan milletvekili genel seçimlerinde geçerli oylar toplamı tek başına ya da birlikte hesaplandığında yüzde beşi geçen siyasi partiler veya yüz bin seçmen tarafından Cumhurbaşkanlığına aday gösterilebilir. Cumhurbaşkanının görev süresi 5 yıldır ve bir kişi en fazla iki kez seçilebilir. Cumhurbaşkanının ikinci döneminde meclisin seçimleri yenilemesine karar vermesi halinde cumhurbaşkanı bir defa daha aday olabilir. Cumhurbaşkanı seçilen milletvekilinin Türkiye Büyük Millet Meclisi üyeliği sona erer.

Milletvekili seçilme yeterliliği, Anayasa ve Milletvekili Seçimi Kanunu ile düzenlenmiştir. Buna göre milletvekili seçilmek için gerekli koşullar şunlardır:

- 18 yaşını doldurmuş olmak.
- Türkiye Cumhuriyeti vatandaşı olmak.
- En az ilkokul mezunu olmak.
- Askerlik vazifesini yerine getirmiş olmak.
- Hür olmak, kısıtlı olmamak.
- Kamu görevlerinden yasaklı durumda olmamak.
- Toplam süre olarak bir yıldan daha uzun süre hapis cezası almamış olmak.
- Taksirli suçlardan bir yıldan daha az süreliğine dahi olsa hiçbir şekilde hapis cezası almamış olmak.
- Devlet sırlarını açığa çıkarma, anarşi eylemlerine katılma ya da ideolojik eylemlere katılma gibi suçlar işlememiş olmak.
- Yüz kızartıcı suçlar işlememiş olmak.

Anayasanın 76. Maddesi ve 2839 sayılı Milletvekili Seçimi Kanunu ile düzenlenmiştir. Bir Türkiye Cumhuriyeti vatandaşının milletvekili seçilebilmesi için gerekli olan şartlar şunlardır:

- Milletvekili Seçimi Kanunu ve anayasada yer alan vatandaşlık ve yaş şartlarına sahip olmak,

- Milletvekili olarak seçilmeye engel olabilecek bir durumda olmamak,
- Eğer milletvekili seçilebilmek için bir siyasi partiden aday olunacak ise söz konusu siyasi partinin Türkiye Cumhuriyeti yasalarına göre seçimlere katılma hakkına sahip olması,
- Eğer milletvekili seçilebilmek için bir siyasi partiden aday olunacak ise söz konusu siyasi partinin Tüzüğünde yer alan özelliklere sahip olmak,
- Halihazırda milletvekili seçilebilmek için istifa edilmesi gereken bir konumda kamu görevlisi olarak çalışılıyor ise, görevden istifa etmek.

2972 sayılı Kanununun 9. maddesinde<sup>4</sup>; 2839 sayılı Milletvekili Seçimi Kanununun 11. maddesinde<sup>5</sup> belirtilen sakıncaları taşımamak şartıyla, on sekiz yaşını dolduran her Türk vatandaşının büyükşehir belediye başkanlığına, belediye başkanlığına, il genel meclisi ve belediye meclisi üyeliğine seçilebilecekleri belirtilmiştir.

<sup>4</sup> 2972 Madde 9 – (Değişik birinci fıkra: 27/12/1993-3950/1 Md.) 2839 sayılı Milletvekili Seçimi Kanununun 11 inci maddesinde belirtilen sakıncaları taşımamak şartıyla, on sekiz yaşını dolduran her Türk vatandaşı belediye başkanlığına, il genel meclisi ve belediye meclisi üyeliğine seçilebilir.

<sup>5</sup> 2839 Madde 11 – Aşağıda yazılı olanlar milletvekili seçilemezler:

- İlkokul mezunu olmayanlar,
  - Kısıtlılar,
  - Askerlikle ilişkisi olanlar,
  - Kamu hizmetinden yasaklılar,
  - Taksirli suçlar hariç, toplam bir yıl veya daha fazla hapis veya süresi ne olursa olsun ağır hapis cezasına hüküm giymiş olanlar,
  - Affa uğramış olsalar bile;
- (Değişik: 2/1/2003-4778/15 Md.) Basit ve nitelikli zimmet, irtikâp, rüşvet, hırsızlık, dolandırıcılık, sahtecilik, inancı kötüye kullanma, dolanlı iflas gibi yüz kızartıcı suçlar ile istimal ve istihlak kaçakçılığı dışında kalan kaçakçılık suçları, resmî ihale ve alım satımlara fesat karıştırma veya Devlet sırlarını açığa vurma suçlarından biriyle mahkûm olanlar,
  - Türk Ceza Kanunu'nun İkinci Kitabının, birinci babında yazılı suçlardan veya bu suçların işlenmesini aleni olarak tahrik etme suçundan mahkûm olanlar.

Muhtar olma şartları 2021 yılında aşağıdaki gibidir:

- T.C. Vatandaşı olmak.
- Seçimlere girileceği tarih itibariyle 18 yaşını tamamlamış olmak.
- Seçimlere girdiğiniz mahalle ya da köyde ikamet ediyor olmak ve o ikametle en az 6 ay oturuyor olmak.
- Mezuniyet şartı yoktur. Okuryazar olmak yeterlidir.
- Akli melekeler yönünden kısıtlı olmamak.
- Hükümlü olmamak. Bazı suçları işleyenlerin seçilme hakkı yoktur.

### 3.4 Türkiye Siyasi Partilerinde Aday Belirleme Yöntemleri

Türkiye siyasi partilerinde aday belirleme süreci genel itibariyle parti içi grupların dengelenmesi ve lider grubunun buyruklarının yerine getirilmesi şeklinde işlemiştir. Bu anlamda uygulamada dört biçimde aday belirleme yönteminin varlığından söz edilebilir. Bunlar aşağıdaki gibi sınıflandırılabilir.

#### Ön Seçim

En demokratik ve katılımcı kabul edilen aday belirleme yöntemidir. Önseçim yöntemi bir siyasi partinin genel seçimde aday olacak isimleri tüm partililerin katıldığı bir oylamayla belirlemesi sürecidir.

Türkiye’de önseçim yönteminin Yüksek Seçim Kurulunun denetimine tabi olduğu gözlenmektedir. Her genel seçim öncesi Yüksek Seçim Kurulu, önseçim yönteminin hangi usul ve esaslara göre yürütüleceğini gösteren bir genelge yayımlar. Bu genelge seçim çevresi, seçim kurullarında partilerden bulunması gereken partililerin ne şekilde belirleneceği, yine seçim kurullarında devlet memurlarından bulunacakların ne şekilde belirleneceği, önseçimin hangi gün gerçekleşeceği, parti seçmen listelerinin belirlenmesi vb. hususları içerir.

#### Örgüt (Temayül, Eğilim) Yoklaması

Örgüt yoklaması yöntemi farklı uygulama biçimleri olmakla birlikte parti tabanı ile merkezi arasındaki dengenin sağlanması amacıyla

yerel örgütlerde kurulan birtakım komiteler vasıtası ile adayların belirlenmesidir. Partilerin merkez yoklamasından sonra en çok başvurduğu yöntemdir. Partilerce yapılan örgüt yoklamasının hukuki anlamda bir bağlayıcılığı yoktur. Esasen partiler tarafından sıklıkla başvurulmuş bir yöntem olmasının altında da bu sebep yatar. Önseçim yöntemi gibi hukuki denetime tabi değildir. Parti örgütü ve kurumlarınca yürütülen bir süreçtir. Örgüt yoklaması, eğilim yoklaması veya temayül yoklaması gibi isimlerle de anılır. Türkiye’de her siyasi parti, örgüt yoklamasına katılacak partilileri kendi tüzükleri vasıtası ile belirler. Dolayısıyla merkez teşkilatının inisiyatifinde bir delegasyon söz konusu olacaktır. Bu aday belirleme yöntemi önseçim yöntemi kadar demokratik ya da bir diğer deyişle katılımcı olmasa da lider tarafından yahut merkez yoklaması adı verilen partinin merkez karar organlarınca yapılan belirlemeden daha katılımcı ve demokratik kabul edilir. Türkiye siyasi partileri tarafından sıklıkla başvurulmuş bir yöntemdir.

### **Merkez Yoklaması**

Parti merkez organlarınca, adayların belirlenmesi yöntemidir. Siyasi partilerin oligarşik yapıya bürünmesini tetikler. Önseçim yöntemindeki gibi bir hukuki denetime tabi değildir. Tüm usul ve esasları parti tüzüklerince belirlenir. Dolayısıyla parti merkez organlarının insafına bırakılmış bir yöntemdir. Parti merkez organlarının, muhtemel seçilebilecekleri yerlerden kendilerini aday göstermesi sonucunu doğurabilir ve dolayısıyla aday belirlemeden ziyade merkez organların kendilerini belirledikleri bir sürece dönüşebileceklerdir.

### **Kontenjan Adaylığı**

Kontenjan adaylığı, parti tabanında siyasi karşılığı olmayan ve dolayısıyla önseçim ve örgüt yoklamasında oy alması beklenmeyen fakat sahip olduğu nitelikler itibariyle parti merkezi tarafından aday olarak gösterilmek istenen kişiler için uygulanan bir yöntemdir. Parti merkezi ile parti tabanı arasındaki dengeyi sağlamak adına da uygulanabilmektedir.

Burada belirtilmesi gereken bir husus var ki o da bu yöntemlerden hiçbirinin uygulanmasının zorunlu olmayışıdır. Yani Siyasi Partiler Kanunu, aday belirlenmesi sürecini tamamıyla parti içi bir süreç olarak kabul etmiş ve bu sebeple herhangi bir emredici sınır çizmemiştir.

## 4.TBMM İç Tüzük

### BİRİNCİ KISIM

#### GENEL HÜKÜMLER VE TARİFLER

##### Dönem, yasama yılı, birleşim ve oturum

**Md. 1 YD:** İki GS arası süre 5 yıldır (1Ekim-30Eylül).

**BRLŞM:** GK'nin belirli bir günde açılan toplantıdır.

**OTRM:** BRLŞM'nin ara ile bölünen kısımlarıdır.

##### Üye tamsayısı

**Md. 2** Üye tamsayısı altı yüzdür. Türkiye Büyük Millet Meclisi üyeliklerinde boşalma olması üye tamsayısını değiştirmez.

##### İlk toplantı, ant içme ve göreve başlama

**Md. 3** TBMM GK, GS sonuçlarının YSK ilanını takip eden üçüncü gün saat 14.00'te çağrısız toplanır. MV kürsüde ant içer. Ant içme töreninde bulunmayan milletvekilleri veya ara seçimde milletvekili seçilenler, katıldıkları ilk birleşimin başında ant içerler. Ant içmekten imtina edenler MV hakları ve sıfatından yararlanamaz.

##### Yasama yılının başlaması

**Md. 4** TBMM her Ekim ayının birinci günü çağrısız toplanır.

##### Tatil

**Md. 5** Çalışmaları süreli erteleme. TBMM 1 Temmuz'da tatile girer. Bir yasama yılı içinde üç aydan fazla tatil olmaz.

##### Ara verme

**Md.6** TBMM çalışmaları on beş gün ertelenebilir. Karar DK görüşü ve G K onayı gerektirir.

## **Tatilde veya ara vermede toplantı**

**Md. 7** Tatil veya ara vermede, CB, TBMM BŞK çağırırsa belirtilen gün ve saatte toplanır. BŞK üyelerin 175 imzasıyla verilen gerekçeli önerge varsa çağrı istemi yedi gün içinde yapar. BRLŞM yeterli çoğunlukla açılırsa çağrı okunur, konu görüşülür. TBMM devam kararı vermezse tatil, ara devam eder. Yeterli çoğunluk yoksa çağrı düşer.

## **İKİNCİ KISIM**

TBMM'nin Kuruluşu

## **BİRİNCİ BÖLÜM**

### **Başkanlık Divanı**

#### **Geçici Başkanlık Divanı**

**Md. 8** YD'nin birinci BRLŞM'nin ilk OTRM en yaşlı üye GBŞK, sonraki yaşlı MV, GBŞKV, en genç altı MV GKTPÜ olur.

### **Başkanlık Divanının Kuruluşu**

**Md. 9** BŞKD, bir BŞK, dört BŞKV, yedi KTPÜ, üç İA'dan kurulur.

GK ve DK teklif ederse KTPÜ ve İA üye sayısı artabilir.

### **Başkan Seçimi ve Süresi**

**Md. 10** Bir YD'de iki seçim yapılır. İlk seçilenin görev süresi iki, ikinci devre seçilenin görev süresi üç yıldır.

SPG'leri BŞK adayı gösteremezler.

GS sonrası, toplanılan günden itibaren veya ikinci devre için, birinci devre süresinin dolmasından on gün önce, beş gün içinde BŞKDVN'ye bildirilir ve TBMM seçim günü kendiliğinden toplanır. Gizli oyla seçim yapılır. İlk iki oylamada ÜTS'nin üçte iki ve üçüncü oylamada ÜTS salt çoğunluk aranır. Salt çoğunluk sağlanamazsa en çok oy alan iki adayla dördüncü oylama yapılır ve en fazla oy alan üye BŞK seçilir. BŞK seçimi aday gösterme süresi bitiminden itibaren beş gün içinde tamamlanır.

## **Parti gruplarının Başkanlık Divanında temsili**

**Md. 11** TBMM BŞK, toplamdaki SPG'nin yüzde oranlarına göre SPG'ye düşen BŞKDVN görev yeri ve sayısını saptar ve DK'ye bildirir. BŞKDVN'deki görev yerleri, BŞKVKL'leri için iki adedi TBMM ÜTS'nin salt çoğunluğuna sahip SPG'ye ait olmak üzere, oranı en yüksek olana göre sırayla dağıtılır.

KTPÜ ve İA dağıtımı, DK görüşüyle GK'de belirlenir. SPG aday gösterir ve bu adaylar GK tarafından işaretle oylanır ve seçim tamamlanır. Seçim yılda iki kez yapılır. İlk seçilenlerin görev süresi iki yıl, ikinci devre için seçilenlerin görev süresi üç yıldır.

## **Başkanlık Divanında boşalma**

**Md. 12** Yeni BŞK seçilinceye kadar en yaşlı BŞKV, GBŞK olur.

BŞKDVN diğer üyelere boşalma olursa, en kısa sürede tamamlanıncaya kadar Divanın görevi sürer. Partisiyle üyeliği biten veya grup kurma hakkını kaybeden üyenin görevi biter. GK'de oranlar değişir ve sayı ve görev yerleri değişen oranlara uymazsa BŞK durumu tespit eder 11. Md. Uygulanır.

## **Başkanlık Divanının görevleri**

**Md.13** BŞKDVN kanunlar ve İçtüzük gereğince görev yapar. GK oylama ve seçimlerde yanlışlık olursa, BŞK usul görüşmesi açabilir, oya başvurabilir. Yanlışlık BRLŞM'den sonra anlaşılırsa, BŞK, Divanı toplar, izlenilecek yola karar verilir. BŞK, kendi görevleriyle ilgili gerekirse Divan görüşü alabilir.

BŞKDVN toplantı yeter sayısı üye tamsayısının, karar yeter sayısı hazır bulunan üyelerin salt çoğunluğudur. BŞKDVNÜ tek başına yaptığı işle ilgili şikâyet varsa, toplantı yeter sayısı bu üye hariç tamamıdır. BŞK veya görevlendirdiği BŞKV olmadan Divan toplanamaz, karar alamaz.

## **Başkanın görevleri**

### **Md. 14**

1. TBMM'yi Meclis dışında temsil etmek.
2. GK görüşmelerini yönetmek.

3. TD ve TÖ düzenlenmesini denetlemek.
4. BŞKD VN'ye BŞK'lik etmek ve gündemi hazırlamak.
5. DK'ye BŞK'lik etmek.
6. TBMM komisyonlarını denetlemek, işlerde birikme varsa KOMBŞK'yi uyarmak ve durumu GK'nin bilgisine sunmak.
7. BŞKD VN kararlarını uygulamak.
8. TBMM idari, mali işleri, kolluk işlerini yürütmek, denetlemek.
9. TBMM bünyesindeki KSYK aracılığıyla çalışmalarını yurtiçi ve dışı tanıtmak ve yayın yapmak.
10. Anayasa, kanunlar ve içtüzük gereğince görev yapmak.
11. BŞK özürsüz veya ANK dışındaysa bir BŞKV'yi yazılı vekil atar, resmi kontakta oturur.

### **Başkanvekillerinin görevleri**

**Md. 15** BŞK yerine GK görüşmelerini yönetmek ve OTRM TD, TÖ düzenlenmesini gözetmek. Hangi BRLŞM veya OTRM yöneteceklerine BŞK karar verir.

### **Kâtip üyelerin görevleri**

#### **Md. 16**

1. TD ve TÖ tutulmasını denetlemek
2. TÖ'lerini yazmak
3. GK'de evrak okumak
4. Yoklama yapmak
5. Oy saymak
6. Seçimlerin düzen ve dürüstlük içinde geçmesini denetlemek
7. Söz sırasını kaydetmek



## **İdare amirlerinin görevleri**

### **Md. 17**

1. TBMM'nin idari, mali işleri ile kolluk işlerini BŞK talimatlarına uygun yürütmek ve BŞK'ye yardımcı olmak
2. Özel törenleri idare etmek
3. TBMM bütçesine ilişkin teklifleri BŞK'ye sunmak
4. Genel ve özel giriş kartlarını dağıtmak
5. İdare amirleri, BŞK'nin yürütme vasıtalarıdır. Tatil ve ara verme sırasında BŞK'nin tespit ettiği sıra ile ANK'de kalırlar

## **Siyasî parti gruplarının kuruluşu**

### **Md. 18**

En az yirmi milletvekili bulunan siyasî partiler, Türkiye Büyük Millet Meclisinde grup kurma hakkına sahiptirler.

Siyasî parti grubunun ilk kuruluşunda grup içyönetmeliği ile her yasama dönemi başında, o gruba mensup milletvekillerinin adı, soyadı ve seçim çevrelerini gösterir liste gruplarca Meclis Başkanlığına verilir.

Sonradan meydana gelecek değişiklikler hakkında da en kısa zamanda aynı işlem yapılır

## **ÜÇÜNCÜ BÖLÜM**

### **Komisyonlar**

#### **Komisyonların adları**

### **Md. 20**

Türkiye Büyük Millet Meclisi komisyonları şunlardır:

1. Anayasa Komisyonu;
2. Adalet Komisyonu;
3. Millî Savunma Komisyonu;
4. İçişleri Komisyonu;
5. Dışişleri Komisyonu;

6. Millî Eğitim, Kültür, Gençlik ve Spor Komisyonu;
7. Bayındırlık, İmar, Ulaştırma ve Turizm Komisyonu;
8. Çevre Komisyonu;
9. Sağlık, Aile, Çalışma ve Sosyal İşler Komisyonu;
10. Tarım, Orman ve Köyişleri Komisyonu;
11. Sanayi, Ticaret, Enerji, Tabii Kaynaklar, Bilgi ve Teknoloji Komisyonu;
12. Türkiye Büyük Millet Meclisi Hesaplarını İnceleme Komisyonu;
13. Dilekçe Komisyonu;
14. Plan ve Bütçe Komisyonu;
15. Kamu İktisadî Teşebbüsleri Komisyonu;
16. İnsan Haklarını İnceleme Komisyonu.

(14) ve (15) inci bentlerdeki komisyonlar hariç, komisyonların her birinin üye sayısı, Danışma Kurulunun teklifi üzerine Genel Kurulca işaret oyuyla belirlenir. Komisyonlar için, bir yasama döneminde iki seçim yapılır. İlk seçilenlerin görev süresi iki, ikinci devre için seçilenlerin görev süresi üç yıldır. Görev süreleri yenileri seçilinceye kadar devam eder.

## **Parti gruplarının komisyonlarda temsili**

### **Md. 21**

## **Parti gruplarının komisyonlarda temsili**

Başkan, 11 inci maddenin ilk fıkrasında belirtilen oranlara göre, komisyonlarda da siyasî parti gruplarına düşen üye sayısını tespit eder. Bir siyasî parti grubu, herhangi bir komisyonunda kendisine düşen üyelikten vazgeçebilir. Siyasî parti grupları, adaylarını belli edilecek bir süre içerisinde Başkanlığa bildirirler. Bütün komisyonlar için, siyasî parti gruplarınca bildirilen adayların isimlerini gösterir listelerin Genel Kurulca, işaret oyu ile onaylanması suretiyle seçim tamamlanmış olur.

## ÜÇÜNCÜ KISIM

### Genel Kurul alışmaları

#### Gündem

#### Md. 49

Türkiye Büyük Millet Meclisi Genel Kurulunun gündemi řu kısımlardan ibarettir:

1. Başkanlığın Genel Kurula sunuşları.
2. Özel gündemde yer alacak işler.
3. Seçim.
4. Oylaması yapılacak işler.
5. Meclis soruşturması raporları.
6. Genel görüşme ve Meclis araştırması yapılmasına dair öngörüşmeler.
7. Kanun teklifleri ile komisyonlardan gelen diğeri işler.

Danışma Kurulunun teklifi ve Genel Kurulun onayı ile 6. kısım için haftanın belli bir gününde belli bir süre ayrılabilir.

3. ve 4. kısımlardaki seçimler ve oylamalar için de haftanın belli bir günü ayrılabilir.

Gündemdeki işlerin görüşme sırası Başkanlıkça alınış tarihlerine göre tespit edilir. Başkanlıkça lüzum görülen hallerde, 7. kısımdaki işlerin görüşme sırası Danışma Kurulunca Genel Kurula teklif olunabilir. Esas komisyonlar ve kanun teklifi sahiplerinin bu konu ile ilgili istemleri de Danışma Kurulunda görüşülür. Danışma Kurulunun bu konudaki görüşü Genel Kurulun onayına sunulur. Başkan birleşimi kapatırken, gündemde bulunan hususlardan hangilerinin gelecek birleşimde veya birleşimlerde görüşüleceğini Genel Kurula bildirir. Bu husus ayrıca elektronik ilan panosunda ilan edilir.

Danışma Kurulunun görüşü alınıp, Genel Kurulca kararlaştırılmadıkça, Başkan tarafından görüşüleceği önceden bildirilmeyen hiçbir husus, Genel Kurulda konuşulamaz.

## Özel gündem

### Md. 50

Danışma Kurulu, Anayasa ve İçtüzüğün emredici hükümleri gereğince, belli bir sürede sonuçlanması gereken, muayyen bir veya birkaç konunun yer alacağı özel gündemler ve görüşme günleri tespit edebilir. Bu konular, özel gündemde Başkanlık sunuşundan sonra yer alır. Özel gündem maddelerinden sonra, genel hükümler gereğince tespit olunmuş gündem maddelerine yer verilir.

## KANUN TEKLİFİ TASLAĞI HAZIRLAMA YÖNERGESİ

### Başvuru

**Md. 4** (1) Kanun teklifi taslağı hazırlama talepleri, milletvekilinin imzasını taşıyan ekli (1) sayılı formun Teklif Destek Bürosunun bağlı bulunduğu Başkan Yardımcısına iletilmesi suretiyle veya kurumsal iletişim platformu (TBMM Portal) üzerinden yapılacak başvuru ile gerçekleştirilir.

### Kanun teklifi taslağı taleplerinin içeriğı

**Md. 5** (1) Kanun teklifi taslağı taleplerinde, hazırlanması istenilen taslağın konusu ve içeriğı açıkça belirtilir.

### Kanun teklifi taslaklarının hazırlanması ve iletilmesi

**Md. 6** (1) Kanun teklifi taslağı, talep formunun iletilmesinden itibaren on beş iş günü içinde hazırlanır. (2) Kanun teklifi taslağıyla ilgili görüşmeler sorumlu büroda gerçekleştirilir. (3) Hazırlanacak kanun teklifi taslağına, milletvekilinin talebi hâlinde teknik gerekçe metni de eklenir. (4) Hazırlanan kanun teklifi taslağı, milletvekiline veya talep formunda belirtilen ilgili personele elektronik ortamda iletilir.

## TÜRKİYE BÜYÜK MİLLET MECLİSİ BAŞKANLIĞI İDARİ TEŞKİLATI İMZA YETKİLERİ ve İMZA YETKİSİ DEVRİ YÖNERGESİ

### Başkanvekillerinin imzalayacağı veya onaylayacağı yazılar

**Md. 8** (1) Başkanvekillerinin imzalayacağı veya onaylayacağı yazılar şunlardır:

- a) Milletvekillerinin yurt içi geçici görevlendirilmelerine ilişkin yazılar.
- b) 7. maddede öngörülen hususlardan, Başkanın yetki devri yaparak Başkanvekilleri tarafından imzalanmasını uygun gördüğü konulara ilişkin yazılar.

### **İdare Amirlerinin imzalayacağı veya onaylayacağı yazılar**

**Md. 9** (1) TBMM İçtüzüğü'nün 17. maddesi gereğince, İdare Amirleri arasında Başkanın talimatıyla aşağıdaki konular esas alınarak görev dağılımı yapılır:

- a) Güvenlik Koordinasyon Kurulu (Kolluk işleri, giriş kartları, araç kartları).
- b) Parlamenter hizmetleri (Milletvekillerine gönderilen yazılar ve duyurular).
- c) Milletvekillerinin sağlık işleri.
- ç) Tören hizmetleri.
- d) Ulaştırma hizmetleri (Makam araçları ve şoförlerin görevlendirme yazıları) ve sosyal işler (Restoran ve misafirhaneler).
- e) Basınla İlişkiler Kurulu. (2) Birinci fıkrada öngörülen konularda milletvekillerini ilgilendiren işlem ve kararlar İdare Amirleri tarafından imzalanır.

## **MİLLETVEKİLLERİNİN YASAMA FAALİYETLERİNDE SÖZLEŞMELİ OLARAK ÇALIŞTIRILACAK DANIŞMAN, İKİNCİ DANIŞMAN VE İLAVE (YARDIMCI) PERSONEL HAKKINDA HİZMET SÖZLEŞMESİ ESASLARI**

### **Aranacak Şartlar**

**Md. 4** (1) Milletvekillerine yasama faaliyetlerinde yardımcı olacak personelin;

- a) Danışmanın en az iki yıllık yükseköğrenim görmüş olması, ikinci danışmanın en az lise mezunu olması, ilave (yardımcı) personelin en az ilkokul mezunu olması,
- b) 14/7/1965 tarihli 657 sayılı Devlet Memurları Kanununun 48 inci maddesinde aranılan genel şartları taşıması,

- c) Hakkında yaptırılacak güvenlik soruşturmasının olumlu sonuçlanması,
- ç) Her ne suretle olursa olsun gelir getirici bir faaliyette bulunmaması,
- d) Danışmanın herhangi bir milletvekilinin ikinci dereceye kadar (bu derece dâhil) kan ve sıhri hısımlı olmaması, ilave (yardımcı) personelin, herhangi bir milletvekilinin birinci dereceye kadar (bu derece dahil) kan ve sıhri hısımlı olmaması,
- e) İkinci danışmanın kamu kurum ve kuruluşları ile kamu tüzel kişiliğini haiz kurumların personeli olması,
- f) Görevlendirilmelerine ilişkin milletvekilinin yazılı talebinin olması, gerekmektedir.

### **Sözleşmenin esası ve süresi**

**Md. 5** (1) Milletvekili ile çalışacak personelin görevi, milletvekiline yasama faaliyetlerinde yardımcı olmaktır.

- (2) Her milletvekili için bir danışman, bir ikinci danışman ve bir ilave (yardımcı) personel sözleşmeli olarak çalıştırılabilir.
- (3) Bu Esaslara göre yapılacak sözleşme süresi bir yıldır.

## Kısaltmalar

- TBMM Türkiye Büyük Millet Meclisi
- GK Genel Kurul
- YD Yasama Dönemi
- YY Yasama Yılı
- GS Genel Seçim
- ÜTS Üye Tam Sayısı
- DK Danışma Kurulu
- İT İç Tüzük
- MV Milletvekili
- YSK Yüksek Seçim Kurulu
- CB Cumhurbaşkanı
- BKN Bakan
- BRLŞM Birleşim
- OTRM Oturum
- BŞK Başkan
- BŞKDVN Başkanlık Divanı
- GBŞKDVN Geçici Başkanlık Divanı
- GBŞK Geçici Başkan
- GBŞKV Geçici Başkan Vekili
- GKTPÜ Geçici Kâtip Üye
- BŞKV Başkan vekili
- KTPÜ Kâtip üye
- İA İdare Amiri
- SPG Siyasi Parti Grup
- KOMBŞK. Komisyon Başkanı
- KSYK. Kültür, Sanat, Yayın Kurulu
- TD. Tutanak Dergisi
- TÖ. Tutanak Özeti

## Referanslar

Arjen Berkvens. (2009). “İyi Bir Politikacı Olmak” Alfred Moser Stichtingc International Foundation for Social Democracy. çev. Berna Soydan. Amsterdam.

İSTANPOL. (2021). “Türkiye’de Kadının Siyasete Katılımı: Siyasal Hayatta Karşılaşılan Engeller ve Deneyimler.”

TUIK. Cinsiyete göre milletvekili sayısı ve Meclisteki temsil oranı, 1935-2020. İstatistiklerle Kadın, 2020. <https://data.tuik.gov.tr>

Türkiye’nin Küresel Cinsiyet Uçurumu Endeksindeki Yeri (Global Gender Gap-2022) <https://www.weforum.org/reports/the-global-gender-gap-report-2022>

UNDP Sudan. (2020). “Handbook For Women Candidates: A Toolkit For Election Campaigning and Public Speaking,”

Women’s Learning Partnership for Rights. Development, and Peace. (2010). “Leading to Action: A Political Participation Handbook for Women”. ed. Mahnaz Afkhami ve Ann Eisenberg.