

TÜRKİYE BÜYÜK MİLLET MECLİSİ BAŞKANLIĞINA

26. Dönemde verilen;

2/2293, 2/2083, 2/2025, 2/1996, 2/1940, 2/1918, 2/1904, 2/1903, 2/1902, 2/1886, 2/1773,
 2/1570, 2/1489, 2/1408, 2/1145, 2/1061, 2/979, 2/836, 2/738,2/359, 2/497, 2/2265, 2/1726,
 2/1363, 2/1216, 2/1205, 2/561, 2/483, 2/405,2/1784, 2/2326, 2/2325, 2/2257, 2/2217, 2/2216,
 2/1920, 2/1660, 2/739, 2/395, 2/467, 2/466, 2/762, 2/722, 2/576, 2/575, 2/569, 2/574, 2/1989,
 Şim 2/1391, 2/1888, 2/1065, 2/669, 2/668, 2/747, 2/2024, 2/1771, 2/1647,
 2/1087,
 2/362,2/1566,2/2309,2/2208,2/1995,2/1893,2/1885,2/1702, ,2/1508,2/1416,2/1395,2/1
 277,2/1276,2/1272,2/1253,2/1192,2/1178,2/1139,2/1123,2/1078,2/1008,2/971,2/869, 2/
 709,2/551,2/501,2/448,2/447,2/446,2/445,2/429,2/419,2/418,2/417,2/355,2/234,2/1130,;
 ,2/2064,2/1756,2/1559,2/1429,2/1428,2/1400,2/1390,2/1389,2/1385,2/1291,2/
 1271,2/1269,2/1223,2/1183,2/1168,2/1094,2/903,2/757,2/756,2/753,2/745,2/744,2/632,2/631
 ,2/630,2/420,2/372,2/2167,2/2129,2/1856,2/1744,2/1743, ,2/1057,2/1047, ,2/1728
 ,2/1534,2/1204,2/1179,2/1146,2/1077 **esas numaralı Kanun Tekliflerini yeniliyorum.**

29.06.2018


Av. Dr. M. Sezgin TANRIKULU
İstanbul Milletvekili

TBMM BAŞKANLIĞI	
Tali Komisyon/lar	Adalet
Esas Komisyon	Anayasa
Tarih:01.10.2018	Esas No:291

TBMM KANUNLAR ve KARARLAR BŞK. LIĞI	
02	Temmuz 2018
Numara:	

308569



T.B.M.M.
CUMHURİYET HALK PARTİSİ
Grup Başkanlığı
Tarih: 24.4.2017
Sayı: 1342

TÜRKİYE BÜYÜK MİLLET MECLİSİ BAŞKANLIĞINA

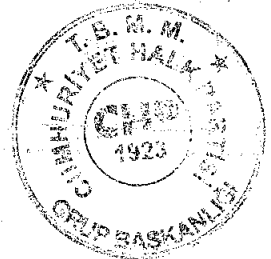
“298 Sayılı Seçimlerin Temel Hükümleri Ve Seçmen Kütükleri Hakkında Kanununda Değişiklik Yapılmasına Dair Kanun Teklifi” gerekçesi ile ekte sunulmuştur.

Gereğini saygılarımla arz ederim.

Barış YARKADAŞ

İstanbul Milletvekili

TBMM BAŞKANLIĞI				
Tali Komisyon	Adalet			
Esas Komisyon	Anayasa			
Tarih:	03 Mayıs 2017		E.No: 2/1402	
Ysm. Üy.:	Bşk. Yrd.:	Başkan:	Gn. Sek. Yrd.:	Gen. Sek.:
AK	BP	K.T.	K.B.	AT
TBMM BAŞKANI	K			



TBMM KANUNLAR ve KARARLAR BŞK.LIĞI
24 Nisan 2017
Numara:

T B M M GENEL EVRAK
24 Nisan 2017
No: 122007

GEREKÇE

Tarihsel açıdan 1950'li yıllara kadar egemen olan propaganda tabanlı seçim stratejileri, hızlı bir değişimle siyasal iletişim mantığı içerisindeki siyasal kampanyalara dönüşmüş, adaylardan partiye, ideolojiden inanca geniş bir yelpazede değerlendirilen, seçim stratejileri ve taktikleriyle üretilen kampanyalarla şekillendirilmiştir. Günümüzde seçmen algısı yarım yüzyıl öncesi bir yana, son 10 yıl önceki ihtiyaçlar için bile oldukça farklılaşmakta, ihtiyaçlar değişmekte ve yeni beklentiler söz konusu olmaktadır.

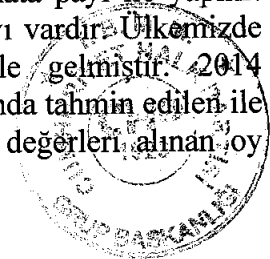
Düzenlenen seçim kampanyaları sürecinde yurttaşların arzularının irdelenmesi, diğer yandan yönetilenlerin aldıkları hizmetin kalitesinin ne kadar farkında oldukları, hükümetlerden ne bekledikleri, oy verme davranışında bulunacak insanların hangi gerekçe ile kime oy verecekleri sorunu, yani bilgilendirme ihtiyacı ortaya çıkmaktadır. Bu noktada kitle iletişim araçları devreye girmektedir. Kitle iletişim araçları/medya aracılığıyla yapılan siyasal iletişim, verdikleri haber başta olmak üzere yorum, görüşme, tartışma, inceleme-araştırma olarak yer almaktadır.

Demokratik siyasi rejimlerin hakim olduğu toplumlarda halk, farklı seçenekler arasından tercihler yaparak siyasi iktidarı ya da kendilerini yönetecek kişileri seçerler. Seçim kararının kendisi basit bir karar gibi görülürken; seçim tercihinin belirleyicileri olarak bir çok bağımsız değişken bulunmaktadır. Bunlar, grup baskılarından aile ve siyasal geçmişe, ekonomik koşullardan parti taraftarlığı ve aday imajlarına kadar uzanan geniş bir yelpazeye sahiptir. Öte yandan bazı seçmenler sadece vatandaşlık görevini yerine getirmek için sandık başına giderken; bazıları da adaylarla ilgili çeşitli değerlendirmeler, çağrışım ve imajlar sonucu oy kullanabilmektedirler.

Ülkemizde seçmenin nabzını yoklamak için araştırma şirketleri tarafından yapılan kamuoyu araştırmaları son yıllarda büyük ölçüde güvenilirliğini yitirmiştir. 10 Ağustos 2014 tarihinde yapılan Cumhurbaşkanlığı seçimi ve 16 Nisan 2017 referandumundan hemen önce açıklanması yasak olmasına rağmen kamuoyu araştırmaları basınla paylaşılmış ve kamuoyu manipüle edilmiştir.

Halk nezdinde sonucun belli olduğu hissiyatının oluşmasına neden olan bu durum seçime olan katılımı etkilediği gibi zaten eşit şartlarda devam etmeyen kampanya sürecine büyük zarar vermiştir. Son 15 yılda yapılan bütün seçimlerde manipülasyon iddiaları gündemi meşgul etmiştir. Seçmenin sandığa gitmemesine ya da başka partilere oy vermesine neden olan bu durumun kasıtlı olarak yapıldığına dair ciddi emareler bulunmaktadır.

Siyasi ve sosyal konularda yapılan tüm araştırmalar belirli bir hata payı ile yapılır. İstatistiksel bir çalışma ile yapılan bu araştırmalarda +/- %2 yanılma payı vardır. Ülkemizde ise %15-20'lik yanılma payı bile bazı firmalar için olağan hale gelmiştir. 2014 Cumhurbaşkanlığı seçimi ve 2017 Referandum sonuçları dikkate alındığında tahmin edilen ile gerçekleşen sonuçlar arasında 11-12 puanlık yanılmalar olmuştur. Bu değerleri alan oy miktarlarının %20'si civarında hatayı göstermektedir.



Ülkenin geleceğini belirleyecek olan bu seçimlerdeki bu derecedeki büyük yanılgılar kabul edilebilir değildir. Kamuoyu araştırmalarında yüzde 2'lik hata payı makuldür. Bu oranın üzerinde ya da altında gösterilen sonuçlar, bunun kasıtlı olduğunu ve bir algı operasyonu yapıldığını göstermektedir. Ayrıca 298 Sayılı Seçimlerin Temel Hükümleri Ve Seçmen Kütükleri Hakkında Kanun, seçim yasaklarının başlaması ile anketlerin yayımlanmasını kesin bir dille yasaklamıştır. Yüksek Seçim Kurulu, her seçimden önce bu yasağı bir genelgeyle hatırlatmaktadır. Ancak araştırma şirketleri ve medya bu yasağı uymamaktadır. Son seçimlerde yasal uyarılara rağmen buna uyulmadığı, birçok kez görölmüştür. Bu nedenle bu gibi davranışlarda bulunanlar için caydırıcı cezalar uygulanmalıdır.

Altının çizilmesi gereken çeşitli hususlar daha vardır. Bazı araştırma şirketi sahipleri adeta bir siyasi parti sözcüsü gibi davranmakta, TV ve radyo programı yapmakta, belediye/iştirakları ve kamu kurumlarına danışmanlık yaparak meslek ilkelerine ve itibarına gölge düşürmektedir. Bu firmaların yaptığı işlerden kazandığı ücretler ise bilinmemektedir. Bütün araştırma şirketleri şeffaf bir şekilde yapılan tüm çalışmalarının ve gelir-gider tablosunu kendi internet sayfasından paylaşmalıdır. Şeffaflığı şaibeli olan şirketlerin araştırmaları ise algı yaratmaktan öteye gitmemektedir. Seçmen tercihine yönelik yapılan bu tarz müdahale ve yönlendirmeler demokratik ölkeler için büyük bir utançtır.



**298 SAYILI SEÇİMLERİN TEMEL HÜKÜMLERİ VE SEÇMEN
KÜTÜKLERİ HAKKINDA KANUNDA DEĞİŞİKLİK YAPILMASINA DAİR
KANUN TEKLİFİ**

MADDE 1- 26/4/1961 Tarihli ve 298 sayılı Seçimlerin Temel Hükümleri ve Seçmen Kütükleri Hakkında Kanunun 55/B maddesinin üçüncü fıkrasının ikinci cümlesinden sonra şu cümleler eklenmiştir.

“Bu yasağa uymayan ve Kanunda belirtilen şartları yerine getirmeyen şirketlere; birlikte çalıştıkları tespit edilen partiden fatura karşılığı aldığı ücretin 100 katı idari para cezası kesilir ve şirket yetkilileri 2 yıldan 5 yıla kadar hapis cezası ile cezalandırılır. Ayrıca araştırma şirketleri; yaptıkları anket ve araştırma çalışmalarından elde ettikleri gelirleri, aldıkları danışmanlık ücretlerini, televizyon ve radyo programlarından aldıkları ücretleri kurumsal web sayfasından duyurmakla yükümlüdürler.”

MADDE 2- Bu Kanun yayımı tarihinde yürürlüğe girer.

MADDE 3- Bu Kanun hükümlerini Bakanlar Kurulu yürütür.

