

MÜLAKATLAR



AK PARTİ

**TBMM MİLLİ EĞİTİM, KÜLTÜR, GENÇLİK ve
SPOR KOMİSYONU BAŞKANI
AMASYA MİLLETVEKİLİ**

Prof. Dr. Mehmet Naci BOSTANCI

*M*ehmet Naci Bostancı, 2 Ağustos 1957'de Amasya'da doğdu. Babasının adı Osman, annesinin adı Elif'tir.

Öğretim Üyesi Prof. Dr.; Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Siyaset ve İdare Bölümü'nü bitirdi. Yüksek lisans ve doktorasını İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi Sosyal Yapı ve Sosyal Değişme Bölümü'nde tamamladı.

Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi'nde siyaset bilimi ve iletişim bilimleri alanında dersler verdi. 1990'da doçent, 1996'da profesör oldu. Aynı fakültenin Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü Başkanlığı görevini yürüttü ve Dekanlık görevinde bulundu. Zaman gazetesi başta olmak üzere, değişik gazete ve dergilerde çok sayıda makalesi yayımlandı. 17 kitabı ve çok sayıda makalesi vardır.

24. Dönemde Avrupa Güvenlik ve İşbirliği Teşkilatı Parlamenter Asamblesi (AGİTPA) Türk Grubu Üyesi oldu.

İyi düzeyde İngilizce bilen Bostancı, evli ve 2 çocuk babasıdır.

İ&D: *Partiniz ve lideriniz 30 Mart 2014 yerel seçimlerinde nasıl bir strateji izledi? Kısaca anlatabilir misiniz?*

Prof. Dr. Naci BOSTANCI: Ak Parti'nin stratejisi öteden beri bellidir. Milletin beklentilerini karşılayacak ve bu beklentileri siyasete tahvil edecek bir strateji ile 30 Mart yerel seçimlerine hazırlandık. Bu seçimlerin bir yerel seçim olduğu gerçeği de stratejimizin önemli bir parçasıydı. Aday oldukları il veya ilçelerin sorunlarını bilen, çözümleri olan ve kamuoyu önderi sıfatı taşıyan adaylarla 30 Mart yerel seçimlerine hazırlandık. Öte yandan 30 Mart seçimleri, yaklaşan cumhurbaşkanlığı seçimleri dolayısıyla ayrı bir öneme sahipti. Gayrimeşru yollara, sosyal mühendisliğe başvuran muhalif unsurlar oldu. Halkın iradesini kirli yollarla dönüştürmeye çalışanlara karşı da mücadele ettik. Halkımızın irfanı bu seçimlerde ülkemizin önünü açmıştır diyebilirim.

İ&D: *Seçim kampanyasını yürütürken en çok nelere dikkat ediyorsunuz? Hedef kitlenize ulaşmak için nasıl bir yol izliyorsunuz; Gençler (oy kullanmayanlar), seçmenler (oy kullananlar), partililer ve genel olarak toplumla ayrı ayrı nasıl iletişim kuruyorsunuz? İletişimi sağlamak için en çok hangi araçları kullanıyorsunuz? Bütün bu kitlelerle iletişiminizi sağlamada aynı yönteme mi başvuruyorsunuz, yoksa her biri için farklı yöntemleriniz var mıdır?*

Prof. Dr. Naci BOSTANCI: Seçim kampanyaları yalnızca seçmen tercihini ya da tutumları değiştirip pekiştirmez. Aynı zamanda seçmenleri oy vermeye ve kampanyaya yardımcı olmaya da teşvik eder. Kampanyalar görüşlerin tartışılmasını, aralarındaki farklılığın seçmenlerce ayırt edilmesini sağlar. Bu nedenle siyasal kampanyalar adayların kamuoyu oluşturmasında da etkilidir. Elbette kampanya boyunca verilen mesajların hedef kitlelere göre farklılaşması da gerekir. Ak Parti'nin seçim kampanyalarının ayırt edici özelliği; seçmene bir kimlik kazandırmasıdır. Yani seçmenin ortak vicdanına seslenen, herkesin kendisinden bir şeyler bulabildiği dil ve üslup söz konusudur. Siyasal çalışmaların ortak sloganlar, ortak afişler, ortak mesajlar kadar yerel kampanyalara da açık bir şekilde yürütüldüğüne dikkat çekmek isterim. Fakat hemen şu hususu belirteyim: Kampanyalarda önemli olan ne yaptığınızdan çok kimin adına konuştuğunuzdur. En etkili kampanya adına konuştuğunuz siyasetin, anlamın, liderin halktaki karşılığıdır. Ak parti 12 yıldır milletin huzurunda. En büyük kampanyası bu süreçte ortaya koyduğu hizmet ve geleceğe ilişkin kudretli Türkiye tasavvuru. Millet laftan çok işe bakar. Kim ne yapıyor, ne söylüyor, yıllar içinde nasıl davranıyor, asıl belirleyici olan bu. Ak parti ne ise halkla onu paylaşıyor, buna herhangi bir ekleme yapmıyor, ayrıca böyle bir eklemeye ihtiyacı da yok.

İ&D: *Toplumdan size gelen mesajları nasıl değerlendiriyorsunuz? Mutlaka bir geri bildirim söz konusudur. Peki bu geribildirimleri değerlendirmeye yönelik herhangi bir yöntem geliştirdiniz mi?*

Prof. Dr. Naci BOSTANCI: Siyasette başarılı olabilmenin en önemli koşullarından biri de hiç şüphesiz toplumla kurulan iletişimin niteliği ve sürekliliğidir. Ak Parti bu konuda, toplumu okuma noktasında çok başarılıdır. Teşkilatları, milletvekilleri ve mahalle temsilcilerine kadar bütün organizasyonuyla toplumun içindedir. Ayrıca genel merkezimizde ve Başbakanlık'ta (BİMER) sürekli çalışan birimlerimiz mevcuttur. Vatandaşımız istediği zaman bizlere her konuda ve her türlü araçla ulaşabilmektedir. Zaten başarılı siyaset ilhamla olmaz, halkı bileceksin tanıyacaksın, sürekli çeşitli şekillerle bağlantı içinde olacaksın, onu temsil edeceksin, onun beklentilerini siyasal karara çevireceksin. 12 yıllık sürekli yükselen bir grafikte elde edilen başarı mutlaka halkla bağ kurma ve onun iradesi olma konusundaki bir başarıdır.

İ&D: *Partiniz bu seçim yarışında internet ve sosyal medyadan mutlaka faydalanmıştır. Sizce medyada yoğun bir şekilde yer almak ile seçim sonucu arasında bir bağlantı var mıdır? Olduğunu düşünüyorsanız, ne yönde olduğunu açıklayabilir misiniz?*

Prof. Dr. Naci BOSTANCI: İnternet ve sosyal medya çağımızın en etkili iletişim araçlarının başında geliyor. Doğal olarak hem genel merkezimiz hem de adaylarımız bu kanalları kullandılar. Medyada yoğun bir biçimde yer almak ile elde edilen sonuç arasında bir korelasyon olduğunu düşünmüyorum. Medyanın tercihleri belirleme noktasındaki rolü her zaman tartışmaya açıktır. İnsanlar sadece medya üzerinden edindikleri bilgilerle düşünmüyorlar, onları süzgeçten geçiriyorlar, yakın çevreleriyle tartışıyorlar, başka kanallardan kanaatler ediniyorlar, nihayet geldikleri bir kültürel zemin var. Medyanın etkisi derken bunun mutlaka doğrusal olduğu da sanılmasın, neyin meşru ve kabul edilebilir olduğuna dair yargılar bazen kimi medya organlarının yaymaya çalıştıkları kanaatlerin tersine de şekillenebilir. Söylenen enformasyon, yayılmaya çalışılan hüküm ne sorusu kadar, kim bunları yapıyor da halkın analize kattığı hususlardır. Medya ortamına bel bağlayarak sosyal mühendislik yapmaya çalışanlar, başka zamanlar olduğu gibi bu seçimlerde de hüsrana uğradı. Bunu da bir kenara not etmekte fayda var.

İ&D: *Seçim sonucu itibariyle; oy oranları ve kazanılan yerler bakımından partinizi başarılı buluyor musunuz? Partinizin bu seçimden başarıyla çıktığını düşünüyor musunuz? Başarılı buluyor iseniz, bu başarının sırrı nedir? Başarısız olarak değerlendiriyorsanız, sizce sebebi/sebepleri neler olabilir?*

Prof. Dr. Naci BOSTANCI: 30 Mart yerel seçimleri Ak Parti açısından oldukça başarılı bir seçim olmuştur. Ak Parti oy oranını 2009 seçimine göre

7 puan artırmıştır. 823 belediyeyi partimizin adayları kazandı. Belediyelerin yüzde 59'unu yine Ak Parti kazandı. 81 ilin 48'inde birinci partidir. 29'unda ikinci, sadece 4'ünde üçüncü olmuştur. Yedi coğrafi bölgenin 6'sında Ak parti birinci oldu. Sadece Ege'de 1500 oy farkıyla ikinci olduk. Tüm bu sonuçları birlikte okuduğunuzda, özellikle bazı büyük şehirlerde muhalefetin birbirlerine desteğine rağmen Ak Parti'nin açık tartışmasız bir zafer kazandığını görürsünüz. Ak Parti bugüne kadarki bütün siyasal partilerden farklı olarak elindeki oyu kaybetmeyen ve hatta artıran yegane partidir. Bu başarının birçok nedeni vardır. Fakat bana göre başarının sırrı; Ak Parti'nin meşruiyetini sadece millettten almasıdır. Millet iradesine teslim olmasıdır. Millet iradesini siyasetinin merkezine koymasındadır. Bir başka husus ise, 12 yıllık iktidar süresinde Ak partinin toplumsal kesimler arasındaki farkı azaltması, özellikle alt ve alt orta, orta kesimlere yönelik güçlü ekonomik desteği, sağlık, eğitim, ulaşım ve iletişimde gerçekleştirdiği dev hamleler, Türkiye'nin bütünlüğü bakımından hayati değerdeki projeleri yürürlüğe koyması, temel meseleler el atması, çözüm sürecini hayata geçirmesi başarının en önemli başlıklarıdır.

İ&D: *Sizce 30 Mart 2014 yerel seçimlerinin geçmişte yaşanan diğer seçimlerden farkı nedir?*

Prof. Dr. Naci BOSTANCI: Her şeyden önce bu seçimler muhalefet partilerinin "kaybedecekleri düşüncesi" ile meşruiyet krizi yaratmaya dönük stratejilerine rağmen son derece demokratik bir ortamda cereyan etmiş, halkımız bu tür senaryolara prim vermemiştir. Katılım oranı çok yüksek gerçekleşmiştir. Yerel seçim havasından çıkarılmak istenmesine ve hatta Ak Parti ve Sayın Başbakan için bir güvenoyuna dönüştürülme çabalarına rağmen partimiz her anlamda kazanmıştır. Hemen belirteyim, bu tür yaklaşımlar risklidir, çünkü iktidarı olumsuz etkilemek için çitalar, sınırlar koyarsınız, iktidar onun üzerinden atlar, mutlak başarısı partisi ne olursa olsun her vicdanda tescillenir. Ak Parti'nin hizmet siyaseti halkımızdan destek almış, güven ve istikrarın yegâne kaynağı olduğu kanaati bir kez daha açıkça, yüksek sesle toplumumuz tarafından ifade edilmiştir.

İ&D: *Seçim tahlilleri yaparken hangi hususların ön plana çıktığını düşünüyorsunuz?*

Prof. Dr. Naci BOSTANCI: Tahlil yaparken nereden baktığınıza göre ön plana çıkan hususlar değişecektir. Biz esas olarak kazançlarımızdan çok nerede, neden kaybettiğimizle ilgilimiz. Sayın Başbakan'ımız da seçim sonrası değerlendirmelerinde bu temelden hareketle tahliller yapmıştır. 30 Mart seçim sonuçları partimizin ilgili birimlerinde ayrıntılı olarak masaya yatırılmıştır. Sivil toplum kuruluşlarının ve kamuoyu önderlerinin görüşleri alınmıştır.

Bundan sonrası için başarımızın daha da artırılması yolunda neler yapılabileceği hususunda bir yol haritası belirlenmiştir.

İ&D: *Bu seçim sonuçlarının Türkiye'nin siyasal istikrarına etkisi ne olur?*

Prof. Dr. Naci BOSTANCI: Ak Parti 12 yıldır iktidardır. Ülkemizin bu 12 yıl boyunca kavuştuğu istikrar çok önemli kazanımları ve başarıları da beraberinde getirmiştir. Türkiye, Ak Parti ile birlikte siyasal istikrarın nasıl bir zenginlik ve kudret unsuru olduğunu görmüştür. 30 Mart seçimlerinde de milletimiz hizmetten olduğu kadar istikrardan da yana olduğunu göstermiştir. Seçimler öncesinde Türkiye'deki istikrarı bozacak bütün girişimler, bu seçim sonuçları ile birlikte sonuçsuz kalmıştır.

İ&D: *Genel bir değerlendirme yapacak olursanız, size göre 30 Mart seçimleri ile seçmen nasıl bir mesaj vermiştir? Türkiye'yi ne beklemektedir?*

Prof. Dr. Naci BOSTANCI: Bu seçimler muhalefet partilerinin bütün kıskırtmalarına, 17 Aralık'ın bütün manipülasyonlarına rağmen seçmenin sağduyusunun kazandığı bir seçim olmuştur. Seçmen istikrar istediğini bir kez daha sandıktaki iradesiyle ortaya koymuştur. Ak Partili belediyelerin başarısı bir kez daha seçmen tarafından tescillenmiştir. Seçmen, gündelik politik tartışmalara pirim vermediğini göstermiştir.

İ&D: *30 Mart yerel seçim sonuçları önümüzdeki Cumhurbaşkanlığı seçimini ve Genel Seçimleri nasıl etkiler sizce?*

Prof. Dr. Naci BOSTANCI: Milletimiz bu seçimlerde bir kez daha ve kuvvetli bir biçimde barıştan, istikrardan ve huzurdan yana olduğunu göstermiştir. Hem Cumhurbaşkanlığı hem de genel seçimlerde de bu tercihler yine belirleyici olacaktır. Ak Parti millettten gelen bu mesajı almıştır. Umarım diğer partiler de kendi içlerinde sağduyulu bir değerlendirme yapma olgunluğunu gösterirler ve demokrasimize katkıda bulunurlar.

İ&D: *Önümüzdeki Cumhurbaşkanı seçiminde, sizin için en uygun aday kimdir? Ya da isim vermek istemiyorsanız, nasıl bir aday profili ortaya koyabilirsiniz?*

Prof. Dr. Naci BOSTANCI: Cumhurbaşkanı seçilebilmenin şartlarına ilişkin hukuki bir takım kriterler vardır. Uygunluk bakımından o kriterleri tutturmak yeterlidir. Siyaseten uygunluk ise mümkünlük durumu ile birlikte düşünülür. Başbakanımız Sayın Erdoğan çeşitli istişareler, arştırma ve soruşturmalarla bir süreç yürütmektedir. Amaç, 2023 vizyonuna uygun bir yapı oluşturmak ve bu yapının içinde bir temel direk olarak cumhurbaşkanını düşünmektir. Gönlümüzden geçen sayın Erdoğan'ın aday olmasıdır. Bu konuda çok yoğun bir talep söz konusudur. Haziran sonunda mutlaka adayımız belli olacaktır. Profil meselesine gelince, Cumhurbaşkanı olacak kişinin halktan al-

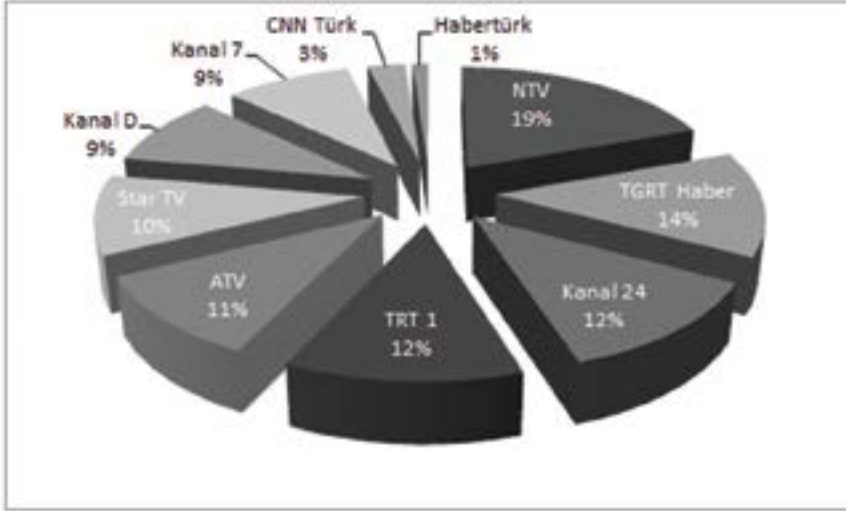
dığı desteğe uygun, görev üstlenen, sorumluluklarını yerine getiren, farklı eğilimleriyle birlikte tüm halkımızı ve onların beklentilerini, iradelerini temsil eden birisi olması gerektiği açıktır. Halkın seçeceği bir cumhurbaşkanının başkanlık sistemine ilişkin tartışmaları ve arayışları artıracığı kanaatindeyim.

İ&D: *Diğer partilere yönelik kamuoyuna akseden söyleminiz biliniyor, ancak bu söylemin dışında onların yaklaşımlarını ve stratejilerini değerlendirirken daha farklı bir bakış açınız oluşuyor mu? Bu içerden olup bitenleri gözleyen daha analitik bakış açısı üzerine neler söyleyebilirsiniz?*

Prof. Dr. Naci BOSTANCI: Siyaset elbette dinamik bir süreçtir. Ak Parti hiçbir zaman diğer partilerin söylemlerine takılıp kalmamıştır. Eleştirileri elbette dikkate almıştır fakat kendi politikasını oluştururken esas olarak milletin sesine ve vicdanına kulak vermiştir.

İ&D: *Teşekkür ederiz...*

30 MART 2014 YEREL SEÇİM İSTATİSTİKLERİ



AK PARTİ'NİN EN ÇOK REKLAM VERDİĞİ TV KANALLARI

No	Kanal Adı	Adet	Süre
1	NTV	774	29.501
2	TGRT Haber	536	23.586
3	Kanal 24	485	22.935
4	TRT 1	481	23.753
5	ATV	421	20.117
6	Star TV	405	18.661
7	Kanal D	366	16.134
8	Kanal 7	364	17.077
9	CNN Türk	109	1.322
10	Habertürk	45	1.892

Not: 01 – 28 Mart tarihleri arasında toplamda 49 saati aşkın ekranlarda yer alan AK Parti, ilk sırada tercih ettiği NTV'ye 774 reklam verirken; NTV'yi, 536 reklamlı TGRT Haber ve 485 reklamlı Kanal 24 izlediler.

Kaynak:

<http://www.platform24.org/guncel/247/secim-surecinde-hangi-parti-medyayi-nasil-kullandi>
Erişim tarihi: 27.06.2014