

KIRGIZISTAN 2011 CUMHURBAŞKANLIĞI SEÇİM KAMPANYALARININ YÜRÜTÜLMESİNDE SOSYAL MEDYANIN ÖNEMİ¹

Kanışay MUKTAROVA²

ÖZET

Kırgızistan, Orta Asya ülkeleri arasından ‘Demokrasi Adası’ ismini koruyarak dördüncü kez cumhurbaşkanlığı seçimlerini gerçekleştirmiş olan tek ülkedir. SSCB’nin yıkılmasının ardından ‘bağımsızlığını’ kazanmış olan Kırgızistan tarihinde ilk kez cumhurbaşkanlığı seçimlerine 80’den fazla aday kayıt yaptırmıştır. Bu gösterge, adaylar arasında büyük bir rekabetin mevcut olduğunu göstermektedir. Seçmenlerin desteği, güveni ve oyuna sahip olmak için adaylar arasında şiddetli bir mücadele yaşanmıştır. Dolayısıyla seçim kampanyalarının etki ve verimliliğini arttırmak üzere adaylar tüm metotları kullanmak zorunda kalmışlardır. Çalışmada Kırgızistan son cumhurbaşkanlığı seçimlerinin özellikleriyle birlikte Ağ Toplumu ve Sosyal Medyanın bugünkü durumu ve adayların yeni medya araçlarını kampanya amaçlı kullanma yöntemleri, adayların bireysel blogları araştırılacaktır. Böylece Kırgızistan’da siyasal iletişimin yeni boyutlarının sosyal medya aracılığıyla nasıl bir şekil aldığı incelenecektir. Özellikle incelemede 2011 Kırgızistan Cumhurbaşkanlığı Seçimlerinde siyasal partilerin seçmenleri ilgilendirecek vaatlere nasıl yöneldikleri, yaratıcı strateji kampanyalarını nasıl oluşturdukları üzerinde durulacaktır. Partilerin siyasal marka kimliklerine bağlı olarak seçim iletişimini yürütme benzerlik ve farklılıkları ortaya konulmaya çalışılacak, parti kimliği, lider imajı ve partinin savunduğu görüşler çerçevesinde de siyasal ideolojik yapılanma analizine odaklanılacaktır. Araştırma niteliksel metodolojiye dayalı olarak yürütülecektir.

Anahtar Kelimeler: Seçim Kampanyası, Kırgızistan Cumhurbaşkanlığı Seçimi, Kırgızistan Sosyal Medya, Siyasal İletişim, Kırgızistan Siyasal Partileri

¹ 26-27 Nisan 2012 tarihinde Ege Üniversitesi, İletişim Fakültesi tarafından gerçekleştirilen İletişim, Kültür, Etik ve Yaratıcılık adlı I Uluslararası İletişim Öğrencileri Sempozyumunda sunulmuştur.

² Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü İletişim Bilimleri Anabilim Dalı Doktora Öğrencisi, Bişkek, Kırgızistan, ayganysh(at)gmail.com

THE ROLE OF THE SOCIAL MEDIA IN KYRGYZSTAN'S PRESIDENTIAL ELECTIONS CAMPAIGN IN 2011

ABSTRACT

Kyrgyzstan is the first and only country among the independent post-Soviet Turkic republics, which was called "Island of Democracy" and in two decades four different presidents took the office. After the collapse of the Soviet Union Kyrgyzstan gained independence and in 2011 for the first time there were more than 80 candidates who wanted to participate in the presidential election. It means that there was a big competition among the contenders for achieving voters' trust, support and votes. Therefore candidates had to apply all methods to enhance their impact and the efficiency of their election campaign. This paper explores Kyrgyzstan's last Presidential Elections, Network Society, Social Media position and new methods to attract audience by election campaign. The personal blogs of contenders will be examined. A special emphasis will be paid on political parties' leaders promises to voters, whether political parties were able to organize creative election campaigns, the similarities and differences in election communication, the coherence of the party identity, image of the leader, the party program, and political and ideological structure of the party, which will be analyzed according to their brand identities. The research will be conducted through the application of qualitative methodology.

Keywords: Kyrgyzstan Presidential Election, Kyrgyzstan Presidential Election Campaign, Political Communication, Kyrgyzstan Social Media, Kyrgyzstan Political Parties

Giriş

‘Demokrasi, yönetilenlerin siyasal kararlara katılımını sağlayacak yöntemlerin bulunmasını gerekli kılar. Demokrasi kuramına göre siyasal katılım her türlü toplumsal hedefi ve bunları gerçekleştirmek için kullanılacak yolları belirleyen bir süreci temsil etmektedir. Siyasal katılım yollarının bireysel düzleminde ortaya çıkan haklardan biri oy kullanmadır’ (Uztuğ, 1999 s. 17). Kırgızistan 2011’de dördüncü Cumhurbaşkanı seçmek üzere oy kullandı. Bu açıdan Kırgızistan’ın diğer Orta Asya ülkelerinden daha şanslı olduğunu da belirtmek gerekir. Seçime katılmak isteyen aday sayısının 80’i aşması da vatandaşların yönetime doğrudan katılım olanağının yüksek olduğunu ve aynı zamanda adaylar arasında büyük bir rekabetin mevcut olduğunu göstermektedir. Seçmenlerin desteği, güveni ve oyuna sahip olmak için adaylar arasında şiddetli mücadele olmaktadır. Diğer yandan seçmenlerin de tek adaydan yana karar vermesinde zorluk çekeceği açıktır. Dolayısıyla adaylar bu zamana kadarki geleneksel iletişim araçlarıyla birlikte yeni medya araçlarını da kampanya sırasında kullanmışlardır.

Çalışmada Kırgızistan 2011 son cumhurbaşkanlığı seçimlerinin özellikleriyle birlikte Ağ Toplumu ve Sosyal Medyanın bugünkü durumu ve adayların yeni medya araçlarını kampanya amaçlı kullanma yöntemleri, adayların bireysel blogları araştırılmıştır. Böylece Kırgızistan’da siyasal iletişimin yeni boyutlarının sosyal medya aracılığıyla nasıl bir şekil aldığı incelenmiştir. Özellikle incelemede 2011 Kırgızistan Cumhurbaşkanlığı Seçimlerinde siyasal partilerin seçmenleri ilgilendirecek vaatlere nasıl yöneldikleri, yaratıcı strateji kampanyalarını nasıl oluşturdıkları üzerinde durulmuştur.

Araştırmada 2011 Cumhurbaşkanlığı Seçiminde %10’dan fazla oy alan siyasetçilerin sosyal medyayı siyasi amaçlarla nasıl kullandığı incelenmiştir. Bu siyasetçiler şunlardır: Almazbek Atambayev (Kırgızistan Sosyal-Demokrat Partisi) % 63.13, Adahan Madumarov (Bütün Kırgızistan Partisi) %14.71 ve Kamçibek Taşiyev (Ata-Curt Partisi) %14.31..

Seçim Öncesi Siyasi Durum

Kırgızistan’ın SSCB’nin yıkılmasıyla bağımsızlığını kazanmasının üstünden 20 seneden fazla zaman geçmiştir. Bağımsızlığı elde ettikten sonraki ilk senelerde ülkenin ilk Cumhurbaşkanı Askar Akayev tarafından ‘Demokrasi Adası’ ismi verilmiş ve bugün bu ismin Orta Asya Bölgesinde yer alan ülkelere nazaran ne kadar

önemli olduğunun farkına varmış durumdayız. 20 senelik bağımsızlık tarihine sahip olan Kırgızistan'ın başından çeşitli siyasi ve sosyo-ekonomik olaylar geçmiştir: Kırgızistan'ın ilk Cumhurbaşkanı olan Askar Akayev Mart 2005'te halk hareketi sonucu devrilmiştir, Nisan 2010 tarihinde ise Kırgızistan'ın ikinci Cumhurbaşkanı Kurmanbek Bakiyev de halk isyanı sonucunda iktidardan düşürülmüştür. Darbeyle hükümete el koyan ve yönetimi ele geçiren eski muhalefet liderleri Geçici Hükümet kurmuşlardır. Dört Bakandan oluşan geçici hükümet 6 aylık süre için yönetimi devralmıştır. Bakiyev'den boşalan başkanlık koltuğuna vekâleten Roza Otonbayeva oturmuştur. Geçici Hükümetin yönetime geçmesinden 2 ay sonra Haziran 2010 tarihinde Kırgızistan'ın güneyinde yer alan Oş ve Calalabad bölgelerinde etnik çatışmalar yaşanmıştır. 10-11 Haziran 2010 olaylarında Kırgızlar ve Özbekler arasında ortaya çıkan etnik çatışmalar ülkenin sadece demokratik sistemini tehdit etmemiş, aynı zamanda bölünme tehlikesini de beraberinde getirmiştir. Ülkedeki böyle çalkantılı ve olumsuz duruma rağmen 27 Haziran 2010 tarihinde referandum düzenlenerek Kırgızistan'ın Anayasası değiştirilmiştir. Artık başkanlık tipi cumhuriyetten parlamenter sisteme geçilmiştir.

‘Başta Ata-Meken Sosyalist Partisi lideri Ömürbek Tekebeyev olmak üzere oluşturulan Anayasa komisyonu dünyanın farklı ülkelerinin Anayasalarını da inceleyerek (Türkiye Anayasası dahil) ve Venedik Komisyonunun tavsiyelerini de göz önüne alarak yeni bir Anayasa hazırladı. Hazırlanan yeni Anayasa yapılan referandum ile yüzde 90'nın üzerinde oy ile kabul edildi’ (Sarı, 2011, www.orsam.org.tr).

Roza Otonbayeva'nın da ilk kadın cumhurbaşkanı olarak 30 Ekim 2011 Cumhurbaşkanlığı Seçimlerine kadar başkanlık seçimlere katılmamak şartıyla Kırgızistan Cumhurbaşkanı olarak görevine devam etmesi kararlaştırılmıştır. Böylece Kırgızistan Orta Asya ülkelerinden parlamenter sisteme geçişi deneyen ilk ve tek ülke olmuştur. ABD, AB ve BM Kırgızistan'ın parlamenter sisteme geçmesini desteklemiş ve demokratikleşme yolunda büyük bir adım olarak değerlendirmişlerdir.

10 Ekim 2010 tarihinde ise yeni Anayasaya göre parlamento seçimleri düzenlenmiştir. Bu seçim sadece Kırgızistan'da değil, Sovyet sonrası Orta Asya coğrafyasında yapılan göreceli de olsa ilk demokratik seçim olmuştur. Seçim sonucunda eski cumhurbaşkanı Bakiyev'in yandaşları olarak bilinen Ata-Curt partisi en çok oy kazanmıştır. Almazbek Atambayev liderliğindeki Kırgızistan Sosyal Demokrat Partisi (KSDP), eski Cumhurbaşkanı yardımcısı ve eski Başbakan Feliks Kulov liderliğindeki Ar-Namıs Partisi, eski Başbakan yardımcısı ve işadımı Ömürbek Babanov liderliğindeki Cumhuriyetçi (Respublika) Parti ve eski

Parlamento Başkanı Ömürbek Tekebayev liderliğindeki Ata-Meken Partisi seçimi kazanarak 120 kişilik parlamentoya milletvekili sokmayı başarmıştır.

Orta Asya bölgesindeki ülkelerde eski SSCB döneminde komünist partide görev alan cumhurbaşkanları 20 yıldır aynı göreve devam ederken 30 Ekim 2011 tarihinde Kırgızistan dördüncü cumhurbaşkanını seçmeye karar vermiştir.

‘Yeni Anayasaya göre cumhurbaşkanının yetkileri kısıtlanmıştır. Ancak yetkilerinin sınırlandırılmasına rağmen cumhurbaşkanı hala hem anayasadaki yetkileri açısından hem de Kırgız toplumunun gözündeki imaj açısından çok önemli bir yere sahiptir. Örneğin, hala cumhurbaşkanı devletin başsavcısını, Merkez Bankası Başkanı, diplomatları ve Savunma Bakanı başta olmak üzere askeri yetkilileri atamaktadır. Ayrıca Kırgız toplumu gibi ataerkil bir toplumda cumhurbaşkanı sadece sembolik değil ülkenin gerçek lideri olarak görülmektedir’ (Sarı, 2011, www.orasam.org.tr).

30 Ekim 2011 Kırgızistan Cumhurbaşkanlığı Seçim Özellikleri

Kırgızistan’da gerçekleştirilen her seçim kendi zaman, boyut, ortam ve durumuna göre özel olarak ülke tarihinde yer almaktadır. Gerçekleştirilen seçimlerden farklı olarak 2011 Cumhurbaşkanlığı seçimi de bir takım özellikleri bünyesinde barındırmaktadır. Seçim tarihi ilan edildiği günden itibaren Kırgızistan medyasında çeşitli profillere sahip adaylar kendilerini Cumhurbaşkanı adayı olarak ilan etmeye başlamıştır. Böylece seçime katılmak isteyen adayların sayısı 80’i geçmiştir. Çeşitli meslek, sosyal statü, ideolojilere vb. sahip adaylar parti adın ya da bağımsız aday olarak seçime katılmışlardır. Aralarında Parlamenter Sisteme karşı çıkarak Başkanlık Sistemini geri getirmeyi amaçlayanlar, Anayasayı Parlamenter Sistemin lehine değiştiren ve bu sistemin oluşmasında büyük katkısı olanlar da bulunuyordu.

Kırgız dili devlet dili, Rus dili de resmi dil olarak sayılan Kırgızistan’da adaylar resmi dili bilmece de devlet dilini bilmek zorundadır. Devlet dilini ülkeyi yönetebilecek kadar bildiğini ispat etmek için yazılı ve sözlü olarak yapılan Kırgız dili sınavından başarılı olmaları gerekir. Ayrıca 30 bin imza toplayıp, 100, 000 som (Kasım 2011 kurundan yaklaşık 4,000 TL) kayıt ücreti ödemelidirler. Aksi takdirde elenmektedirler. Böylece 80’i aşkın adaydan sadece 16’sı yukarıdaki şartları yerine getirip Merkez Seçim Komisyonu tarafından seçime katılmaya hak kazanmışlardır.

Ayrıca seçim kampanyası başlamadan önce yabancı televizyon kanallarının canlı yayın yapmasını engelleyen bir karar alındı. Böylece özellikle Rusya televizyon kanallarındaki yayınlar önceden kaydedilerek gereksiz bilgilerin montajlanmasından sonra bir saate gecikmeyle yayınlanmıştır. Önceki seçimlerde bazı adaylar adına yabancı kanallar aracılığıyla imajını olumsuz etkileyen mesajların yansımaları buna neden olmuştur. Seçim zamanı yabancı ülkelerin Kırgızistan'a enformasyon savaşı açmasını önlemek ve önemli siyasi olaylara karışmaması tedbiri böylece almış oldu.

Kırgızistan'da Sosyal Medya kullanımı

“Sosyal ağlar” kavramının tarihine bakacak olursak, bu kavram İnternetin meydana gelmesinden önce 1954 yılında Manchester okulundan sosyolog James Barns tarafından ortaya koyulmuştur. Çağdaş anlamında bu, insanın kendisinin ağı merkezinde yer alarak bir takım insanlarla bir araya geldiği internet ortamıdır. 20 yy. ikinci yarısından itibaren sosyal ağlar bilimsel kavram olarak da gelişmeye başlamıştır. Bir süre sonra sosyologların mesleki kavramını ilk olarak Tim O'Reilly 30 Eylül 2005'te ‘What is Web 2.0’ adlı makalesinde “Web 2.0” olarak sunmuştur (2012, www.press.kse.kg).

Artık internet gelişmiş toplumlarda mutfak musluğundaki su kadar yaygın iken Kırgızistan toplumuna da su gibi olmasa da oldukça geniş olarak yayılmış durumdadır. En uzak bölge olarak sayılan Batken Bölgesine de artık internet bilgisayar aracılığıyla olmasa da cep telefonlarının çeşitli işlemleri sayesinde ulaşmış durumdadır. Kırgızistan'ın eski SSCB üyesi olmasından dolayı ilk olarak Rus dilindeki sosyal ağlarla tanışılmıştır. Bunların en önemlileri şunlardır: ‘Moy Mir’, ‘Odnoklassniki’, ‘V kontakte’. Bunların ardından ‘Facebook’, ‘Twitter’, ‘LinkedIn’, ‘Youtube’ gibi Batı ülkelerinin sosyal ağları geniş kullanıma sahip olmuştur. Yabancı sosyal medya ile birlikte yerli ağ ürünleri de kullanıma açılmaya başlamıştır. Günümüzde Kırgızistan'da ‘Diesel’, ‘Kloop’, ‘Namba’ gibi çok işlevli sosyal ağlar internet kullanıcılarının arasında popülerliğe sahip olarak yaygın olarak kullanılan yabancı sosyal ağlar gibi çok sayıda üyeye sahiptir.

İnternet Politikası Sivil Girişim Örgütüne göre 2010 yılında Kırgızistanda 1 milyon internet kullanıcısının mevcut olduğu ve 2011 yılında ise bu sayının sadece 150 bine yükseldiği belirtilmektedir. Adı geçen örgüt temsilcileri, bu rakamın 5.5 milyona yakın (5.3 milyon 2009 yılına göre (www.kg.spinform.ru) nüfusa sahip Kırgızistan için çok az olduğunu da vurgulamıştır (www.kabar.kg).

IRI, Kyrgyzstan National Opinion Poll'un Nisan -Mayıs 2011'de yaptığı araştırmaya göre ana internet kullanıcılarının eğitim durumu yüksek olup yaş

ortalaması 18-35 arasındadır. Nüfus oranının yoğun olduğu başkent Bişkek'te %43.3, Oş'ta %20 rakamını göstermektedir. Genel nüfusun %6'sı interneti her gün kullanırken her dördüncü internet kullanıcı şehir sakinidir.

SİAR Research&Consulting Ajansının bilgilerine göre Kırgızistan'da sosyal ağlar tüm kullanıcılar tarafından en çok yakınları ve arkadaşları ile iletişim kurmak için kullanılmaktadır. Şehirli kullanıcılarla birlikte bölgeler arasından Batken Bölgesinde en çok kültürel haber ve bilgi alış verişinde bulunmaktadır. Oş ve Calal-Abad Bölgelerinin kullanıcıları sosyal ağları siyasal haberleri paylaşmak için kullanmaktadır. Araştırma amacıyla kırsal kesimde yaşayanlar da şehir sakinleri de internet kullanmaktadır, özellikle Bişkek ve Issık-Köl Bölgesinin kullanıcıları bu konuda interneti çok kullanmaktadır. Mal ve hizmet seçiminde danışmanlık ve referans için sosyal ağları kırsal kesim daha çok kullanmaktadır. Bölgeler arasında Calal-Abad, Çüy ve Talas Bölgeleri daha sık internete başvurmaktadırlar.

Sosyal medyanın gitgide popülerleşmesi, çeşitli alanlarda bilgi alış verişinin artması siyasetçileri sosyal medyanın potansiyeli hakkında düşündürmeye başlamıştır. ABD Cumhurbaşkanı Barack Obama 2008 yılında seçim kampanyası sırasında sosyal medyayı oldukça başarılı ve kapsamlı kullanan bir siyasetçi olarak tarihe geçti. 'Obama, internet üzerinden daha önce örneği görülmemiş miktarda para topladı, Facebook'ta 2 milyon, MySpace'te 866.887 'arkadaş' edindi. Kampanya veritabanında (server) 10 milyondan fazla e-posta adresi topladı, gençleri ve sosyal ağ kullanıcılarını harekete geçiren SMS ve e-posta kullandı'(Devran, 2011, s: 50).

İngiltere için de internet için önemli bir rol beklentisi, aynı zamanda bizzat teknolojinin büyümesi ve cazibesinin artması üzerine inşa edilmiştir. Önceki kampanyalardan bu yana, internet erişimi, İngiliz halkının % 70'i civarında bir izleyici kitlesine kadar genişlemiştir. 2005 yılında emeklilik döneminde olan siyasi blog dünyası, Westminster coğrafyasının merkezi bir demirbaşı haline gelmişti. Conservative Home, Iain Dale, Labour List, Guido Fawkes ve Lib Dem Voice gibi blog siteleri izleyici kitlelerine ulaşmalar da parti içi tartışmalar açısından giderek artan şekilde etkili hale gelmiştir. En çok dikkat çeken ise, başta Facebook ve Twitter olmak üzere sosyal medya araçlarının patlama yapmasıdır. Birleşik Krallık'ta hemen seçimden önce 25 milyon civarında Facebook hesabı olduğu tahmin edilmekteydi. Çevrimiçi sosyal ağlara karşı halkın ilgisinin artışı, aynı zamanda Birleşik Krallık politikacıları da yansıtmaktaydı. 2009 yılı yaz aylarına kadar milletvekillerinin yaklaşık üçte birinin Facebook sitesi vardı ve %10'dan fazlası da bir Twitter hesabına sahiptir (Devran, 2011, s: 110).

2010 İngiltere genel seçimlerinde de seçmenlerin oylarını kazanmak için Liberal Demokratlar tarafından Labervative projesi ve yine bir Liberal Demokrat

olan hazine sözcüsü Vince Cable'ın kampanyasında sosyal medya ilk kez kullanılıyordu' (www.siyasimedya.com, 2011).

Kırgızistan siyasetçileri de Amerika ve Avrupalı meslektaşlarından 'esinlenerek' sosyal medyanın önemi, potansiyeli ve gücünü fark ederek çeşitli sosyal ağlara üye olup, sosyal medyayı önemli siyasi olaylar sırasında aktif bir şekilde kullanmaya başlamışlardır.

2011 Cumhurbaşkanlık seçimi sonucunda seçmen oyunun %10'dan fazlasını toplayan adaylar Almazbek Atambayev (Kırgızistan Sosyal Demokrat Partisi), Adahan Madumarov (Bütün Kırgızistan Partisi) ve Kamçibek Taşiyev (Ata-Curt Partisi) de sosyal medyayı kullanarak, online kampanyalarla siyasi iletişim yürütmüşlerdir.

Kırgızistan Cumhurbaşkanlığı Seçiminde Adayların Seçim Programları ve Online Kampanya Özellikleri

Almazbek Atambayev (Kırgızistan Sosyal Demokrat Partisi)

2011 Cumhurbaşkanlık seçiminin favorisi olarak görülen Almazbek Atambayev ülke Başbakanı olarak görev yapmaktaydı. Görevi gereği bütün kitle iletişim araçlarında kesintisiz göz önünde tutulması nedeniyle, diğer adaylara göre büyük bir avantajının olduğu açıktı. Seçimden önce Rusya Federasyonu Başbakan'ı Vladimir Putin ile görüştü, Rusya'daki Kırgızlarla da bir araya geldi. Böylece Atambayev seçim kampanyasına herkesten önce başlamış oldu. Afişler, Tv, basın, internet reklamları, seçmen mitingleriyle paralel olarak internette de online kampanya yürüttü.

Atambayev'in Facebook özel hesabında 1700 (şimdi 2512) 'arkadaşı' ve Facebook sayfasında 75, Twitterde 102, Odnoklassniki'de 982 takipçisi mevcuttur. Dolayısıyla Atambayev Facebook'a ağırlık vererek bilgi akışını daha çok Facebook'la sağladı. Ayrıca www.sdpk.kg ve www.atambaev.kg web-siteleri adayın ana online bilgi kaynağı rolünü oynamıştır. Bu siteleri referans tutarak kampanya boyunca yaptığı faaliyetleri seçmenlerle paylaşmıştır. Facebook onun için bir bilgi paylaşım aracı rolü oynamıştır. Bu bilgilere seçmenler farklı 'feedback' göndemekteler, yani paylaştığı bilgi konusunda bazıları destek gösterirken bazıları olumsuz tepki vermektedir, bir kısmı da bilgiden yola çıkarak kendi tavsiyelerde bulunarak Atambayev'in görüşlerini öğrenmek istemişlerdir. Ancak bilgi akışı tek taraflı olduğundan dolayı seçmenler yanıt alamamışlardır. Bunun nedeni de sosyal ağları kendisi değil sorumlularının takip etmesidir, kendisinin görüşmeler ve diğer faaliyetlerden dolayı boş zaman bulamaması, aynı zamanda

yeni medyanın imkanlarına kuşkuyla bakması ve daha çok kendi siyasi deneyimlerine güvenmesi bunun nedenleri arasında sayılabilir.

Atambayev'in Facebook sayfasında online seçmenlerin göndermiş oldukları postlar diğer adaylarınkinden daha çoktur. Çoğunluğu seçimde başarılar dilemekle birlikte onun için oy vereceklerini ve ondan beklentilerinin büyük olduğunu, eski Cumhurbaşkanlarının hatasını tekrarlamamasını ifade etmişler. Bir kısmı da ülkenin gelişimi için çeşitli projeler hazırladıklarını ve bu konuda kendisiyle görüşebilme imkanının sağlanmasını istiyorlardı.

Görsel araç olarak resimlerde Atambayev hep güler yüzlüydü. Modern yönetici hissi vermek için hep takım elbiseyle bölgeleri gezdi. 'Aksakallarla'³ görüşürken hep onlardan dua almış, kucak kucağa, sanki kendi anne-babalarıyla görüşüyormuş gibi his uyandırmakla halka çok yakın olduğunu da göstermek istemiştir. Buna karşı online seçmenler devlet tarafından desteklenmesi, onarılması, düzeltilmesi, dikkat çekilmesi gereken sorunları hem yazı şeklinde hem de resim/video olarak Atambayev'in sayfasına göndermişlerdir. Ancak Atambayev'in sayfasında adayın seçim programı hiç tartışılmamıştır.

Atambayev'in seçim programı 6 aşamadan oluşmaktadır:

Ülke birliğinin ideolojisi

Kırgızistan'ın bütünlüğünü korumak Cumhurbaşkanının en önemli amacıdır. Ülke içi çatışmalara yol vermemek amacıyla değişik siyasi güçlerle, aksakallarla anlaşmak. Enformasyonel faaliyetleri gerçekleştirerek yanlış bilgileri önlemek, ideoloji konusuna odaklanmak.

Mafyaları yok etmek, düzenin oluşturulması ve güvenliğin sağlanması

Kırgızistan, uyuşturucu ticareti, kaçakçılık ve teröristlerin saldırısına açık bir ülkedir. Dolayısıyla polis yapısında önemli reformların yapılması gerekir. Polisin faaliyetlerini yerel sakinler değerlendireceklerdir.

Yolsuzluğu yok etmek ve sivil denetim

Bu amaçla devlette sorumlu bir komisyon oluşturacaktır. Bilgi ve açıklayıcı enformasyon faaliyetlerini yürütmekle birlikte yolsuzluk şemalarını teşhir edecek,

³ Yaşlı adam

devlet memurlarını sıkı kontrolde tutacaktır. Yolsuzluğu yok etmekte vatandaşların kendisinin de yoğun olarak katılımı sağlanacaktır.

Etkin ve şeffaf bir siyasi sistem oluşturma

Siyasi sistemi anayasaya göre cumhurbaşkanı değiştirebilir. İktidar aygıtlarının koordinasyonunda büyük role sahiptir. Hakemlerin bağımsız ve sorumlu olarak görev yapmasında, atanmasında Cumhurbaşkanının sorumluluğu büyüktür.

Savunma ve ulusal güvenliğin güçlendirilmesi

Silahlı güçlerin baş komutanı olarak Cumhurbaşkanının milli güvenliği ve ülkenin savunma sistemini güçlendirmekte genel konsept oluşturması lazımdır. Milli Güvenlik Devlet Komitesi reformlarıyla hukuk koruma organları işlevleri netleştirilecek, özel hizmet terörizme karşı odaklanacak, Savunma Bakanlığından bazı bölümleri alarak güçlendirilecek, uluslararası savunma birlikleriyle de sıkı işbirliğinde bulunacaktır.

Kırgızistan'ın ekonomik egemenliğinin sağlanması

Finans, enerji, gıda ve çevre güvenliği gibi sorunlar hala çözülememektedir. Kırgızistan uluslararası yardımlara bağılı olduğundan sürekli donör aramaktadır. Kendi kaynaklarını bir türlü kullanıp kendi ihtiyaçlarını karşılayamamaktadır. Son zamanlarda Hükümet 40 tane yatırımın Kırgızistan'a çekilmesi için bir proje üzerinde çalışmaktadır.

Kamçibek Taşiyev (Ata-Curt Partisi Lideri)

Kamçibek Taşiyev, tanınmış muhalefet lideri olarak hem Bakiyev'in rejimini Bakan olarak çalışmasına rağmen eleştirmiş, hem ondan sonraki Geçici Hükümeti acımasızca eleştiren, çok uluslu Kırgızistan'da daha çok Kırgız halkını, geleneklerini, dilini, kültürünü düşünen ve mücadele eden, bundan dolayı da Rusya gazetecileri önde olmak üzere 'milliyetçi' olarak adlandırılan siyasetçidir.

Taşiyev'in Facebook hesabında 3600 (şimdi 4595) 'arkadaşı', Odnoklassniki'de 385, Twitter'de 1827, V Kontakte'de 4 'arkadaşı' bulunmaktadır.

Atambayev'den farklı olarak seçmenlerin talep, kutlama, başarı dilemelerine duyarlı olarak yanıt verilmiştir, yani siyasi iletişim etkileşimli olarak yürütülmüştür. Yanlış yorumlar varsa doğrulamaya ve doğrularına atıfta bulunmaya çalışılmıştır. Haber ve bilgilerin büyük kısmı www.tashiev.kg ve www.sayasat.kg web-sitelerinden sağlanmıştır.

Kırgız-Özbek etnik çatışmasında kendisi güney doğumlu ve Oş, Calal-Abad bölgelerinde tanınmış bir siyasi lider olduğundan bu çatışmanın durdurulmasında, her iki tarafın uzlaşmasında büyük katkısı olmuştur. Bazı medya araçlarına göre Taşiyev'in siyasi puan kazanmasında bu olaylarda gösterdiği faaliyetler büyük rol oynamıştır. O da kendi kampanyasında bunu önemle vurgulamaktadır.

Seçmenlerle miting, basın toplantıları saatlerini açık olarak ilan etmesi nedeniyle Taşiyev'in 'açık kapı' politikasından yola çıkarak seçmenlerle sıkı temasta bulunmak ve bol bilgi aktarmak istediğini söyleyebiliriz.

Online seçmenler Taşiyev ve Madumarov'un (Bütün Kırgızistan Partisi lideri) ikisi de güneyden oldukları için bir siyasi güç olarak birleşmesini talep etmektedirler. Ancak Taşiyev hiçbir aday ile birleşmeyeceğini, pozisyonlarının uygun olmadığını söylemekteydi.

Resimlerde Taşiyev hep milli kalpak⁴ ile seçmenlerle görüşmektedir. Özellikle bölge sakinleriyle görüştüğü zaman yerli halk temsilcileri Taşiyev'e Kırgız milli giysileri giydirmiş olarak ve at üstündeyken dua etmektedir. Bu da Taşiyev için bir siyasi lider olmaktan öte, ülkeyi zor durumdan çıkaracak bir Kırgız kahramanı gibi bir algı yaratmaktadır. Aynı zamanda küçük çocuklar da Facebook resimlerinde yer almaktadırlar. Böylelikle bütün yaptıklarını onların parlak geleceğine adanmış oldukları görüntüsü sağlanmıştır.

Taşiyev seçim kampanyasında general kıyafeti de giyerek bazı etkinliklere katılmıştır. Aynı zamanda açık hava reklamları için de bu resmi kullanmaktadır. Bununla Taşiyev ülkedeki kaosu bir demir general gibi düzeltceğini, bir hukuk devleti oluşacağını, yasaların işleyeceğini, yasalara uymayanların cezalandıracağını ve yolsuzluğu durduracağını göstermek istemiştir.

Kampanya sonuna doğru, 2011 Cumhurbaşkanlığı seçimleri temiz ve adaletli olarak gerçekleştirilmezse ülkede çatışmaların olabileceğini öngören ve iktidar sahiplerini tehdit edici mesajlar çoğalmaya başladı. Bu mesajlara karşı seçmenler

⁴ Kırgız erkeklerinin giydiği geleneksel başlık

olumlu, destekleyici yorumlar yazarken, ülkenin yine çalkantılı duruma düşmesini istemeyen tepkiler de ortaya çıkmıştır.

Taşıyev seçim programını seçmenlere sunarken programı kendilerinde saklamalarını söylemiş, eğer Cumhurbaşkanlığı kazanırsa bu programı yerine getireceğini açıklamıştır. Seçim programları 7 adımdan oluşmaktadır:

Devlette Düzen ve İstikrar. Sosyal Koruma

Düzen, meşruiyet, istikrar ve sosyal korumayla ilgili tanımları yaparak bu üçgenin çerçevesinde yorumlar yapmaktadır. Cumhurbaşkanlığı kazanırsa bunların sağlanması garantisi vermektedir. Ülkede bir daha kaosu olmasına yol vermeyeceğini ifade etmektedir.

Yolsuzluk ve Mafya ile gerçekçi mücadele

Güvenlik birimlerinin yapısında reform yaparak siyasetten ayrı işlemlerini sağlamak gerekmektedir. İlk önce devlet yapısındaki yolsuzluğu bir yıl içinde yok etmeyi planlamaktadır.

Siyasi Reformlar

Anayasa'nın daha da geliştirilmesi gerektiği, bugün hiçbir iktidar gücünün ülkede olan ve olacak olayların sorumluluğunu üzerine almadığı, Cumhurbaşkanının sorumluluklarının, genç liderlerin siyasete girmesini sağlamak olduğunu belirtiyor ve Kırgız kültürüyle birlikte diğer milletlerin de kültürünü geliştirmekle ilgili planlarını açıklıyor.

Ekonomik Reformlar

Yatırım istikrarının sağlanması, Enerji sektörü, madencilik, tarım, yeniden işleme, KOBİ'lerin, turizm sektörü gibi gelişmesi gereken hususları ortaya koymaktadır.

Şehir planlaması, küçük şehirlerin geliştirilmesi

Çüy bölgesi, Suusamır ilinde ya da Toktogul ilinde, Kırgızistan'ın güney ve kuzeyini birleştiren, stratejik Oş-Bişkek yolunun ortasında yeni bir şehrin kurulmasını doğru bulduğunu açıklıyor. Küçük şehirlerinin altyapısının güçlendirilmesi ve iş gücünün geliştirilmesi planlanmaktadır.

Uluslararası İlişkiler

Bu konuda Anayasada değişikliklerin yapılması lazımdır. Cumhurbaşkanı hangi ülkelerle işbirliği yapılması gerektiğini belirlemelidir. Yeni bir düzlemde Rusya ve komşu, kardeş ülkeler ile ilişkileri canlandırmak lazımdır. Askeri-teknik işbirliğini Cumhurbaşkanı kendi sorumluluğuna almalıdır.

Ülke içi Milletler arası ve Bölgesel İlişkiler

Kırgızistan çok uluslu bir ülke olduğundan devlet bazında bir programın hazırlanması lazımdır. Milletler arası çatışmaya olanak sağlayanları yasa çerçevesinde katı biçimde cezalandırmak gereklidir.

Adahan Madumarov (Bütün Kırgızistan Partisi Lideri)

Adahan Madumarov, Atambayev'den sonra iki güçlü adaydan biri. Halk tarafından seviliyor. Güneyli olmasına karşın hem kuzeyden ve hem de güneyden oy alması beklenmiştir. Eski istihbaratçı. Bakiyev döneminde Milli Güvenlik Kurulu Genel Sekreteri'ydi. Bakiyev tarafından görevden alınmasına karşın muhalefete geçmemiştir.

Diğer adaylara nazaran Madumarov seçim kampanyasına daha yoğun bir şekilde başlamıştır. Özellikle televizyon reklamlarının birinin ardından diğeri yayına çıkmıştır, açık hava reklamları da büyük ölçüde Madumarov'a aitti.

Sosyal Medyada da Madumarov diğerleri gibi Facebook'ta 2200 (şimdi 4647), Twitter'de 113, Odnoklassniki'de 5 'arkadaş' edinmiştir. Atambayev gibi seçmenlerinin sorduğu cevaplara, tekliflere, cevap yazmamış onun yerine de görevliler sosyal ağları takip etmiştir. Madumarov'un Facebook hesabındaki tüm haberler ve bilgiler www.bytyng.kg ve www.kginfo.kg sitelerinden alınmaktadır. İlk sitedeki ilginç bir mesaja göre Madumarov kendisinin de katılmakta olduğu seçimi üçüncü olarak görmektedir. Bu demektir ki, referandumla Kırgızistan'ın üçüncü ve tek kadın Cumhurbaşkanı olarak seçilen Roza Otunbayeva'yı bir Cumhurbaşkanı olarak tanınamaktadır.

Madumarov'un sayfasında da online seçmenlerinin onun diğer adaylara göre en uygun aday olduğu belirtilmekte, ona seçimde başarılar dilenmekle birlikte Taşiyev ile bir siyasi güç olarak birleşmesi tavsiye edilmektedir. Buna karşın Madumarov sessiz kalmaktadır.

Aynı zamanda Facebook kullanıcıları çeşitli sorunlarını görsel olarak kendi sayfalarına yerleştirerek her bir lider adayların isimlerini 'Tag' yapmakla birlikte onların dikkatini çekme yolunu bulmuşlardır. Ne yazık ki hiçbir aday onlara cevap

vermemiştir ya da rakiplerinin cevaplarını bekleyip, ona göre de harekete geçmeyi düşünmüşlerdir.

Madumarov seçmenlerle görüşmesi sırasında bazen milli kalpak giyerek halk önünde konuşmasını yaparken kimi zaman da sade kıyafetleriyle, ‘ben sizin aranızdan çıkmış olan adayım ve ben diğerlerine göre sizin sorunlarınızı daha iyi anlarım, yeter ki siz bana destek gösterin, ben çözüm yollarını bulurum’ mesajını vermiştir. Ayrıca Madumarov’un ünlü bir gazeteci, etkili bir konuşmacı olarak bilindiği resimlerdeki seçmenlerin yüz ifadelerinden de belli olmaktadır.

Adahan Madumarov’un seçim programı 3 ana bölümden oluşmaktadır:

I Kusuru itiraf etme (repentance) – yenilenme – istikrar

Bütün elitin sorumluluk aracılığıyla kusurunu itiraf etmesi gerekmektedir

Siyasi elitin üç önemli adıma ihtiyacı vardır:

Genç nesle makam ve toplumda sahip olduğu yerine bakmadan her bir vatandaşa sorumluluk duygusu aşılamak.

Siyasi arenayı temiz isim ve vicdaniyla bırakıp gidebilme gücüne sahip olmak.

Gençlerin hata yapmaması için kendi siyasi tecrübesinden yola çıkarak uyarıda bulunmak.

Artık acizlik itiraf edilerek ülkenin yeni nesil idareci ve elite verilmesi lazımdır.

Ne kadar geç hareket görülrse o kadar bağımsızlığın ve devlet yapısının yok olma şansı o kadar büyüktür. Fakat iktidarın devredilmesi anlık olmamalıdır. Önce uygun şartların ve imkanların sağlanması, yenilenmenin adım adım safhalardan geçmesi lazımdır. Dinamik, yaratıcı, vatansever, yüksek seviyede çabuk ve verimli çözüm bulabilen gençlerin önceden yetiştirilmesi lazımdır. İktidarı yeni liderlere devretmek için Cumhurbaşkanının ülkeyi, toplumu ve ortamı hazırlaması gerekmektedir.

Ülkenin geliştirilmesinde meşruluğun yerine getirilmesi ve düzenin sağlanmasının temel ilkelerden olması lazımdır.

Hangi yasa, hangi Anayasanın olduğu önemli değildir, önemli olan onların yerine getirilmesi, onlara aykırılığın olmamasıdır. Cumhurbaşkanının sadece Anayasanın değil, meşruluğun ve düzenin de kefil olması şarttır.

II Kırgızistan'ın gelişmesi için bütün kaynaklar mevcuttur.

Bütün Kırgızistan – Güçlü Kırgızistan

Halkın birliği, her bir vatandaşın resmi iktidara güveninden yola çıkmalıdır.

Her bir Kırgızistan vatandaşının güvenini kazanmak için onların hak ve özgürlüğünü sağlayarak gayret gösterilecektir.

Yasa ve yasal düzenin üstünlüğü - Kırgızistan vatandaşının refahının kefilidir.

Ülkenin Anayasasının belirli bir insan grubunun menfaatini değil, tüm vatandaşların menfaatini koruması gerekmektedir.

- 1993 yılında kabul edilmiş halkın gerçek Anayasasına dönmek gereklidir.

- Ülkeyi yönetmenin optimal sistemi – güçlü Cumhurbaşkanı ve Güçlü Parlamentodur.

- Cumhurbaşkanı için Anayasanın en yüksek hedefi – vatandaşların hak ve özgürlüklerinin korunmasıdır.

Devlet iktidarı sadece halk için çalışan verimli ve düzenli bir araç olmalıdır. İdari memurların azaltılması lazımdır. Cumhurbaşkanı ülkenin gelişmesine dair her şeyi kendi sorumluluğuna almalıdır.

Yolsuzluğun nedenleri doğru bir şekilde belirtilmeli, ona karşı mücadele edilmelidir.

Hukuk organlarının iktidarı halka karşı olmamalı, hukuk organları halkın 'kılıcı ve kalkanı' olmalıdır.

- Hukuk organlarının işlevleri kısıtlanacak ve taklitleri çıkartılacak.

- Güç organları yapısında profesyonellik ve katı disiplin düzeninin sağlanmasında temel araç olacaktır.

- Polis toplumsal güvenliğin sağlanması için, özel hizmet, dış tehditlerden korunmak için görev yapacaktır.

Ülkenin dış politikası sadece ülkenin milli menfaatine dayanmalıdır.

Tarihi ve stratejik faktörleri, göz önünde bulundurarak Rusya ve diğer Orta Asya komşu ülkeleri Kırgızistan'ın esas partner ülkeleri olarak kalacaktır.

Uluslararası istikrar ve bölgesel güvenliğin korunmasında BDT, CSTO, EurAsEC ve SCO ile entegrasyon güçlendirilecektir.

Yabancı partnerler ile ilişkiler eşitlikçi işbirliği ilkesine dayanacaktır.

Üretimi yenileyerek ekonomi yeniden düzenlenecektir.

Yatırımları çekmenin temel ilkeleri ülke için kar ve çevre güvenliği olmalıdır.

İç yatırımları her açıdan geliştirmek ve kullanmak gerekmektedir.

Vergi sisteminin basitleştirmesi ve açık olması lazımdır.

Bankacılığın sabit altyapısının olması ve yasa sisteminin azami korumasında altında bulunmalıdır.

Enerji alanı bağımsız ve yüksek kara sahip olmalıdır.

Her bir Kırgızistanlının layık olduğu yaşam

Sağlık hizmeti karşılıksız ve yüksek kaliteli olmalıdır.

Kırgızistan halkının geleneklerinde büyüklere hürmet ilkesi yer alır.

Kırgızistan'ın kültür ve bilimi arka planda kalmadan öncelikli gelişim sektörü olmalıdır.

III Biz Kırgızistan'ı gelişmiş bir ülkeye dönüştürebiliriz.

Yapıcı Siyaset – Refahın Başlangıcıdır.

Devlet iktidarı kutsaldır.

Kabilecilik yok edilmelidir.

Sonuç

Adaylar Kırgızistan'ın içerisinde bulunduğu sorunları çözebilmek için genel olarak benzer seçim programları sunmaktadırlar. Öncelikle milli beraberlik ve toplumsal barışın sağlanması için siyasi istikrarın gerektiğine odaklanmışlar, yolsuzluk, mafya, ülke içi kaosu yenebilmek için sert bir şekilde düzenin sağlanmasını, hukuk organlarının reformla düzeltilmesi savunulmaktadır. Demek ki değişik siyasi ideolojiye sahip olan parti liderlerinin programları birbirinden farklılık göstermemektedir. Yeni medya araçlarını geleneksel medya araçları gibi kullanmışlardır. Sosyal medya seçmen ve aday arasında bir köprü olabilmıştır, ancak tek taraflı bilgi akışını sağlayarak seçmenlerden gelen tepkilere Taşiyev hariç diğer adaylar sessiz kalmışlardır. Dolayısıyla Kırgızistan'da sosyal medya aracılığıyla siyasal iletişim kısmen tek taraflı yürütülmektedir. Adayların blogları kullanma alışkanlıkları daha oluşmamış durumdadır.

KAYNAKLAR

- UZTUĞ, Ferruh (1999), Siyasal Marka: Seçim Kampanyaları ve Aday İmajı, Ankara: Mediacat.
- UZTUĞ, Ferruh (2004), Siyasal İletişim Yönetimi: Siyasette Marka Yaratmak, İstanbul: Mediacat.
- DEVİRAN, Yusuf (2004), Siyasal Kampanya Yönetimi, İstanbul: Odak İletişim.
- DEVİRAN, Yusuf (2011), Seçim Kampanyalarında Geleneksel Medya, İnternet ve Sosyal Medyanın Kullanımı, İstanbul: Başlık Yayın Grubu.
- SARI, Yaşar, 'Kırgızistan'da Seçim Kampanyası ve Seçim Sonuçlarının Analizi', 2011, <http://www.orsam.org.tr/tr/yazigoster.aspx?ID=2942>, 03. 2012
- SARI, Yaşar, 'Kırgızistan'da Cumhurbaşkanlığı Seçimi-1', 2011, <http://www.orsam.org.tr/tr/yazigoster.aspx?ID=2862>, 03. 2012
- SİAR Research&Consulting Ajansı Araştırmaları, 2011, 'Kırgızistan Hayatında Sosyal Medyanın Yeri', <http://press.kse.kg/ru/analytics/?id=176>, 02.2012
- Anonim, 'Sosyal Medya Siyasi Seçimlerde Gerçekten İşe Yarıyor mu', <http://www.siyasimedya.com/2011/04/sosyal-medya-siyasi-secimlerde-gercekten-ise-yariyor-mu/>
- www.politmer.kg

Anonim, 'Kırgızistan Nüfusu', <http://www.kg.spinform.ru/people.html>,

Anonim, 'Kırgızistan'da İnternet Kullanıcılarının Sayısı 150 bine Yükseldi', 2011

<http://www.kabar.kg/rus/society/full/24325> , 01.2012

www.madumarov.kg

www.atambayev.kg

www.tashiyev.kg