

Seçimler ve Kırılma Noktası

Geçen ayki e-monitor'de kurucumuz Bülent Gündoğmuş, Michael Clark'ın *Paradokslar Kitabı*'ndaki *Oy Paradoksu* alt başlıklı yazısına değinmişti. Paradoksun çözülmesine yalnızca birkaç gün kalırken seçim sürecinde artık son dönemece de girmiş olduk.

Önemli günlerin ve olayların olumlu ya da olumsuz bir **“kırılma noktası”** beklentisi oluşturma özelliği vardır. Türkiye'de son yıllarda seçimler hep bir **“kırılma noktası”** havasına bürünüyor. İktidar partisinden yana olmayan seçmenlerin kimisi seçimlerden sonra hiçbir şeyin eskisi gibi olmayacağı düşüncesiyle karamsarlığa kapılıp bu seçimleri bir kırılma noktası olarak görürken bu muhaliflerin kimisi de yeni umutlar peşinde optimist bir bakış sergiliyor. İktidar partisi yanlısı seçmenlerde de tamam mı devam mı soru işaretinin bu seçimlerde 2007 seçimlerine göre daha büyük olması nedeniyle yine bir kırılma noktası algısı söz konusu.

Tabii kırılma noktası algısı yalnızca iktidar ve muhalefet partilerine bağlı olarak oluşmuyor. Bu seçimlerin bir başka özelliği de bazı bağımsız adayların daha önceki seçimlerdeki bağımsız adaylardan farklı olarak simgesel bir nitelik de taşıyor olmaları. Bu da gündemdeki yerini 3 yıldır hiç yitirmeyen Ergenekon davasından yargılanan pek çok asker, akademisyen, yazar ve siyasinin bu seçimlerde – medyada nedense yeterince yer bulamayan – Cumhuriyet Güçbirliği çatısı altında söylemlerini Silivri'deki hücrelerinden Ankara'daki meclis kürsüsüne taşıyıp taşıyamayacakları konusu. Kuşkusuz bu adaylardan bir ya da birkaçının meclise girmesi de Türk siyasi tarihinde bir kırılma noktası olarak yorumlanabilir.

Tabii bu arada bağımsız adaylar arasında sosyalist duruşları ile bilinen Ertuğrul Kürkçü, Sırrı Süreyya Önder gibi isimlerin de BDP'nin de desteklediği Emek, Demokrasi ve Özgürlük Bloğu içinde yer alarak yine simgesel olarak da olsa sosyalistleri meclise taşıyıp taşıyamayacakları da ayrı bir merak konusu.

2007 seçimleri öncesinde bir kamuoyu araştırması yaparak meclisteki üç partinin oy oranlarını %1'in altında sapmalarla doğru belirlemiş, bulguları da seçimlerden sonra yine bir e-monitor'de sizlerle paylaşmıştık. Seçimlere az bir zaman kala yaptığımız kamuoyu araştırması sonuçlarına 2 Haziran itibarı ile seçim yasaklarına girdiğimiz için burada yer veremiyoruz ancak AKP'nin 2007 seçim sonuçlarına göre oy kaybı yaşarken CHP'nin oylarını artırma olasılığı yüksek görünüyor. MHP'nin ise kaset olaylarından olumlu ya da olumsuz pek etkilenmediği görülüyor. Kararsızların eğilimlerine bakıldığında ise CHP'ye oy verme eğiliminin AKP'ye göre %4 daha fazla olması dikkat çekiyor. Bu noktada seçimlerdeki kırılma noktasını kararsızların seçime katılım ve eğilimlerinin belirleyeceğini söylemek yanlış olmaz.

Türkiye kent nüfusunu temsil eden 1.000 kişi ile görüştüğümüz Mayıs ayı Omnibusumuz'da kamuoyundan Başbakan'ın Kanal İstanbul projesi'ni değerlendirmelerini isterken buna karşılık CHP'nin seçim reklamlarını da ne derece beğendiklerini sorduk.

Kanal İstanbul Projesi

Kanal İstanbul projesi Türkiye kent nüfusu genelinde %46 oranında olumlu karşılanırken bu oran İstanbul'da ironik bir şekilde %26'ya düşmekte. Buna karşılık İstanbullular'ın %53'ü projeye olumlu bakmadığını vurguluyor. Kanal İstanbul projesi en çok Karadeniz (%73), İç Anadolu (%60) ve Güneydoğu Anadolu (%59) bölgelerinde olumlu karşılanmakta, muhtemelen proje İstanbul'un en çok göç aldığı bu bölgeler için yeni bir umut beklentisi oluşturmaktadır. Projeyi en olumsuz karşılayan bölge ise %51 olumsuz oran ile Ege Bölgesi'dir. Bu bölgede projeyi olumlu bulanların oranı yalnızca %16'dır.

Toplumun ideolojik açılardan projeye bakışı ele alındığında ise kendisini gerek sosyalist olarak gerekse de sosyal demokrat olarak tanımlayanların %59'unun Kanal İstanbul projesine olumlu bakmadığı görülmektedir. Buna karşılık projeyi olumlu bulanların oranı kendisini muhafazakar demokrat olarak tanımlayan kesimde %64'e, liberal demokrat olarak tanımlayanlarda %58'e, milliyetçi muhafazakar olarak tanımlayan kesimde ise %56'ya ulaşmaktadır. Önümüzdeki seçimlerde oyunu AKP'ye vermeyi düşünenlerde projeyi olumlu bulanların oranı %71'e kadar çıkarken, CHP'ye oy vereceğini belirtenlerde yalnızca %9 olması, bu tür projelerin toplumdaki algısının topluma katkı ve şehircilik gibi değerlendirme ölçütlerinden çok politik temellere dayandığı tartışılmaz görünmektedir.

CHP Seçim Reklamı

CHP'nin seçim reklamlarına bakacak olursak, bu reklamları Türkiye kent nüfusu genelinde her dört kişiden üçü (%75) gördüğünü belirtirken, reklamı beğenenler özellikle orta yaş (35-44) ve genç (15-24) yaş gruplarında sırasıyla %56 ve %51'i bulmaktadır. CHP seçmenlerinin %85'i reklamı beğenirken bu reklam kampanyasının aynı zamanda AKP seçmenlerinde %31, MHP seçmenlerinde ise %30 oranında beğeni toplaması dikkat çekmektedir.

Son olarak 12 Haziran seçimlerinin bir kırılma noktası olsun ya da olmasın yüksek katılımı, adil, aydınlık, gerçek demokratik tercihleri yansıtan ve sorunsuz bir seçim olarak Türkiye siyasi tarihindeki yerini almasını umuyorum.

Sözü kırılmadan açmıştık; bugüne kadar aylık e-monitorlerimizi kaleme alan kurucumuz Bülent Gündoğmuş geçtiğimiz günlerde sağ kolunu kırdı. Bu nedenle bu sayıyı ben kaleme aldım. Eski deyimle sürç-i lisan ettiyse affola. Kendisine geçmiş olsun diyor bir an önce e-monitor yazılarına kaldığı yerden devam etmesini diliyorum.

Mehmet Aktulga

mehmet.aktulga@yontemresearch.com

Yöntem

5. Gazeteciler Sitesi No.30
34335 Levent / İstanbul
Tel: 0212 281 89 66 / 67
www.yontemresearch.com