

IDEA 14 MAYIS 2023 CUMHURBAŞKANLIĞI VE 28. DÖNEM MİLLETVEKİLİ SEÇİM ANALİZİ

2023

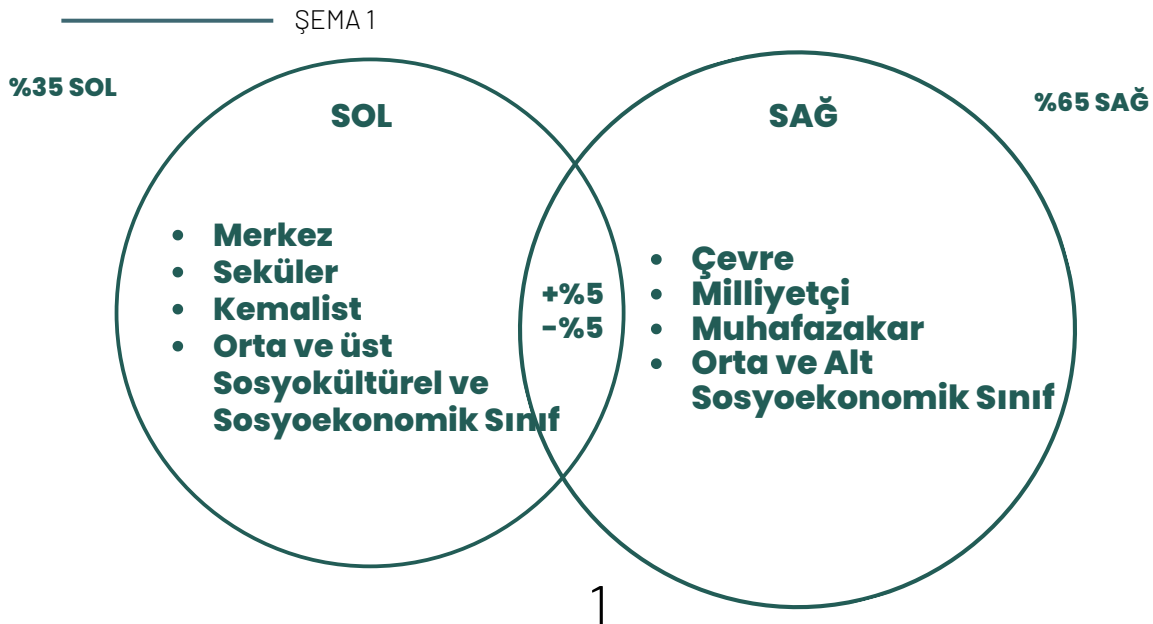
AMAÇLI ÖRNEKLEME METODUYLA 14 MAYIS SEÇİM ANALİZİ

GİRİŞ

Türkiye’de seçimler, tüm demokratik rejimlerde olduğu gibi ulusal veya uluslararası konjonktürel gerçekliklerden kısmen etkilenmekle birlikte, asıl olarak sosyoekonomik ve sosyokültürel faktörlerin tesiriyle, 1920-1950 yılları arasında karakter kazanan, Demokrat Parti iktidarından bugüne kadar seçimlerin temel belirleyicisi hüviyetindeki iki kutuplu siyasal kırılmanın neticesinde şekillenmektedir.

1920-1950 yılları arasında Cumhuriyet Halk Partisi iktidarında oluşan yine Cumhuriyet Halk Partisi ’sinin siyasasındaki jakoben tavrının da etkisi ile vücut bulan iki kutuplu siyasal iklim, günümüze kadar tüm seçimlerde sonucu belirleyen temel unsur olmuştur. Gözlemimiz o ki yirmi yıllık Adalet ve Kalkınma Partisi iktidarında, CHP’nin otuz yıllık iktidar sürecinde vücut bulan iki kutuplu siyasal iklimiyle aynı işlevsellikte, yekdiğerinden farklı karakterde iki siyasal kamp oluşmakta olduğunu gözlemliyoruz.

14 Mayıs 2023 Cumhurbaşkanlığı ve 28. Dönem Milletvekili Seçimi kısmen bu yeni kutuplaşmanın tesirinde olmakla birlikte daha çok 1950’li yıllarda oluşan iklimin kuvvetle muhtemel sonuncu seçimi olacaktır. Muhtemeldir ki 14 Mayıs seçimlerinin sonuçlarının da etkisiyle 2028 seçimleri, eski paradigmanın tüm parametreleriyle çöktüğü yeni paradigma ve parametrelerin işlediği yeni evreye dair ilk seçim olacaktır.

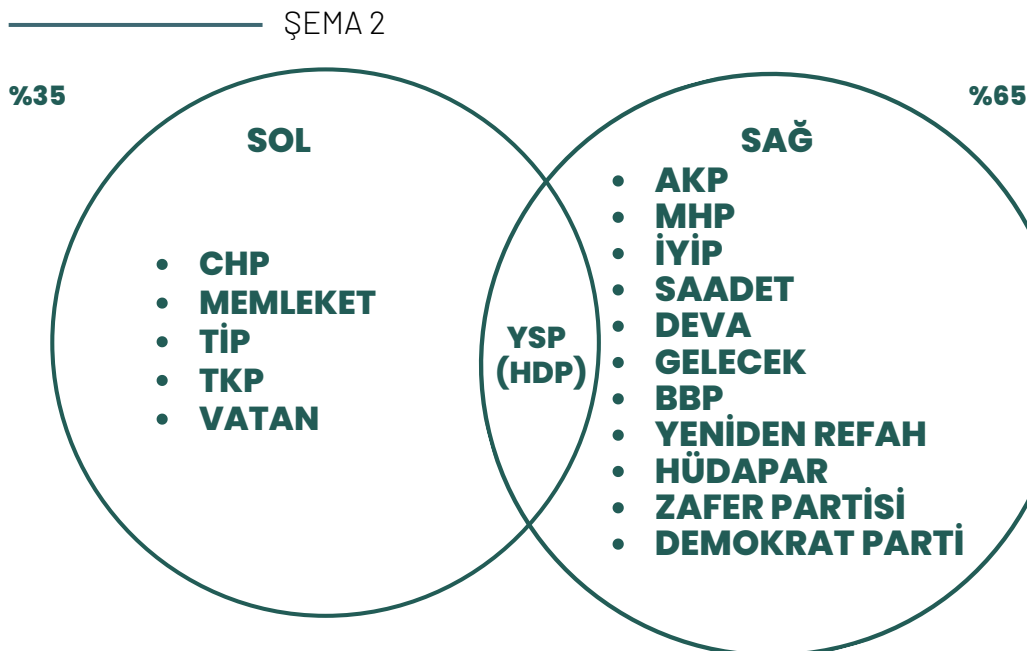


TÜRKİYE'DE SAĞ-SOL KAVRAMLARI

Türkiye’de “sağ” ve “sol” kavramları dünyada kullanılan anlamıyla eşdeğer bir kullanıma hiçbir zaman sahip olmamıştır. Bu ikili setin siyaset dilimizdeki yaygın kullanımı 1950’li yıllarda gerçekleşmiştir. İkinci Dünya Savaşı akabinde ortaya çıkan "Soğuk Savaş" konseptinde Türkiye'nin SSCB-ABD kutuplaşmasında jeostratejik, jeopolitik ve reel politik kaygı ve mülahazalarla mecbur olduğu kutup ABD (Batı-NATO) olmuştur.

Türkiye’de sol; sekülerizm, komünizm, sosyalizm, materyalizm, totaliterlik, SSCB’nin içinde olduğu sosyoekonomik ve siyasal bloğa yakınlığı ifade etmektedir. Türkiye’de sağ ise dini özgürlükler ve gelenekler ile daha bağdaşıklık anlamıyla muhafazakârlık, milliyetçilik, liberalizm, kapitalizm ve demokrasiye muhtevi bir anlamı ifade eder olagelmıştır. Zaman içinde katı bir devletçilik ve bir o kadar uygulamada esnekliği olmayan laiklik politikası ve uygulamaları güden CHP iktidarının hatırası -her ne kadar CHP'nin kuruluş kodlarında Atatürk milliyetçiliği olarak ifade edilen ve haddizatında Fransız Devrimi’nden ve Fransız "ulusçuluk" tecrübesinden mülhem nasyonal sosyalizm olsa da- CHP’yi sol kampa itmek bir yana kısa bir süre içerisinde sol kampın lokomotif partisi hâline getirmiş ve bu esnada mefhumunu muhalifinden de almak suretiyle Demokrat Parti bu bahsi yapılan hususların tazyikiyle sağ kampın referans partisi olmuştur.

Bu tarihsel olgu nedeniyle günümüze kadar tüm sağ partiler bir nevi Demokrat Parti’nin türevi olmuşlardır. Burada şunu da ifade etmekte fayda var; Türk siyasasında CHP ve Demokrat Parti üzerinden tezahür eden bu iki ana siyasi damar esasında ilk meclisteki "Birinci Grup" ve "İkinci Grup"a kadar dayandırılabilir.



ALGI YÖNETİMİNDE YENİ ARAÇ: ANKETLER



Türkiye’de 1980’li yıllardan itibaren siyasal alanda, özellikle de seçim süreçlerinde yaygın olarak kullanılan anket ve kamuoyu araştırma uygulamaları, seçim sonuçlarını tespiti için en önemli araçlardır. Anketler başta olmak üzere farklı disiplinlerden istifadeyle oluşturulan kamuoyu araştırma enstrümanları seçim sonuçlarını tahmin ve mevcut olguyu tahlil amaçlı oldukları kadar, seçim atmosferi ve seçmen algısını da yönetmeye yönelik kullanılmaktadır.

Hatta diyebiliriz ki özellikle AK Parti iktidarı dönemine tekabül eden zaman diliminde anketler, tüm medya unsurları yanında sosyal medyanın da artan etkisiyle olguyu tanımlamaktan ve tahminden ziyade algı oluşturmak amacıyla kullanılan ve dahası seçmeni manipüle etmeye çalışan aygıtlara dönüşmüşlerdir.

Anket firmalarının ekonomik gereklilik ve gerçekliklerini devam ettirebilmelerinin neredeyse yegane odağı (müşterisi) olan siyasi partiler ile ilişkileri, anket mekanizmasını daha sofistike kampanya unsurları haline getirmiştir. Bu nedenle anket ve kamuoyu araştırma firmalarının danışmanlık misyonları, anketleri adeta bir manipülasyon mekanizmasına dönüştürmüştür.

14 Mayıs Cumhurbaşkanlığı ve 28. Dönem Milletvekili Seçimi Örneğinde Yaygın Anket Uygulamalarına Dair Değerlendirme

14 Mayıs Cumhurbaşkanlığı ve 28. Dönem Milletvekili Seçimi öncesinde kamuoyuna mal olan ulusal satıhta 50'yi aşkın anket firmasının kahir ekseriyeti, ifade edilen hususlar ekseninde değerlendirildiğinde ve bu seçimin stres eşiğinin uzun zamandır tecrübe edilen seçimler ile kıyaslanmayacak seviyede yüksek olmasının da etkisi ile açık bir şekilde görülmektedir ki anket olgusu algı yönetiminin başat enstrümanı haline gelmiş-getirilmiştir.

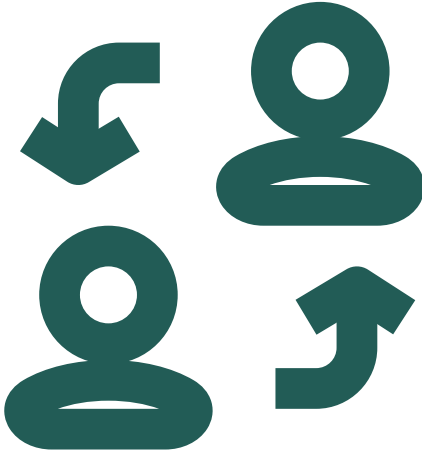
Siyasal amaçlı anketler ile ilgili ifade edilmesi gereken hususların başında anketin ne zaman yapıldığı sorunsalı gelmektedir. Türkiye'deki rutin uygulamalardan görüldüğü kadarı ile ankete muhatap hedef kitledeki birey, seçim öncesi bir yıllık zaman diliminde her ay bir defa sınıanır ve bireyin görüşüne başvurulur.

Birey anketin yapıldığı zaman dilimindeki veriler ve konjonktürel gelişmeler ışığında oluşturulan soru setleri ile muhatap kılınır. Genellikle seçime üç ay kaldığında ise anket 15 günlük zaman aralıklarıyla yapılır. Anket firmalarından sınırlı bir kısım, son ay, 10 günlük veya haftalık anketler ile süreci işletirler. Hiçbir anket firması Türkiye genelinde salt kendi insan kaynağıyla anket yapamayacağı için devreye çoğu zaman nitelik ve nicelik açısından sorunlar ile malul yerel anket firmaları girer. Bu firmaların önemli bir kısmı da anketi, yaptıkları birçok işten biri olarak yaparlar. İhtisasları çoğu zaman anket değildir.



Ulusal satıhta çalışan anket firmalarının yerelde irtibatları ve ilişkileri anketi sorunlu hale getirme potansiyelindedir. Haftalık periyotla ve kendi insan kaynağıyla anket yapabilmek mali güç ve insan kaynakları açısından kurumsallığı gerektiren bir yetkinliktir. Anketin oluşma periyodunda bir yıldan bir aya akışta başta işaret edilen manipölasyon potansiyeli ve ihtimali asgari seviyeye iner. Anket firmasının ilintili olduğu siyasal partiler ile olan ilişkisi, aksi durumlara da sebep olabilir ve firma kendi güvenirliliğinden taviz vermeyi göze alarak algı yönetimine odaklı anket çalışmasını bir sonraki seçim sürecinde pazar kazanma potansiyeli olan son anket çalışmasında da devam ettirebilir. Bunun birçok örneğini son 30 yıldaki seçim süreçlerinde gözlemlemek mümkündür.

14 Mayıs Cumhurbaşkanlığı ve 28. Dönem Milletvekili Seçimi Örneğinde Yaygın Anket Uygulamalarına Dair Değerlendirme



14 Mayıs Cumhurbaşkanlığı ve 28. Dönem Milletvekili Seçiminin sonuçlarını tahmine dair son 3 ay içerisinde medya aracılığıyla kamuoyu ile paylaşılan anketlerde de görüldüğü üzere, Türkiye'de siyasal alandaki dinamiklerin çok hızlı bir şekilde değişebildiği ve bunun da kamuoyu anketlerinin güvenilirliği ve realitesini sorgulanabilir hale getirdiği söylenebilir.

Keza dar bir zaman diliminde Kemal Kılıçdaroğlu'nun aday olması, Meral Akşener'in altılı masadan olaylı bir şekilde ayrılması ve iki gün sonra tekrar katılması, HDP'nin cumhurbaşkanı adayı göstermemesi ve son olarak da yurt dışı oy kullanma süresi bittikten sonra ve seçimlere üç gün kalmışken Muharrem İnce'nin cumhurbaşkanı adaylığından çekilmesi gibi olaylar göstermektedir ki olguyu tayin, tahmin ve tespit amaçlı yapılan anketlerin tutarlılığı anketin gerçekleşme sürecindeki bilimselliğinden bağımsız olarak dışsal ve beklenmedik gelişmelerle daha da sorunlu duruma gelebilmektedir. İfade ettiğimiz hususlar analizimizi yayınladığımızda her ne kadar seçime üç gün kalsa da Türkiye'nin siyasi iklimi ve tansiyonu sebebiyle beklenmedik olayların gelişebileceği göz önünde bulundurularak değerlendirilmelidir.

14 Mayıs Cumhurbaşkanlığı ve 28. Dönem Milletvekili Seçiminde Anket Firmalarının Partilerle İlişkilerinden Kaynaklı Çıkmazları

14 Mayıs Cumhurbaşkanlığı ve 28. Dönem Milletvekili Seçim'ine dair siyasi partilere mali açıdan angajmanı olmamak, yapılan iş ve istenen neticenin sıhhatine dair önemli bir etkidir. Bir siyasi yapı ile angajman ilişkisinin olmaması "masa-saha-masa" denklemiyle işleyen anket olgusunu manipölasyondan daha masun - korunaklı kılmaktadır.

Fakat Türkiye'de ekonomik gerekçelerden dolayı anket firmalarının asıl hizmet alanı siyaset alanıdır. 14 Mayıs seçimleri sürecinde daha yoğun hissettiğimiz ve fakat tüm seçimlerde de geçerliliği olan diğer husus seçim yaklaştıkça seçmenin fikrinin berraklaşması ve söyleminin keskinleşmesi durumudur. Seçimden bir sene önce ankete muhatap olan kişi ağırlıklı olarak dünü anımsar, reyini bu duygu ile ihsas eder.



Rey ihsası esnasında ankete verdiği cevap adeta bir deşarja da vesile olur, ancak bu rehabetin sebebi, kişinin cevaplarının kendisi açısından bir sorumluluk da ihtiva etmemesini bilmesinden kaynaklanmaktadır. Seçim yaklaştıkça kişi dünden kopar, bugüne odaklanır. Son ay ankete muhatap kişi değil seçmen olduğunu hissetmeye başlar. Seçim, seçmen ve rey denkleminde gereken ciddiyet daha da pekişir. Artık sandık gözükmüştür ve seçmen olduğunun idraki ile kişi beyanının yarınlarına tekabül edeceğinin bilgisindedir. Seçmen, vereceği oyun yarın için ne anlam ifade edeceği ve maliyetinin ne olacağının ciddiyeti ile temkin geliştirir.

14 Mayıs Cumhurbaşkanlığı ve 28. Dönem Milletvekili Seçiminde Anket Firmalarının Partilerle İlişkilerinden Kaynaklı Çıkmazları

Anket çalışmalarının en büyük handikaplarından birisi, bu bir yıldan bir saate akış esnasında dünden yarına kanalize olan istifham ve kanaat oluşturma vasatıdır. Dolayısı ile son hafta anketleri, gerek firmaların seçim sonrası piyasa gerçeklikleri, gerekse de seçmenin seçim sonrası gerçekçiliği ile buluştuğu için anket güvenilirliğine dair en sağlıklı zemini bulur.

Son olarak seçmen eğiliminde gözlemlenen hususlardan birisi de seçmenin tercihinde öfkenin yerini "sağduyu" olarak ifade edilen, aslında "sofistike pragmatizm" olarak tanımlanabilecek tavır alır. Sandık yaklaştıkça seçmenin büyük bir kısmı aidiyetlerinden daha ziyade risk/ fayda ekseninde mülahaza ile tercihlerini reorganize eder. Seçmenin bu pragmatik eğilimi tüm demokratik dünyada benzer bir karakter ihtiva etmektedir.

İktidar arayışında binlerce yıldır oluşan insan eğilimi ve tavrı, antropolojik disiplinin işaret ettiği şu üç hususu seçim süreçlerinde, seçmen nezdinde ve sonucun tayininde temel makyas makamına oturtur. Seçmen seçiminde "güç, güven ve gönenç" arar. Bu üçü var ise eğer 3+1 formunda "görünüştü" de tercihinde dördüncü bir ölçüt kabul eder.

I



II



III



AMAÇLI ÖRNEKLEME METODUYLA 14 MAYIS CUMHURBAŞKANLIĞI VE 28. DÖNEM MİLLETVEKİLİ SEÇİMİNİN ANALİZİ

1

Analizin sıhhati için farklı siyasal eğilimlerde olan kişiler tercih edilmiş, Cumhur İttifakı ve Millet İttifakı başta olmak üzere diğer ittifaklara aidiyeti olan kişilerden müteşekkil bir örneklem seçilmiştir.

2

Örneklem; bürokrasi, akademi, siyaset, iş dünyası ve medya mensuplarından oluşan 100 kişilik grup, yapılacak çalışmanın metodolojisine dair bilgilendirilmiştir. Bir anketin sıhhat için 800-1200 arası bir örneklem grubu yeter sayıyken “Amaçlı Örneklemleme Metodunda” 100 kişilik örneklem makul ve yeter bir orandır.

3

Çalışma grubuna Türkiye’nin 1950’li yıllarda oluşan siyasal ikili tablosu izah edilerek fikri sorulmuştur. Soruya 83 kişi 1950’de oluştuğunu kabul ettiğimiz kamplaşmaya dair izaha olduğu gibi katıldığını ifade etmiş, 12 kişi kısmen eleştiri getirmiş, 5 kişi katılmadığını beyan etmiştir.

4

Çalışma grubuna 1920-1950 yılları arasında oluşan iklimin bu seçimin temel belirleyicisi olup olmadığı sorulmuş, 47 kişi, 14 Mayıs seçimlerinin bu ikili yapı içinde olacağını teyit etmiştir. 32 kişi kısmen katılıyorum demiştir. 21 kişi bu seçimde paradigmanın değiştiğini ifade etmiştir. Son grup 2028 seçimlerinde tesirini göreceğimizi düşündüğümüz yeni siyasal vasatın, yeni paradigma ve parametreleriyle bu seçimde geçerli olduğunu belirtmiştir.

5

Çalışma grubuna kısmi hatırlatmalar dışında müdahale edilmemiş, uygulama sadece sorularla yönlendirilmiştir.

6

Sağ ve sol kümelerdeki partilere göre oy paylaşım oranları hususunda muhatap kişinin beyanı esas alınmış, toplam %65 ve %35’i geçtiğinde tavzih için imkân verilmiştir.

7

Sağ ve sol kümeler ve iki taraftan da oy alan partiler tabloya yerleştirildikten sonra partilerin oylarının cumhurbaşkanlığı adaylarına taksiminde fire verip vermeyeceği sorulduğunda çoğunluk kısmi fireler verileceğini beyan etmiş ve taksimi buna göre gerçekleştirmiştir.

AMAÇLI ÖRNEKLEME METODUYLA 14 MAYIS CUMHURBAŞKANLIĞI VE 28. DÖNEM MİLLETVEKİLİ SEÇİMİNİN ANALİZİ

8

Analizin altyapısı oluşturulurken olası ihtimaller dikkate alındığı için Muharrem İnce ve Sinan Oğan'ın çekilme ihtimali değerlendirilmiş böyle bir durumda oyların kimlere kanallize olacağı saptanmaya çalışılmıştır.

9

100 kişinin tüm sorulara verdiği cevapların ortalaması alınmak sureti ile seçime dair öngörü üretilmeye çalışılmıştır.

10

Uygulamanın başında çalışma grubuna görüşleri sorulmadan uygulama seçim sonuçlarına dair öz kanaati sorulmuş, uygulama tamamlandıktan sonra ortaya çıkan sonuçlar ile başta beyan ettiği tahmini hatırlatılarak karşılaştırma imkânı verilmiştir.

11

İlk tahmin ile uygulama sonrasındaki oranlar arasında radikal bir fark olduğu gözlemlenmiştir ki bu durum çalışma grubunun her ne kadar Amaçlı Örneklem Metodu standartlarına uygun seçilmesine rağmen, keskinleşen siyasal kamplaşmanın da tesiri ile siyasal angajman ve kamplaşmanın bu seçimde tahminimizden daha yüksek oranda olmasının bir komplikasyonu olarak yorumlanmıştır.

12

Millet İttifakı ve adayının kazanacağına dair kanaati yüksek kitlenin %80'inin kendisine sorulan tahmin oy oranlarının toplamındaki makası kabullenmediği gözlemlenmiştir. Bu da yukarıda ifade edilen duygunun bir tezahürü olarak tanımlanabilir.

13

Öte yandan Cumhur İttifakı ve adayının kazanacağını beyan eden kitlenin ise tahminleri ile uygulama sonrasındaki oranlar arasında da bir makas gözlemlenmiş, bu makastan bu grubun da rasyonel eğilimler içinde olmadığı sonucuna varılmıştır.

14

100 kişilik örneklem grubuna seçimin ikinci tura kalma ihtimali sorulmuş; 58 kişi ilk turda seçimin neticeleneceğini ifade etmiştir.

15

Yine örneklem grubuna ikinci turda seçimi kimin kazanacağı sorulduğunda ilk turda kazanacağını düşündükleri kişinin kazanacağını beyan etmişlerdir.

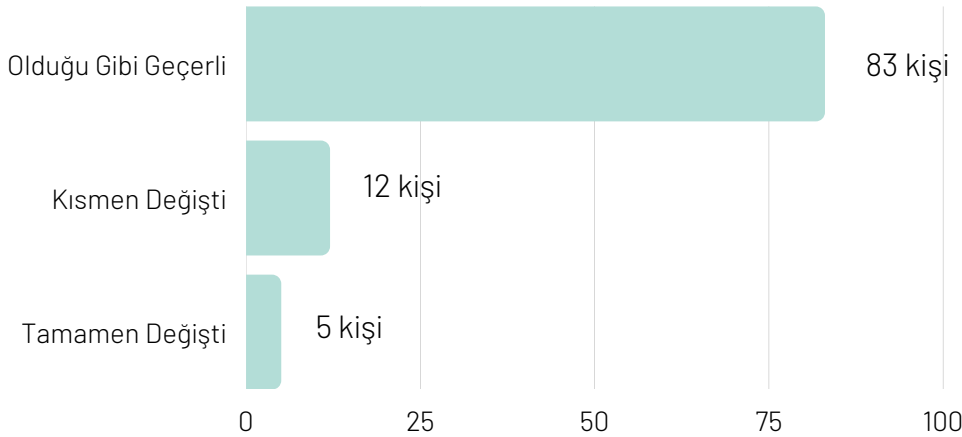
Değerlendirme ve Denklem Örgüsü

Metodolojide bahsedildiği üzere bu çalışma nitelikli bir örneklem ile kısmi bir anket çalışmasını ihtiva etmekle birlikte salt bir anket çalışması değildir. Bu analiz, anket uygulamalarının avantajlarıyla beraber dezavantajları, yakalayabildikleri ile beraber yakalayamadıkları, yanısıra yukarıda işaret edildiği üzere Türkiye'nin siyasal hayatındaki etkenlerin çokluğu, siyasal, sosyal, ekonomik basıncın ve değişkenlerin batılı demokrasilerle kıyaslanmayacak kadar fazlalığı gibi sebepler göz önünde bulundurularak sonucu tahmin etmek hususunda Amaçlı Örneklemleme Metodu'nun kullanılmasının daha işlevsel olacağı kanaatiyle hazırlanmıştır.

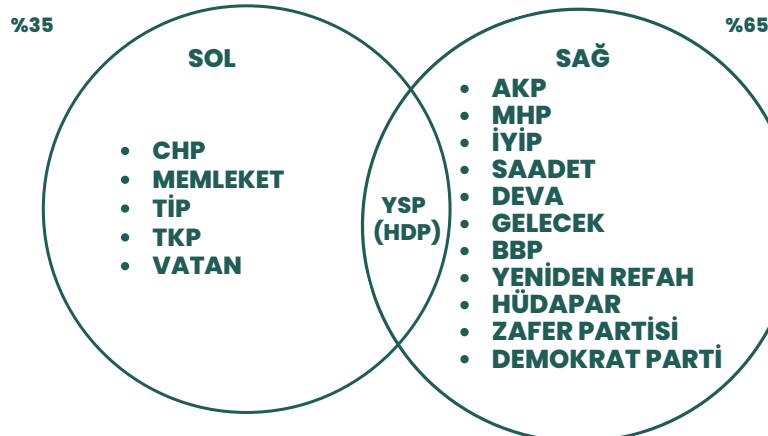
Çalışma grubuna 1920-1950 yılları arasında oluşan kısaca sağ-sol ayrımı ve oranlarının (%65-%35) referans alınmasının geçerli olup olmadığı sorusu üzerine aşağıdaki grafik ortaya çıkmıştır;

1 1920-1950 yılları arasında oluşan bu şema (Şema 2), bu seçim için de geçerli midir?

GRAFİK 1



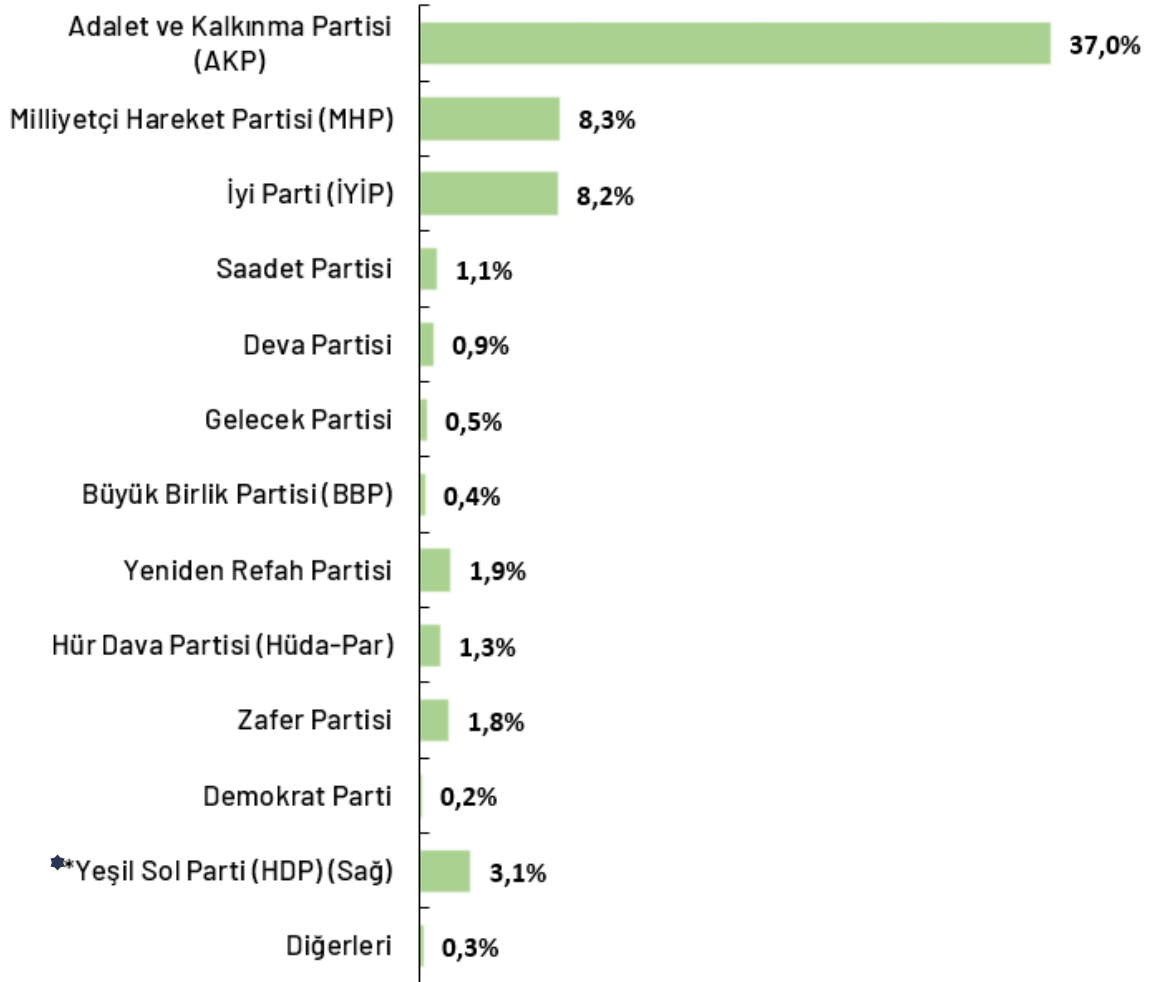
2 Muhataba ana iki küme ve kesişim noktası sorulmuş, kişilerin tümü sağ- sol ve iki kesimden de oy alan partilerde mutabık kalmıştır. Muhatabaların genel tasnifi ile aşağıdaki tablo oluşmuştur.



3

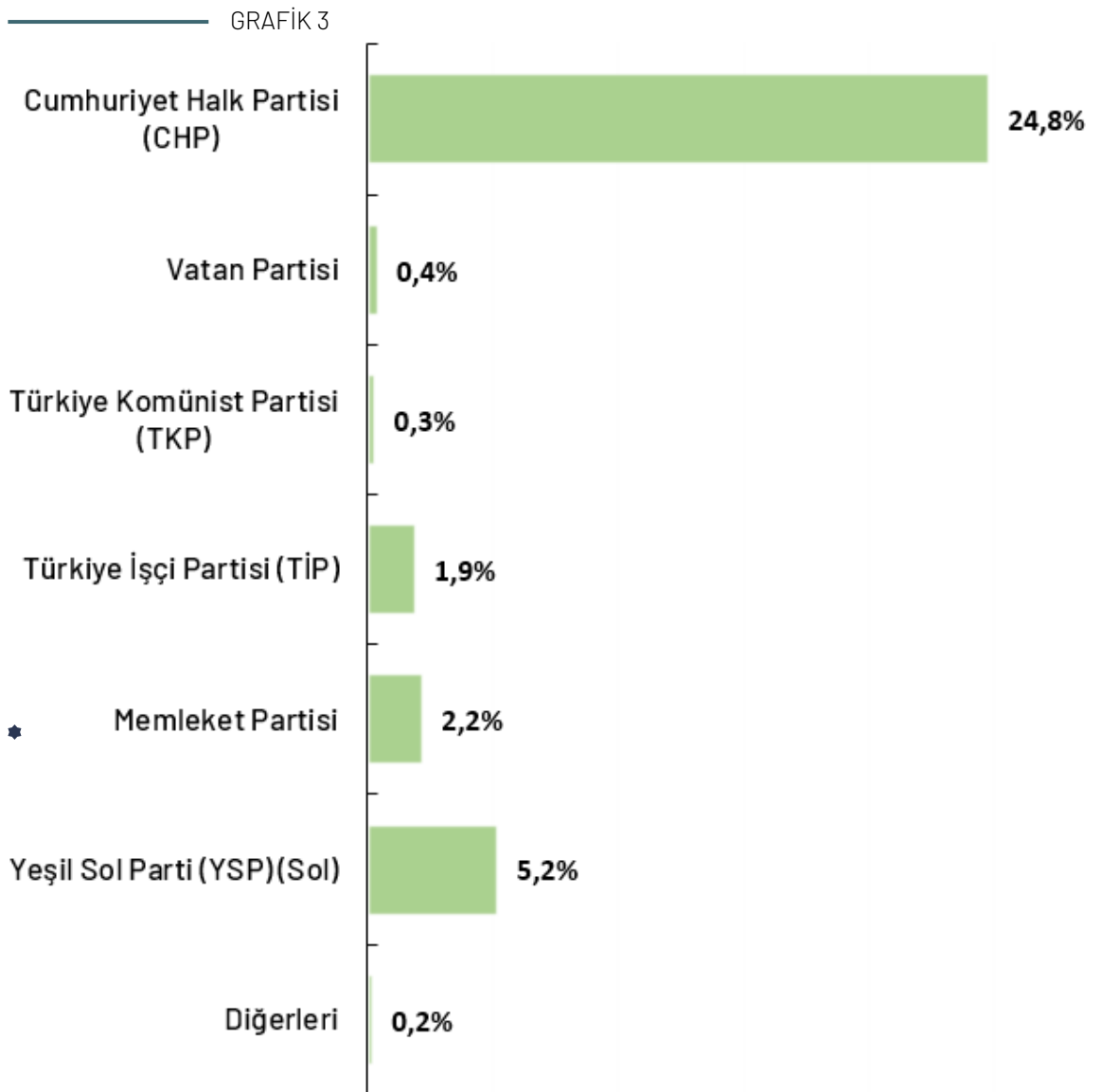
Çalışma grubuna AKP ve CHP oyları son olarak sorulmak kaydı ile üç kümedeki partilerin muhatabın son birkaç ay içerisinde gerek yapılan anketler gerek medya ve sosyal medya izlenimleri ve gerekse sosyal çevrelerine dair gözlemleri üzerinden tahmin ettikleri oy oranları sorulmuştur. Örneklem grubun verdiği cevapların ortalamasıyla grafik 2 oluşmuştur.

GRAFİK 2



* YSP (HDP) hem sağ hem sol kesimden oy almaktadır. İşaretlenen sağ kesimden aldığı oy oranıdır.

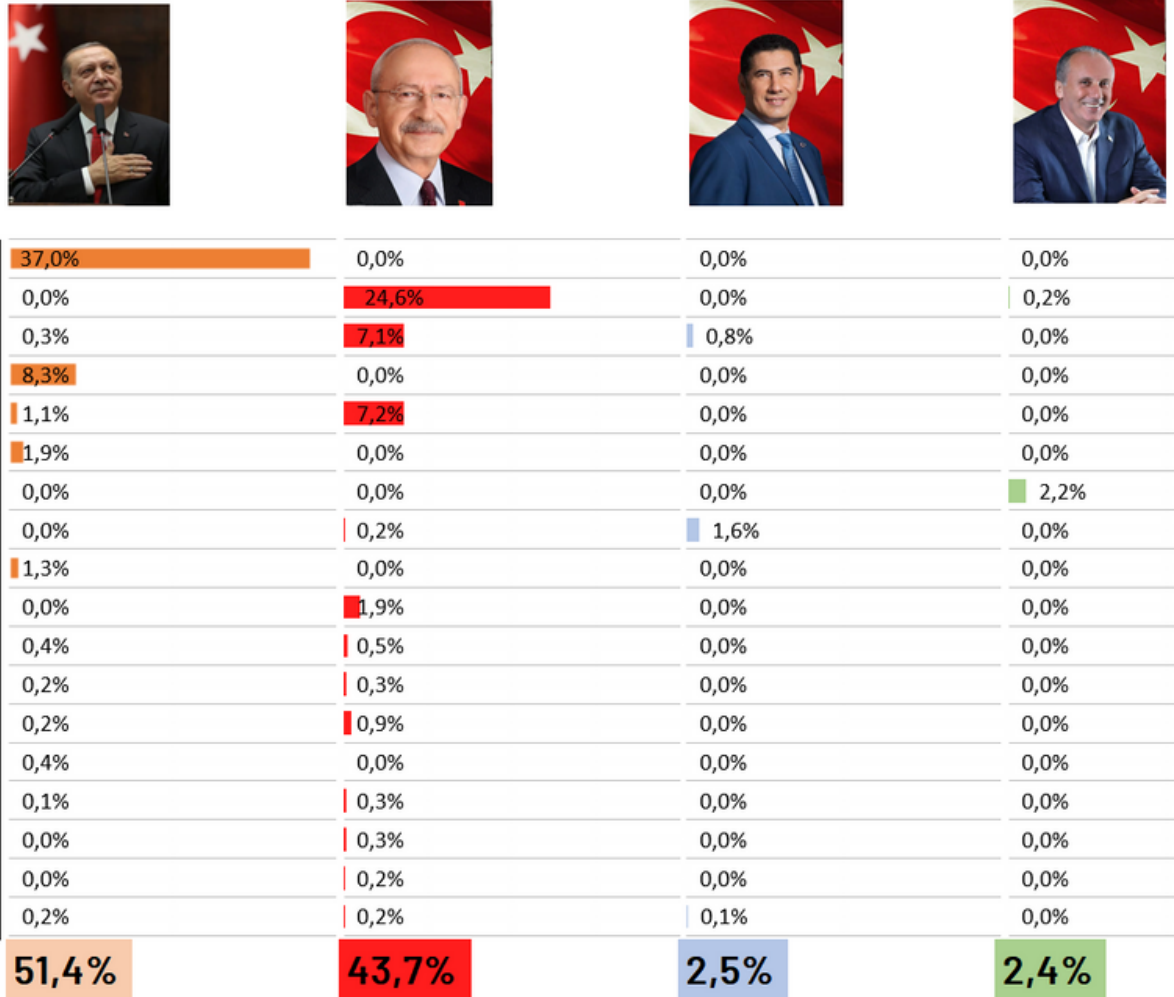
- 4 Çalışma grubuna AKP ve CHP oyları son olarak sorulmak kaydı ile üç kümedeki partilerin muhatabın son birkaç ay içerisinde gerek yapılan anketler gerek sosyal medya ve medya izlenimleri ve gerekse sosyal çevrelerine dair gözlemleri üzerinden tahmin ettikleri oy oranları sorulmuştur. Örneklem grubunun verdiği cevapların ortalamasıyla grafik 3 oluşmuştur.



- ★ YSP hem sağ hem sol kesimden oy almaktadır. İşaretlenen sol kesimden aldığı oy oranıdır. YSP toplam oy oranı %8.3 (%3.1+%5.2)

5 Muhataba Cumhurbaşkanlığı seçiminde, hangi partinin hangi adaylara, hangi oranlarda oy vereceği konusundaki fikri sorulmuştur. Yani yanıtlarının dört adaya dağıtılması istenmiştir. Oranlarda aşma veya altta kalma durumunda tavzih imkânı verilmiştir. Nihai olarak grafik 4 ortaya çıkmıştır.

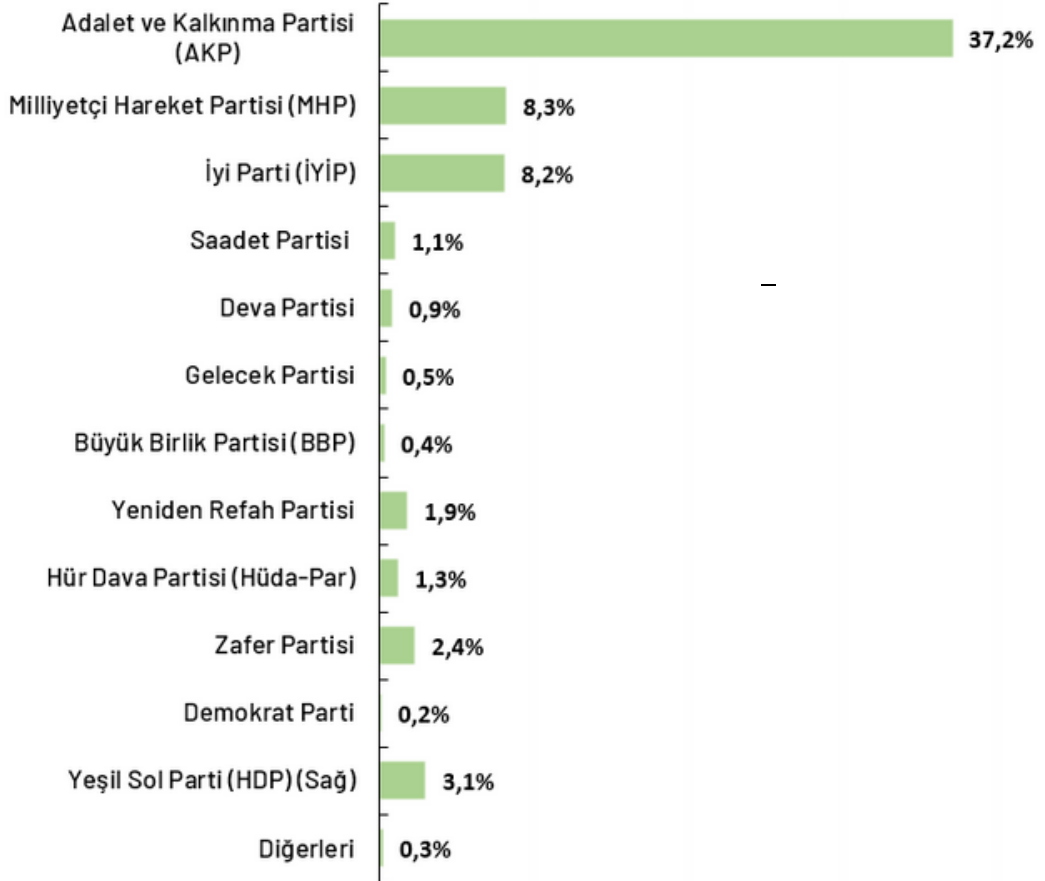
GRAFİK 4



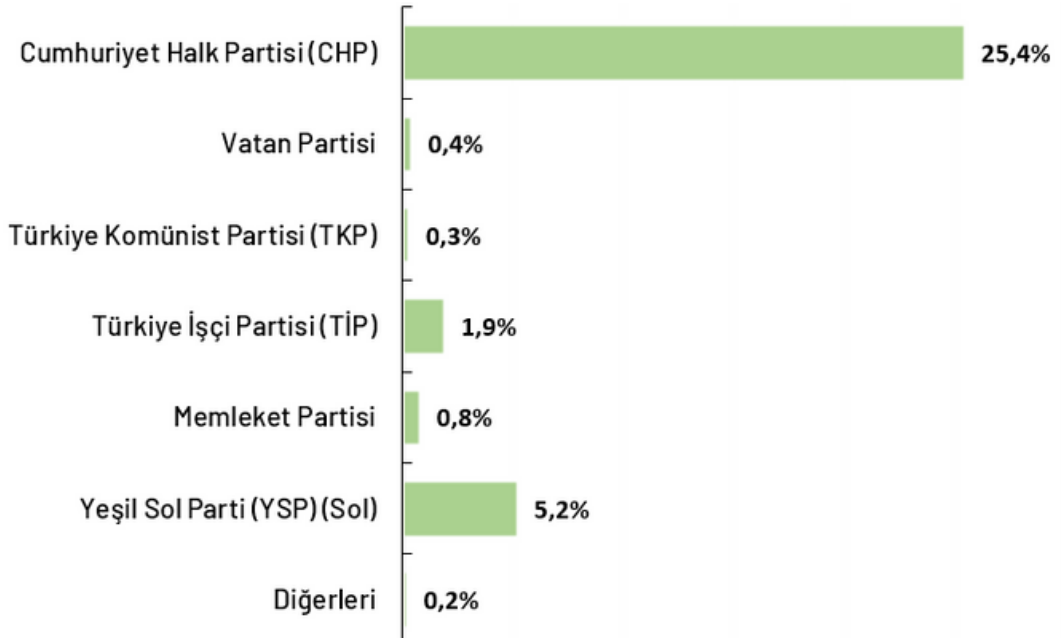
6

Muharrem İnce'nin cumhurbaşkanlığı adaylığından çekilmesinin Memleket Partisinin oy oranına yansıması sonrasında ortaya çıkan grafikler (Grafik 5, grafik 6)

GRAFİK 5



GRAFİK 6



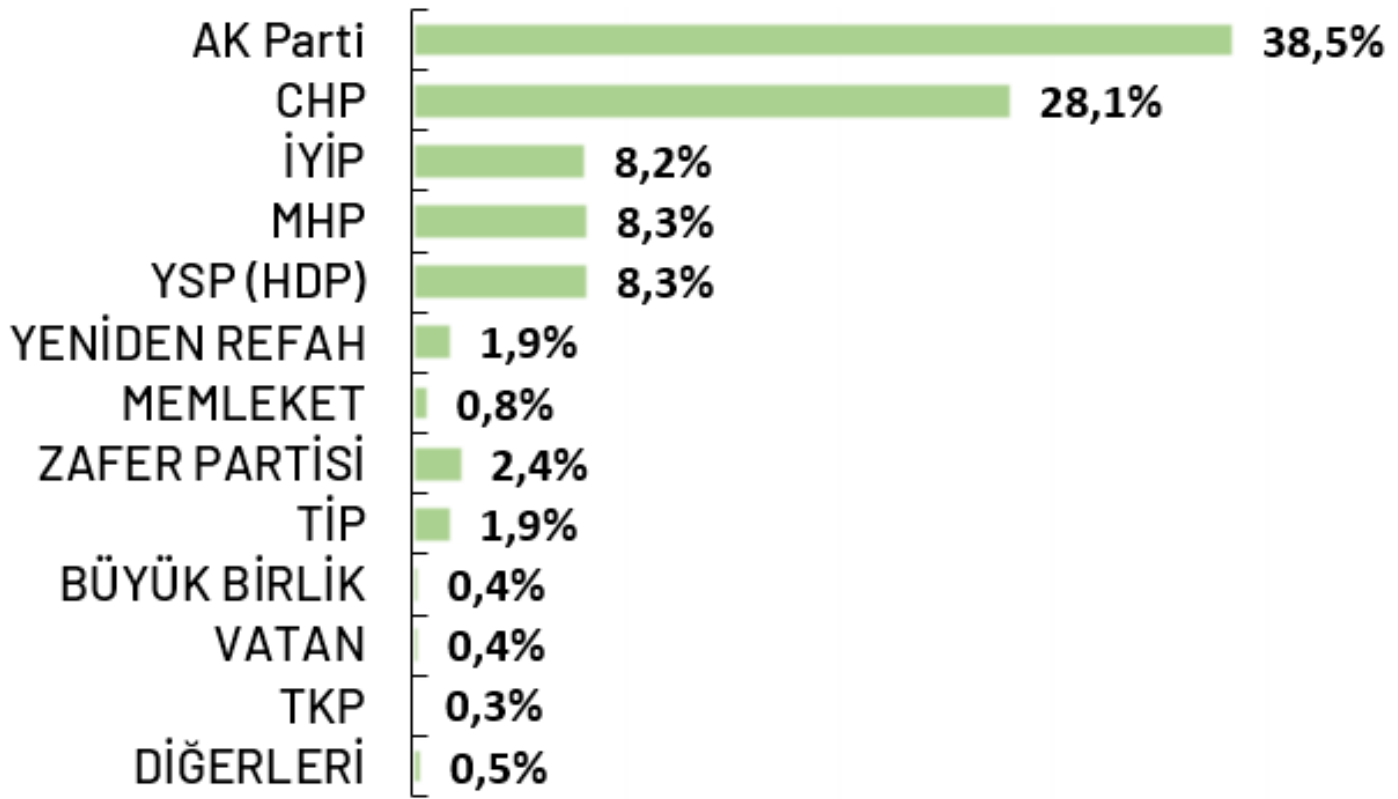


14 Mayıs 2023 Cumhurbaşkanlığı Seçimi Oy Tercihleri



AK Parti	37,2%	0,0%	0,0%
CHP	0,0%	25,4%	0,0%
İYİP	0,3%	7,1%	0,8%
MHP	8,3%	0,0%	0,0%
YSP (HDP)	1,1%	7,2%	0,0%
YENİDEN REFAH	1,9%	0,0%	0,0%
MEMLEKET	0,2%	0,4%	0,2%
ZAFER PARTİSİ	0,0%	0,2%	2,2%
HÜDAPAR	1,3%	0,0%	0,0%
TİP	0,0%	1,9%	0,0%
DEVA	0,4%	0,5%	0,0%
GELECEK	0,2%	0,3%	0,0%
SAADET	0,2%	0,9%	0,0%
BÜYÜK BİRLİK	0,4%	0,0%	0,0%
VATAN	0,1%	0,3%	0,0%
TKP	0,0%	0,3%	0,0%
DEMOKRAT	0,0%	0,2%	0,0%
DİĞERLERİ	0,2%	0,2%	0,1%
	51,8%	44,9%	3,3%

14 Mayıs 2023 Cumhurbaşkanlığı Seçimi Oy Tercihleri



14 Mayıs 2023 Milletvekili Seçimi grafiği AK Parti ve CHP listelerinden seçime giren partilerin oy oranları dahil edilerek oluşturulmuştur.

Sonuç

“Amaçlı Örneklem Metodu”yla 14 Mayıs 2023 Pazar günü yapılacak Cumhurbaşkanlığı Seçimi ve 28. Dönem Milletvekili Genel Seçimine dair yaptığımız çalışma neticesindeki analizimizde şu hususlar tespit edilmiştir;

Cumhurbaşkanlığı seçim sonuçları ile milletvekilliğine dair seçim sonuçları arasındaki makas iki büyük ittifak odağı için de farklı olacaktır.

Millet İttifakı'nın lokomotif partisi olan CHP'nin, 1950'li yıllardan itibaren süregelen beslenme havuzu %35 olmasına rağmen (Şema 2'ye bakınız) yeni sistemden kaynaklı %50 artı 1'lik iktidar barajını geçmek zorunda olduğu gerçeğiyle yüzleştiği CHP'nin tayin ettiği seçim stratejiden görülmektedir.

Türkiye standartlarında "çevre sol" partiler (TİP, TKP vb.) ve HDP (YSP) ile de pragmatik zeminde buluşabilmiştir. Bunu gerçekleştirirken kendi ulusalcı tabanını ve milliyetçi koddan gelen büyük ittifakını da sistemde tutabilmeyi başarmıştır.

CHP'nin tayin ettiği bu yaklaşım 90'lı yıllardan, özellikle de SHP ve DSP kültüründen süregelen bir edimdir ve CHP bu edimi daha da karakterize etmiştir. Böylelikle arkaik kimyasına rağmen (kurucu parti olma keyfiyeti) dikkate değer bir birleştiriciliği sağlayabilmiştir. Bu kabiliyet CHP bünyesinde son 10 sene içerisinde gözlemlenen pragmatik tavırla izah edilebilir. Bu pragmatik tavır bir yönüyle de CHP'nin 90'lı yıllardaki SHP'leşme serüvenidir. (SHP'nin PKK ile ilintili olduğu bilinen Kürt siyasal kadroları iktidar mücadelesinde içine alma pragması gibi)

● CHP elitleri (beyaz CHP'liler) iktidara dair mücadelelerinde yine çevre unsur olan AKP sosyolojisine karşı mevzi kazanmayı ancak bu şekilde mümkün görmüştür. Bu nedenle CHP'nin içerisindeki çevre unsurların enerjisine ihtiyaç duymuşlardır.

● 1950 yılından bugüne kadar süregelen seçimleri, konjonktürel gerçekliklerden bağımsız olarak konsolide eden ikili yapı (en azından sağ-sol ayrımı) bu seçimde de etkisini göstermektedir. 1950'de "sosyokültürel- sosyoekonomik merkezi" temsil eden CHP, seçimi kazanma motivasyonunun da tesiri ve Millet İttifakı'nın bileşenlerini toplama başarısıyla haddizatında var olan çevrenin merkezîleşmesine, merkezin de çevreleşmesi sürecine bilinçli-bilinçsiz katkıda bulunmuştur.

● CHP; Aleviler, Kürtler, marjinal sol fraksiyonlar, LGBT+ benzeri toplum nezdinde şaz/marjinal hayat görüşleri, Saadet Partisi, Deva ve Gelecek Partisi gibi İslamcı siyasal oluşumlar ve onlarla ilintili sosyolojik katmanları adeta taşıyıcı annelik yapmak suretiyle inhisarına alarak siyasal ve sosyal merkez olma hüviyetinin zaten on yıllardır süregelen erozyonunu/çevreleşme meylini hızlandırmış ve hatta bir karakter haline getirmiştir.

● Bu ihtiyaç başta kısmen olmakla birlikte ilerleyen aşamada hissedilir seviyelere varmıştır ve çevreden gelen CHP'lilerin Cumhuriyet Halk Partisi kademelerinde belirleyici olmalarının önünü açmıştır. Hal böyle iken sağ eğilimli ittifak üyelerinin pragmatik refleksleri, sol eğilimli partilerin de polarizasyona müsait zihin dünyaları, bu seçimde CHP'yi en azından stresi kabul edebilir bir rahatlığa ulaştıramamıştır.

Özellikle sağ müttefiklerin milletvekilliği listelerinde kendilerini emniyete aldıktan sonraki performans kayıpları, korkularını ümitlerinin önüne koymaları anketlere, milletvekili listelerinin kesinleştiği haftanın akabinde yarı yarıya düşüşlerle yansımıştır. Aynı paralelde sol partilerin kullandıkları dil ve tayin ettikleri stratejilerde Cumhurbaşkanlığı seçimini değil, milletvekilliği seçimlerini öncelemeleri de iddiamızın hatta kanaatimizin teyidi hükmündedir.

Aynı esnada çevreden gelen hatta çevrenin getirdiği AK Parti, 20 yılı aşkın süre zarfında devlet aygıtını işleten bürokrasiyle olan yoğun teşrikimesaisinden kaynaklı merkezileşme imkanı bularak merkezleşmiştir.

AK Parti'nin merkezileşme süreci ve çevreden uzaklaşması, Tanzimat Bürokrasisinden bugüne devlete hâkim olan ve aynı zamanda devlet tarafından da hâkimiyeti altına alınan, ruhtan bedene 'bürokrasi' olarak tenzil olan ülkücü dünyadır. AK Parti'nin milliyetçi siyasa ve onun kurumsal amiral gemisi MHP ile siyasi birlikteliğinin tetikleyicisi siyaset kurumunun bürokrasi ile çalışma vasatıdır. Bu vasat ve birliktelik, ilerleyen zamanlarda iki partinin daha da yakınlaşması ve Cumhur İttifakı marifeti ile birleşmesi için en uygun iklimin oluşmasının da başlıca nedenidir.

Bu sosyolojik evrilme durumu çevrenin, eski merkez unsurunun kendisini mayalaması neticesinde yeni merkez eskizi kıvamında iken son bir senedir kullanılan dil göstermektedir ki artık yeni merkez bu bileşke olacaktır.

Sistem değişikliği sonrasındaki gelişmeler Türk siyasetinde yeni bir düaliteyi yani diri bir ikili seti beraberinde getirmektedir. Cumhur İttifakı ve Millet İttifakı üzerinden oluşan bu düalite ABD tecrübesindeki Cumhuriyetçiler ve Demokratlar düalitesiyle neredeyse birebir bağdaşmakta ve benzeşmektedir.

Cumhur İttifakı Cumhuriyetçiler; Millet İttifakı da Demokratlar ile örtüşmektedir. Demokratlar ve Cumhuriyetçilerin ABD’de gerek coğrafi, sosyal ve siyasi gerçeklikleriyle Cumhur ve Millet İttifakı’nın coğrafi, sosyal ve siyasi gerçeklikleri arasında dikkate calıp benzeşme savımızın güçlü bir dayanağı olmasına istinattır.

Aynı esnada çevreden gelen hatta çevrenin getirdiği AK Parti, 20 yılı aşkın süre zarfında devlet aygıtını işleten bürokrasiyle olan yoğun teşrikimesaisinden kaynaklı merkezileşme imkanı bularak merkezleşmiştir.

Bir sonraki seçim (2028) muhtemelen tüm bu bahsi yapılan yeni merkez-çevre seti ile gerçekleşecektir. Merkez-çevre makas değişiminde CHP ve dolayısı ile Millet İttifakı, çevre olgusunun dinamizminin tesiri ile girdiği 14 Mayıs seçimlerinde, eski merkezin elitlerinin temsil kabiliyeti, yeni yol arkadaşları, içine aldığı çevre unsurlarının iştihak ve enerjileri ile daha güçlü bir akis oluşturmaktadır.

AK Parti iktidarı ve kısmen Cumhur İttifakı ise, çevreden gelen ve dolayısıyla yorgunluk emareleri göstermesine rağmen çevrenin tüm avantajlarını taşıma kabiliyetini yönetebildiğini göstererek* 20 yılı aşan devlet mesaisi sayesinde merkezin de tüm imkan ve edinimleriyle bu seçime girmektedir. İki kutbun gerçekliği, seçim sonuçlarına dair Cumhur İttifakı’nın lehine işlemektedir ki yapmış olduğumuz analiz, teorize etmeye çalıştığımız savı dikkate değer seviyede teyit etmektedir.

* 20 yılı aşkın iktidar, iktidardan kaynaklı deformasyon, dejenerasyon ve ekonomik sorunlara rağmen %35’in altında hiçbir anket verisinin bulunmayışı bu yönetme savının en muhkem ispatıdır.