StratejiCo.

“Bir Darbe Teşebbüsünün Anatomisi” Serisi 3

Yazar: Selim Oktar
İletişim: email

"Bir Darbe Teşebbüsünün Anatomisi" Serisi 3

Siyasal İslam'ın Yükselişi Neden Değil Sonuçtur

14 Ekim 2016

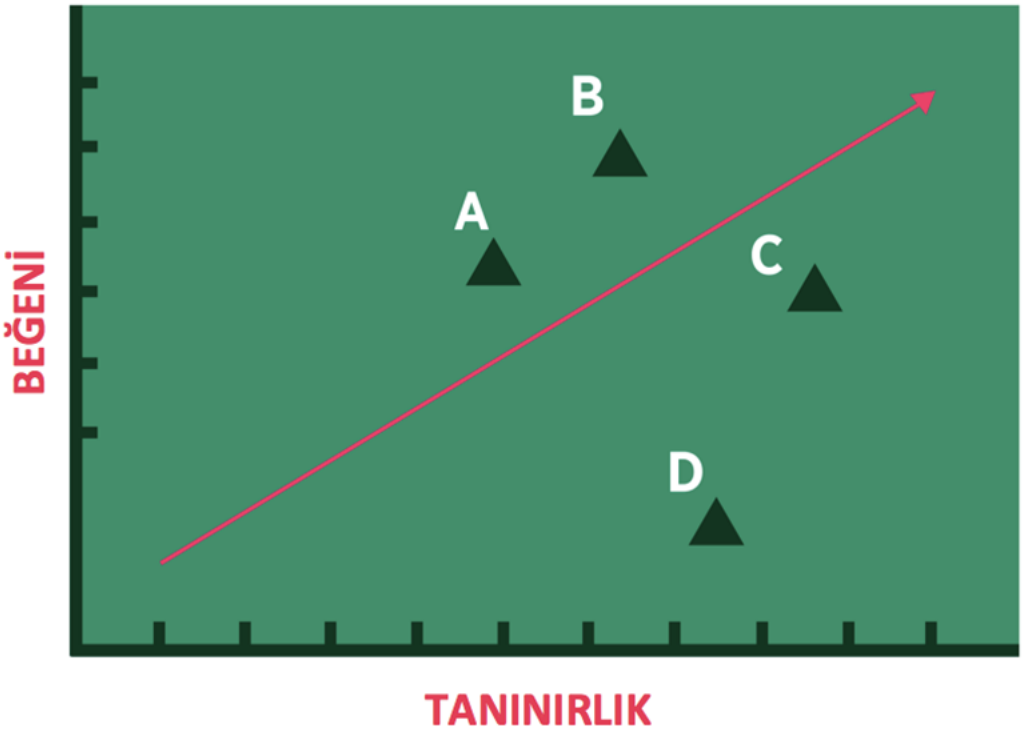
14 Ekim 2016 15 Temmuz darbe girişimi üzerine daha önce paylaştığım yazılarımda, Türkiye Cumhuriyeti’nin 60’lardan 80’lere kadar süren kendini koruma amaçlı sergilediği davranış şeklinin kendini yok etmeye doğru götürdüğü ve 15 Temmuz darbe girişimine kadar olan süreçte farklı siyasal ve dini akımların "cumhuriyet elitlerine" karşı verdikleri mücadele üzerine durmuştum. Bu yazımda Siyasal İslam’ın yükselişi ve AK Partinin iktidara gelmesine zemin hazırlayan faktörler üzerinde duracağım.

AK Parti’nin İktidara Gelmesini Sağlayan Faktörler

1990’lı yılların başarısız yönetimleri sonucunda doğan Recep Tayyip Erdoğan önderliğindeki AK Partinin, 2002 seçimlerinde iktidara gelmesinde birçok faktör rol oynadı. Bu faktörlerden üçü özellikle belirleyiciydi; vatandaşların mevcut hizmetlerden memnuniyetsizliği, ekonomik sorunlar ve halkta oluşan dışlanmışlık hissi.

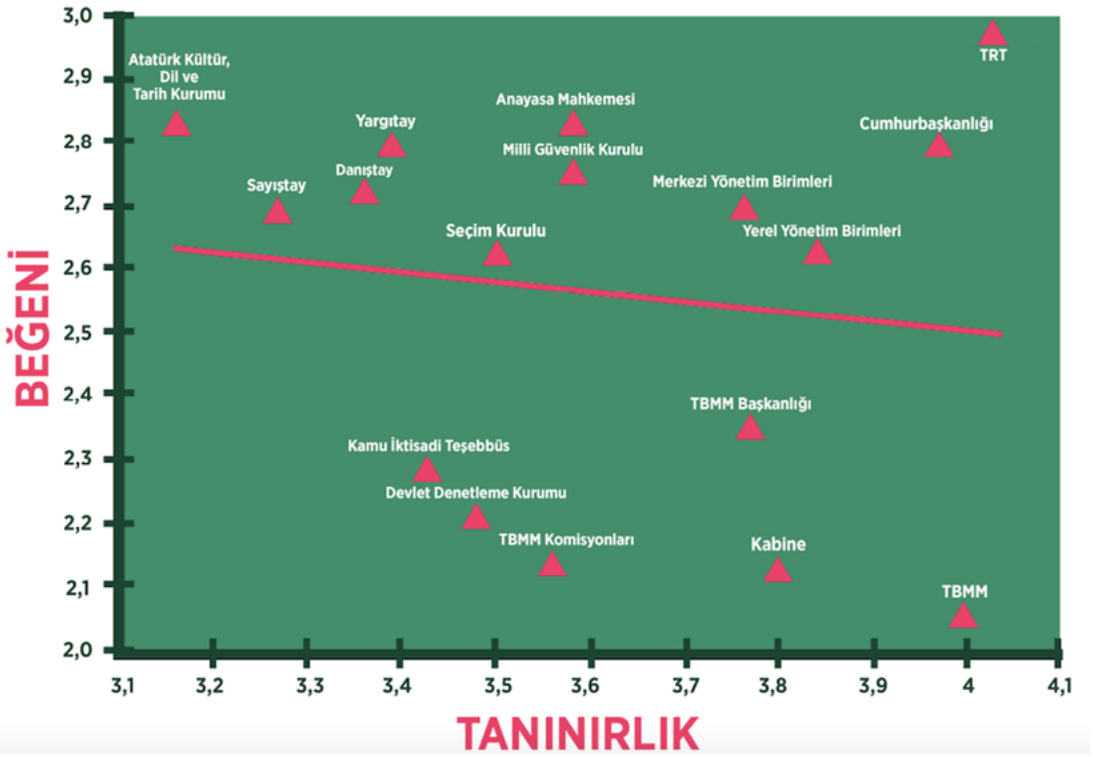
Vatandaşların Memnuniyetsizliği

AK Parti’nin girdiği ilk seçimden zaferle çıkmasını sağlayan faktörlerden birincisi ve en önemlisi dönemin hizmetlerinin başarısızlığıdır. StratejiCo.’nun önceli Strateji-Mori’nin bu dönemde yaptığı “Devlet Kurumlarının Algı Araştırması” çalışmamızda çok ilginç sonuçlar elde etmiştik. Kurumların algı araştırmasında Strateji-Mori’nin uyguladığı yöntem kurumların tanınması ile beğenisi arasındaki ilişkinin saptanmasına dayanıyordu. Şekil I’de görüldüğü gibi genellikle kurumların tanınması arttıkça beğenileri de artar. İtibar endeksindeki araştırmalarında daha çok tanınan kurumların itibarlarının yüksek çıkmasının nedeni de budur. Şekil I’de yatay eksende göreceğiniz tanınma ekseninde yüksek çıkan A,B ve C kurumları dikey eksen olan beğeni ekseninde de yüksek performans göstermektedir. Algı yönetiminin günümüzde bu kadar önemli olmasının temel nedeni budur; kurumun bilinirliği arttıkça beğenisi de aynı oranda artar.



Algı Modeli - Şekil I

Şekil I'de gördüğünüz doğrusal yükselen çizgi tüm kurumların regresyon yöntemi ile bulunan ortalamalarına göre hesaplanır. Bir anlamda ne kadarlık bir tanınmanın beğeni üzerine etkisi olduğunu gösterir. Özel sektör kurumları, algı yönetimlerinin stratejisini bu veriler ışığında belirler. Birçok kurumda görevli olan kurumsal iletişimcilerin performansları buna göre belirlenir.



Strateji-Mori: Devlet Kurumları Algı Araştırması, 1997

Devlet Kurumları Algı Haritası

Yukarıdaki şekilde 1997 yılında yapılmış olan devlet kurumlarının algısını ölçen grafiği görebilirsiniz. Bu grafiği ilk gördüğümde şaşırmış ve verileri tekrar analiz ettirmiştim. Beni şaşırtan o zamana kadar hiç görmediğim şekilde ortalama eğrisinin yukarı doğru değil aşağı doğru olmasıydı.

Özellikle devlet kendisini tanıttıkça beğenisi azalıyordu. Vatandaşlar meclisi ve kabineyi iyi tanımalarına rağmen bu kurumları beğenmiyorlardı. Tıpkı hiç sevmediğimiz bir insanı gördükçe bu kişiye karşı hissettiğimiz nefret duygusunun artması gibi.



Strateji-Mori: Devlet Kurumları Algı Araştırması, 1997

Bakanlıklar Algı Haritası

Araştırma sonuçlarına göre vatandaşları özellikle kızdıran ve hoşnutsuzluğa neden olan kurumlar genellikle icracı bakanlıklara bağlı kurumlardı. Yukarıdaki Bakanlıklar Algı Haritasında da göreceğiniz üzere bunların başında sağlık, eğitim ve sosyal güvenlik gibi kurumlar geliyordu. Bu bakanlıkların hizmetleri o kadar kötüydü ki bu kurumlardan hizmet almak zorunda kalan vatandaşların beğenisi hızla düşüyordu. Hatırlayanlar bilir o zamanlar eğer özel bir hastaneden hizmet alacak gücünüz yoksa Devlet veya SSK hastanelerine gitmek zorundaydınız. Bu hastanelere gitmek için iş yerlerinden sevk almanız ve hastaneye gidip sıra numarası almak zorundaydınız. İlgili doktor sizin sıranız geldiğinde muayene ederdi. Ben birkaç kez bu işkenceden geçtim. Hastaneye gittiğiniz gün muayene olabilmeniz için sabah 3-4 gibi hastane önünde yüz-iki yüz metrelik kuyruklarda beklemek zorundaydınız. Bugün Apple ve Iphone'lar için gençler sıraya giriyorlar ve Apple en beğenilen şirketler sıralamasında en önde. Ancak tabi ki hastaysanız ve bir gün önceden karda kışta hastanede kuyrukta beklemek zorunda kaldıysanız hastaneyi ve yönetimini beğenmek gibi bir zorunluluğunuz yok.

Özal döneminde daha önceki yazılarımda da belirttiğim gibi sağlık hizmetleri dahil birçok ekonomik kurum modernleşmiş ve özelleştirilmişti. Ancak bu hizmetleri parası olanlar veya nüfuzlu kişiler alabiliyorlardı. İş adamları, bürokratlar ve etkili gazeteciler gibi. Birçok benzer devlet kurumu gerek hizmetleri gerekse davranışlarıyla halkın geniş bir kesimini dışlıyordu. Bu durum, sadece

hizmetlerin ulaşılamamasından kaynaklanan bir memnuniyetsizlik yaratmıyordu. Aynı zamanda halkın ayrıcalıklı olmayan kesimlerinde güçlü bir "dışlanmışlık" hissi yaratıyordu. Diğer yandan tüm eksik demokrasilerde ve dışlayıcı kurumlarda görüldüğü gibi "adam kayırmacılık, yolsuzluk ve rüşvet" algısı hızla yükseliyordu. Rüşvet ve yolsuzluk ülkenin en önemli sorunları arasında hep ilk beşte çıkıyordu. AK Parti iktidara geldikten sonra halkın desteğini giderek arttırmasının temel nedenlerinden birisi de sağlık ve sosyal hizmetler alanında yaptığı yenilikler ve reformlardır.

Kısacası, Lenin'in Şubat-Ekim arasında reform yapmaya çalışan Çarlık Rusya'sı için söylediği gibi "Yönetenlerin eskisi gibi yönetememesi ve yönetilenlerin de eskisi gibi yönetilmek istememesi" durumu ortaya çıkıyordu.

Halk değişim istiyordu!

Şu ana kadar ana muhalefet partisi CHP'den hiç bahsetmedim. Normal olarak iktidar partilerinden bu kadar soğumuş olan seçmenin muhalefete yönelmesi gerekirdi. Ancak CHP halkın nabzını tutmaktan ve doğru politikaları saptamaktan çok uzaktı. Bu dönemde CHP'nin başına geçmiş olan Deniz Baykal ile kişisel bir anım belki bu durumu açıklayabilir. CHP'nin seçim kampanyası için görevlendirilmiştim. Öncesinde Deniz Baykal ile yaptığım görüşmemde halkın değişim beklentisini anlatmış ve CHP'nin devlet partisi olduğu algısının yarattığı olumsuz etkiyi vurgulamaya çalışmıştım. CHP'nin değişimi temsil etmesi ve öncelikle kendini değiştirmesi gerekiyordu. Baykal uzunca analizlerimi dinledikten sonra beni odasına davet etti. bir müddet sessiz kaldıktan sonra "Bak Selim, Tansu Hanım ne yaptı? Refah Partisi ile işbirliğine gitti. Mesut Bey ne yaptı? Refah partisi ile işbirliğine gitti. Refah Partisi ile işbirliğine gitmeyen sadece biziz. Bu durumda halkın bizden başka oy verecek partisi yok." dedi. İşin ironik kısmı ise benim çalışmamın sonucu "Değişimin Gücü" sloganıyla seçime girdiler ve tarihi bir yenilgi aldılar. Çünkü sloganla seçim kazanılmıyordu. Hazırlanan seçim kampanyalarının sloganı değişim odaklı iken içerikleri değişimden oldukça uzaktı. CHP kendi içerisinde değişime gitmedikçe halkı ikna edemeyecekti. Halk da CHP'nin vaat ettiği değişimleri yapacağına ikna olmadı zaten.

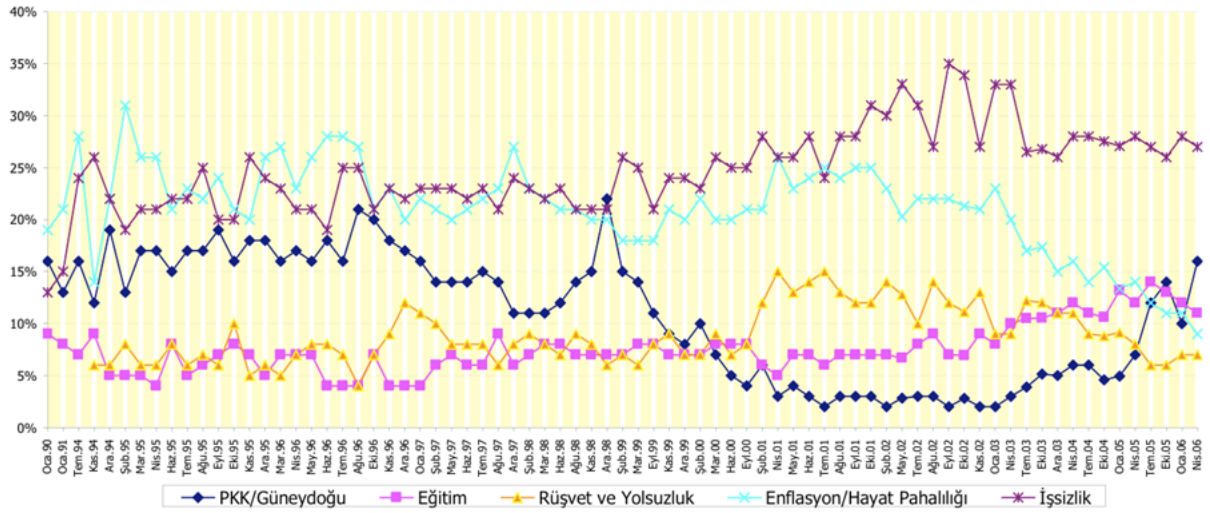
Ekonomik Kaygılar

İkinci önemli faktör ise ekonomiydi. Özal döneminin parlak yılları geçmiş ve ekonomide alarm zilleri çalıyordu. Ecevit, halkın yolsuzluk ve rüşvetten dertli olmasından dolayı iktidara gelmiş; ancak ekonomik reformları yapmaktan kaçmıştı. Ekonomi hızla dibe doğru gidiyor ve işsizlik günden güne artıyordu. Tam bu sırada 2001 krizi patlak verdi.

Cumhurbaşkanı Ahmet Necdet Sezer'in yolsuzlukla ilgili rahatsızlığı, devlet denetleme kurumunun harekete geçmesine neden olmuştu. Özellikle bankacılık sektöründe bazı bankaların batık durumda oldukları halde BDDK'nın geçmeyişi ve açığa çıkan söylentiler MGK toplantısında gündeme geldi. Ecevit, BDDK'ya gelen denetlemeden rahatsız olduğunu "Denetlemeye denetleme getiriyorsunuz" sözleriyle Ahmet Necdet Sezer'e belirtti. Ahmet Necdet Sezer, "Çamurun üzerinde oturuyorsunuz" sözleriyle ne derece rahatsız olduğunu vurguladı ve bunun anayasal hakkı olduğunu belirtti. Hüsamettin Özkan'ın "Nerede yazıyormuş bu yasa?" çıkışına karşılık Ahmet Necdet Sezer " İşte burada, oku" diyerek anayasa kitapçığını fırlattı. Hükümet de toplantıyı terk etti. Cumhurbaşkanı ile köprüler atılmış oldu. Ertesi gün piyasalar hareketlenmiş ve sonra tarihi bir düşüşle (%15) günü kapamıştı. Döviz tutulamıyordu. Halk bunu affetmedi ve iktidarı paylaşan partileri tarihe gömdü.

Halkın Dışlanmışlık Hissi

Üçüncü faktör hiç kuşkusuz 28 Şubat 1997 süreciydi. Seçmen sorunlara çözüm getirmekten uzak partilerden hızla soğuyor ve Siyasal İslam da bu boşluğu dolduruyordu.



Türkiye'nin Sorunları - Strateji-Mori: Türkiye'nin Nabzı Araştırması, 2001

94 ekonomik krizinde bunalmış, devletten hizmet alamayan ve terörden mustarip olan seçmen hızla iktidara alternatif Refah Partisine kayıyordu. Bu partinin ekonomik yolsuzluklar konusundaki söylemi ile dışlanmış kesimlerin değerlerine seslenmesi seçmende karşılık bulmuştu.

Halkın sorunlarına çözüm bulamayan partiler, durumu tamamen yanlış okuyarak "Refah partisi" gelecek korkutmasıyla oy toplamaya çalışıyordu. Bu yanlış oluşmaya TSK da katıldı. TSK, sorunu irtica tehlikesi olarak tanımladı. Buna Refah Ve Fazilet Partilerinin oylarının önlenemez bir şekilde yükselmesi, Cemaat ve benzeri örgütlenmelerin hızlı bir şekilde gelişmesi etkili oldu.

Ancak Siyasal İslam'ın yükselmesi neden değil sonuçtu. Halk, yeterli hizmeti alamıyor, gelecekle ilgili kaygılı ve rüşvete ve yolsuzluklara bulaştığına inandığı politikacılara tüm güvenini kaybetmesinin sonucu, kendi milli ve manevi değerlerini daha yakın bulduğu Siyasal İslam parti ve cemaatlerine ilgi gösteriyordu. Diğer partilerin ve son kertede TSK'nın kendi değerlerini temsil etmediğini hissedip giderek onlardan uzaklaşıyordu. Kendisine değer veren, sokağında mahallesinde örgütlenen ve kendisine çok daha yakın bulduğu Siyasal İslam'a halkın yaklaşık %20'lik bir kesimi oy vereceğini söylüyor ve toplamda % 35'e yakın bir kesimi de kendini bu dönemde oy vermeyi düşünebileceğini söylüyordu. (Strateji-Mori Türkiye'nin nabzı Araştırmaları)

Halkla yapılan çeşitli yüz yüze çalışmalarda bizzat şahit olduğum ve sık sık duyduğum cümle aslında durumu özetliyordu: "Bizi dinlemiyorlar, anlamıyorlar ve kendime değer verildiğini hissetmiyorum. Hiç olamazsa bu arkadaşlar (Siyasal İslam'a yakın parti ve cemaatler) bizimle ilgileniyorlar, derdimizi anlıyorlar ve değer veriyorlar.". Ayrıca, İslami değerlere sahip oldukları için de halk arasında bu partilerin dürüst olacakları ve hak yemeyecekleri algısı yüksekti.

Siyasal İslam'ın yükselişi kadar, bu dönemde PKK'nın etkisi ve gücü de (Hem terörün artması hem de örgütlenme hızının artması anlamında) artıyordu. Kürtler de yukarıda belirtilen dışlanma ve yabancılaşmayı hissediyor, zaten var olan etnik dışlanmışlıklarına

ve geri bıraktırılmış olmalarına duydukları tepkiyle meclis çatısı altındaki partilerden umudu kesmiş, kendisini dinlediğine, anladığına ve değer verdiğine inandığı pan-kürdist PKK'ya giderek daha çok bel bağlıyordu.

Cumhuriyetin doğal refleksi, yoldan çıkıldığını düşündüğü demokrasiyi TSK'nın rayına oturtmasıydı. 1960, 1971 ve 1980 darbeleri bunun geçmişteki uygulamalarıydı. TSK sorunu irticanın yükselmesinde görüyordu. Nitekim TSK, 28 Şubat'ta irticaya karşı tavır aldı.

Post-modern darbe olarak tarihe geçen bu muhtıra, önce Refah partisinin daha sonra da onun yerine kurulan Fazilet Partisinin kapatılmasına kadar gitti. Bu sürecin sonunda "Yenilikçiler" adı altında 2001 yılında milli görüşçülerden resmi olarak ayrılan Recep Tayyip Erdoğan ve arkadaşları önderliğindeki AK Parti kuruldu.

Ne modern ne de post-modern darbeler Türkiye'nin sorunlarını çözmüyordu. Darbeler darbeleri doğuruyordu. Bundan sonraki darbeyi düzenleyecek son güç ise hazırlıklarını hızlandırmaya başlıyordu.

Gelecek yazımda 15 Temmuz darbe kalkışmasına kadar geçen süreçte en önemli üç aktörün, Recep Tayyip Erdoğan, Fethullah Gülen ve Abdullah Öcalan'ın ve ABD'nin konumunu ve gelişimini inceleyeceğim.

Lütfen daha fazla kişinin makaleden faydalanabilmesi için sosyal ağlarınızda paylaşınız.

Soru ve Yorumlar Makale hakkındaki soru ve görüşlerinizi duymaktan memnuniyet duyacağız. info@stratejico.com adresinden bize ulaşabilirsiniz.

Hakkımızda StratejiCo. 1987'den beri Avrasya bölgesinde uluslararası firmalara ve kamu kurumlarına danışmanlık sağlayan bağımsız bir kurumsal ilişkiler ve kamu ile iletişim danışmanlığı şirketidir.

Yasal Uyarı

Bu rapor StratejiCo. tarafından, kamuya açık kaynaklardan toplanan bilgilere

dayanarak hazırlanmıştır. Bu raporda ortaya konan görüş ve öneriler StratejiCo.'nun resmi görüşünü yansıtmamaktadır. Bu içeriğin amacı okuyucularımıza kendi işleriyle ilgili farklı bakış açıları sunmaktır. StratejiCo. burada sağlanan bilgilere dayanarak alınan kararlardan sorumlu tutulamaz.

Copyright © 2016 Bütün hakları saklıdır.