StratejiCo.

Referandum Sonrası AK Parti'nin Stratejisi Değişecek mi?

Yazar: Selim Oktar
İletişim: email
Yazar: Emre Doğru
İletişim: email

19 Nisan 2017

Referandum sonuçlarına ilişkin yaptığımız analiz AK Parti'nin güvendiği iki ana faktör olan ekonomik kalkınma ve kimlik politikasının artık geçerli olmayacağını gösteriyor. Referandum zaferine rağmen, yeni orta sınıfın yükselişi Cumhurbaşkanı Erdoğan için önümüzdeki dönemde yönetilmesi zor konuların başında gelebilir. Erdoğan'ın önünde şu anda iki seçenek bulunuyor.

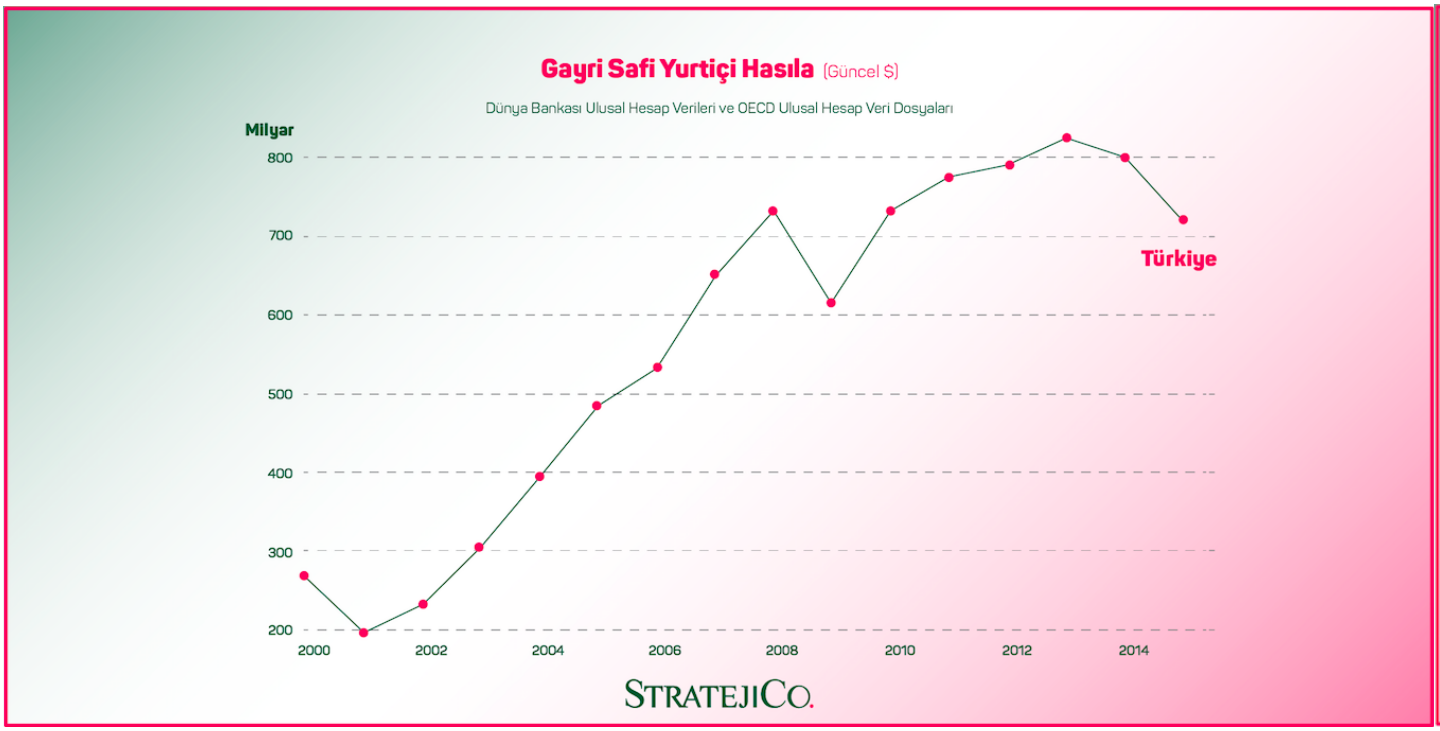
Türkiye'yi parlamenter sistemden cumhurbaşkanlığı hükümet sistemine geçiren anayasa değişiklikleri 16 Nisan tarihindeki %84'lük bir katılımla gerçekleşen seçimde, %51 evet oyuyla kabul edildi. Yüksek Seçim Kurulu'nun son dakikada verdiği mühürsüz oyların geçerli sayılmasına ilişkin kararından dolayı muhalefet partileri seçimin yenilenmesini talep ediyorlar. Avrupa Güvenlik ve İşbirliği Teşkilatı'nın (AGİT) hazırladığı ön rapor, referandum sürecinde usulsüzlerin yaşandığına işaret ediyor. Ancak durum ne olursa olsun bu seçim sonuçları Cumhurbaşkanı Erdoğan için zor kazanılmış bir zafer anlamına geliyor. Erdoğan, yeni anayasadan kaynaklanan bütün haklarını kullanmak için Kasım 2019'daki seçimi kazanmak durumunda, tabii öncesinde bir erken seçim olmazsa.

StratejiCo. önceki yayınında iş dünyasının seçim sonucu ne olursa olsun dikkat etmesi gereken üç ana unsuru ele almıştı: Kurumsal dönüşüm, yapısal reformlar ve uluslararası alanda yeniden denge kurma. Şimdi ise seçim sonuçlarının, Türkiye'nin siyasi atmosferi açısından ne anlama geldiğini daha geniş bir çerçeveden inceleyelim.

AK Parti Stratejisini Anlamak: Ekonomik Kalkınma ve Kimlik Siyaseti

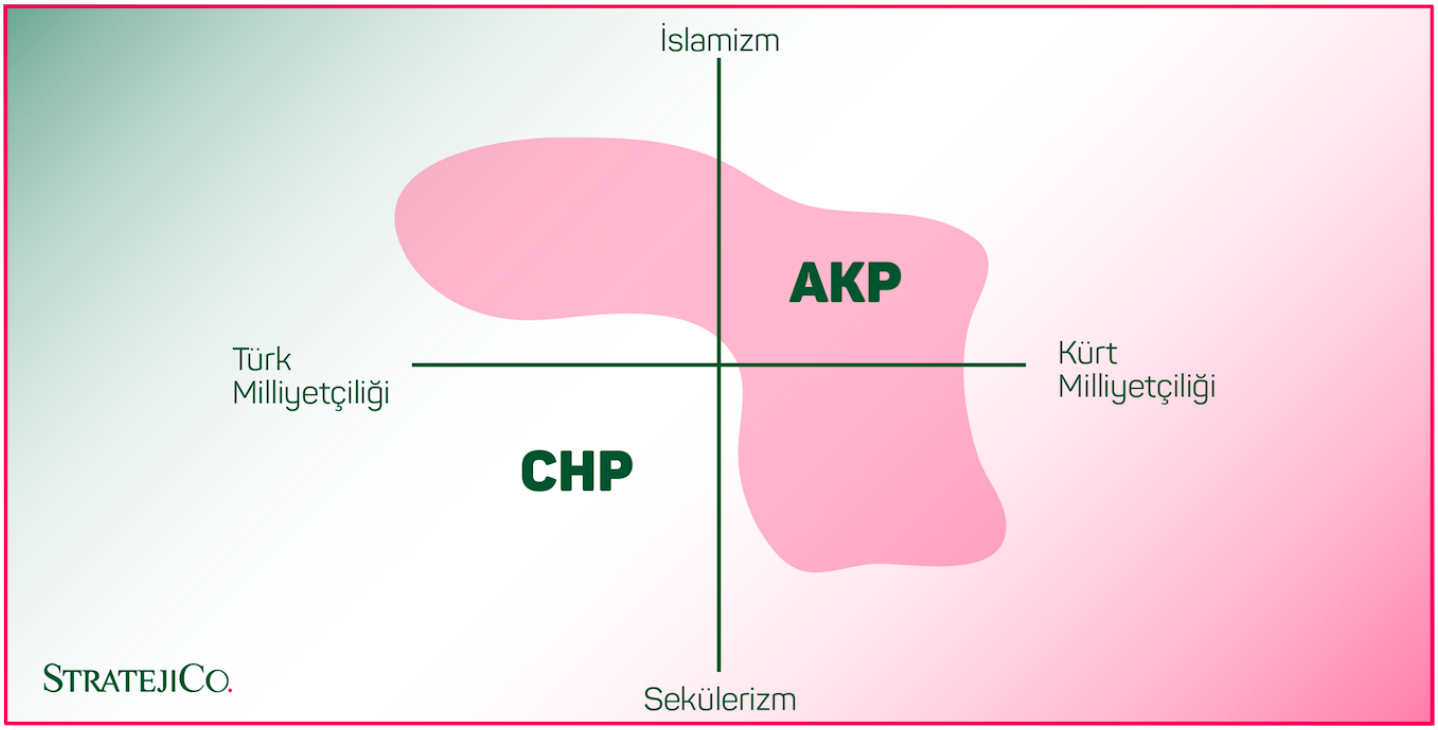
AK Parti 2002 yılında iktidara geldi. O tarihten bu yana bütün genel ve yerel seçimlerde çoğunluğu elde etti ve üç referandumdan da galip çıktı. Bu süreçte, Türkiye halkının büyük bir çoğunluğu AK Parti'yi ve Erdoğan'ı üç ana sebepten dolayı destekledi:

Birincisi, yıllarca süren koalisyon hükümetlerinin istikrarsız yönetimi ve beraberinde gelen 2001 krizinden sonra AK Parti'nin tek parti yönetimi önemli bir rahatlama getirdi. Aşağıdaki grafikte göründüğü üzere, hızlı ekonomik büyüme ve kişi başına düşen GSMH artışı Erdoğan'ın siyasi gücünü artıran en önemli etken oldu.



Daha da önemlisi AK Parti Anadolu'daki muhafazakar ticari sınıfı güçlendirirken İstanbul'daki laik burjuvaziyle uzlaşmak için oldukça titiz bir strateji izledi. Sonuç olarak, Konya, Kayseri, Gaziantep gibi görece küçük ve daha muhafazakar şehirler ekonomideki paylarını artırarak AK Parti'nin kalesi haline geldiler.

Ancak ekonomi asla AK Parti'nin seçim zaferinin tek dayanağı olmadı. En az onun kadar önemli bir konu da yürütülen kimlik stratejisiydi. AK Parti ve Erdoğan yıllarca Türkiye'nin laik kesimi tarafından göz ardı edildiğini hisseden kitleye ulaşmayı başardı. "Ortak kimlik" algısı o kadar güçlüydü ki Kürtler dahil toplumdaki birçok gruba ulaşmak mümkün oldu. Aşağıdaki model Türkiye'nin kimlik politikasını ve AK Parti'nin 2002 yılından bu yana kurduğu siyaset zeminini ana hatlarıyla gösteriyor. (Tüm modeller gibi, aşağıdaki model de gerçekliğin basit bir ifadesidir. Ancak, genel çerçeveye anlama açısından oldukça faydalı olduğunu düşünüyoruz.)



Bu model AK Parti'nin ana muhalefet partisi CHP'yi destekleyen laik ve ulusalcı kitle hariç toplumun tüm kesimlerine ulaşabildiğini gösteriyor. Dahası, Erdoğan'ın kitlelere hitap ederken kullandığı "biz" algısını "kendi kişiliği" ile özdeşleştirmeyi başardı. Diğer bir ifadeyle, bu özdeşleşme, milyonlarca seçmen için Erdoğan'ın eleştirilmesi kendi kişiliklerine bir saldırı olarak algılandı ve koruma güdülerinin ortaya çıkmasına neden oldu.

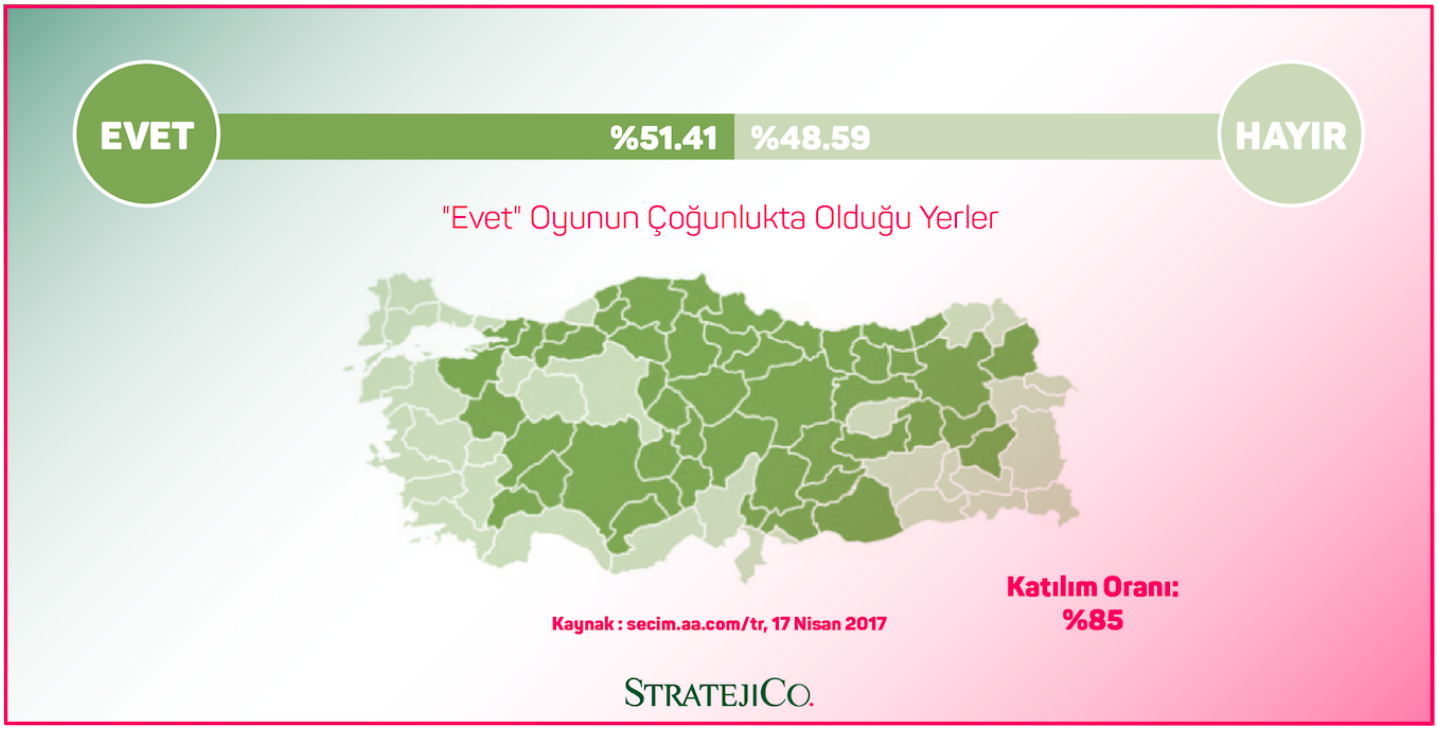
Referandum'un Kaçınılmaz Sonucu

Referandum sonuçlarına ilişkin yaptığımız analiz AK Parti'nin güvendiği iki ana faktör olan ekonomik kalkınma ve kimlik politikasının artık geçerli olmayacağını gösteriyor.

Birincisi, Türkiye'de şu anda ekonomik durgunluk kendini hissettirmeye başladı. Kişi başına düşen milli gelir 2010 yılından bu yana aynı seviyede ve bu da Türkiye'nin orta sınıf tuzağına takıldığını gösteriyor. Resmi işsizlik %13 seviyesine ulaştı. Bununla birlikte, 25 yaşından küçük her dört kişiden biri de işsiz durumda. Ayrıca, 2017 başından itibaren artış gösteren faiz oranlarına rağmen enflasyon %12 seviyesine ulaştı. Kısacası, hükümet bu gidişatı değiştirmek istiyorsa önemli reformlar yapmak durumda.

İkincisi, referandum sürecindeki "Hayır" cephesi kimlik ayrışmalarını bulanıklaştırdı. Hayır cephesinde; laik ulusalcılar (CHP), muhafazakar milliyetçiler (MHP), laik Kürt milliyetçileri (HDP) ve normalde AK Parti'ye oy vermiş muhafazakar dindar bir kesin bulunuyor. Bu "Hayır" oyu veren vatandaşların aynı siyasi görüşü paylaştığı ve genel seçimlerde aynı partiye oy vereceği anlamına gelmiyor. Ancak, kimlik farklılıklarına rağmen %49'luk blok ilk defa zayıflamadı.

Aşağıda verilen referandum sonuçlarının haritası Evet ve Hayır oylarının hangi illerde çoğunluğu elde ettiğini gösteriyor:



Yukarıdaki harita bize son derece önemli sonuçlar anlatıyor:

- 1994'ten bu yana AK Parti ilk defa İstanbul ve Ankara'da çoğunluğu kaybetti.
- AK Parti'nin kalesi Bursa hariç beş büyük şehir Hayır oyu verdi. Bursa'da ise Evet yalnızca %53 ile kazandı. Ayrıca, Türkiye ekonomisinin %62'sini oluşturan en büyük 20 şehirden 13'ü Hayır oyu verdi.
- AK Parti'ye karşı oluşan muhalefet yalnızca kıyı bölümlerde değil Türkiye'nin diğer bölümlerinde de zemin kazandı.
- Referandum'un iki ana destekçisi olan AK Parti ve MHP'nin 2015 genel seçimlerinde elde ettikleri toplam %61'lik oy oranının oldukça altında kaldı.
- Kürt seçmen ise, Doğu ve Güneydoğu illerinde çoğunlukla hayır oyu vermesine rağmen, 1 Kasım 2015'teki genel seçimlerde AK Parti'nin aldığı oyun üzerine bir Evet tercihi gösterdi.

Yeni Orta Sınıf'ın Yükselişi ve Erdoğan'ın Tercihi

Peki, bu sonuçlar ne anlama geliyor? Yukarıdaki haritada gördüğümüz şey oldukça açık: Türkiye'de yeni bir orta sınıf doğuyor. Bu yeni orta sınıfın siyasi ve ekonomik taleplerinin eski politikalarla karşılanması ise zor görünüyor. Türkiye toplumunun şehirli ve eğitimli kesimi daha yüksek yaşam standartları, ekonomik öngörülebilirlik ve siyasi istikrar istiyor. Ve bu talepler siyasi görüşten ya da mensup oldukları partiden bağımsız olarak ortaya çıkıyor.

Yeni orta sınıfın yükselişi, hem ekonomik kalkınma hem de kimlik siyaseti perspektifinden değerlendirildiğinde, AK Parti ve Erdoğan için önemli bir zorluk teşkil ediyor. Cumhurbaşkanı Erdoğan'ın önünde şimdi iki ana seçenek duruyor;

1. Birincisi, yenilikçi politikalar uygulayarak, AB ile ilişkileri onararak ve toplumun diğer yarısıyla uzlaşıma giderek bu yeni orta sınıf ile uzlaşabilir.

2. İkincisi ise popülist olma yoluna gidebilir. Bu senaryoda, daha korumacı politikalar uygulayabilir. Bu da, AB ile yaşanan gerilimin ve toplumsal kutuplaşmanın artmasına yol açabilir.

Sadece Türkiye değil aynı zamanda dünya da VUCA döneminden geçiyor. Her sistem inişli çıkışlı süreçlerden sonra kendini yeniden dengeler. Türkiye'nin güçlü cumhurbaşkanının seçeceği yolu ise yalnızca zaman gösterecektir. En azından hangi

göstergeleri izleyeceğimizi biliyoruz.

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.