

31 MART'A DOĞRU AK PARTİ

HAMİT EMRAH BERİŞ

SETA | ANALİZ

MART 2024 · SAYI 417





31 MART'A DOĞRU AK PARTİ

HAMİT EMRAH BERİŞ



COPYRIGHT © 2024

Bu yayının tüm hakları Siyaset, Ekonomi ve Toplum Araştırmaları (SETA) Vakfı'na aittir. SETA'nın izni olmaksızın yayının tümünün veya bir kısmının elektronik veya mekanik [fotokopi, kayıt ve bilgi depolama vd.] yollarla basımı, yayımı, çoğaltılması veya dağıtımı yapılamaz. Kaynak göstermek suretiyle alıntı yapılabilir.

Bu yayındaki fikirler tamamen yazarına aittir ve SETA Vakfı'nın yayın politikasını yansıtmayabilir.

SETA Yayınları

ISBN: 978-625-6583-38-2

Uygulama: Said Demirtaş

Baskı: Turkuvaz Haberleşme ve Yayıncılık A.Ş., İstanbul

SETA | SİYASET, EKONOMİ VE TOPLUM ARAŞTIRMALARI VAKFI

Nenehatun Cd. No: 66 GOP Çankaya 06700 Ankara TÜRKİYE

Tel: +90 312 551 21 00 | Faks: +90 312 551 21 90

www.setav.org | info@setav.org | @setavakfi

SETA | İstanbul

Defterdar Mh. Savaklar Cd. Ayvansaray Kavşağı No: 41-43

34050 Eyüpsultan İstanbul TÜRKİYE

Tel: +90 212 395 11 00 | Faks: +90 212 395 11 11

SETA | Washington D.C.

1025 Connecticut Avenue, N.W., Suite 410

Washington D.C., 20036 USA

Tel: 202 223 98 85 | Faks: 202 223 60 99

www.setadc.org | info@setadc.org | @setadc

SETA | Berlin

Kronenstraße 1, 10117 Berlin GERMANY

berlin@setav.org

SETA | Brüksel

Avenue des Arts 6, 1000 Bruxelles BELGIUM

Tel: +32 2 313 39 41

İÇİNDEKİLER

ÖZET	7
GİRİŞ	8
SEÇİMLERE DOĞRU SİYASİ İKLİM	9
AK PARTİ'NİN ADAY BELİRLEME STRATEJİSİ	10
SEÇİM BEYANNAMESİ: TÜRKİYE YÜZYILI ŞEHİRLERİ İÇİN GERÇEK BELEDİYESİLİK	14
SEÇİM KAMPANYASI SÜRECİ	16
SONUÇ: AK PARTİ'NİN SEÇİM STRATEJİSİ	18

HAMİT EMRAH BERİŞ

1998'de Gazi Üniversitesi İİBF Kamu Yönetimi Bölümü'nden mezun olmuştur. Siyaset bilimi alanında yüksek lisansını aynı üniversitede, doktorasını ise Ankara Üniversitesi'nde tamamlamıştır. 2010'da doçent ve 2016'da profesör ünvanlarını almıştır. Önce Gazi Üniversitesi ve ardından Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi Bölümü'nde çalışmıştır. Üniversitedeki görevinin yanında 2014-2018 arasında Kamu Düzeni ve Güvenliği Müsteşarlığında müsteşar yardımcısı, 2018-2023 arasında Polis Akademisi başkan yardımcısı ve İç Güvenlik Fakültesi dekanı olarak görevler yapmıştır. 2023'te YÖK Denetleme Kurulu Başkanlığına atanmıştır. Yayımlanmış on dört kitabı ve çok sayıda makalesi vardır.

ÖZET

Bu analizde AK Parti'nin yerel seçim kampanyası, söylem ve stratejisi üzerinden ana hatlarıyla değerlendirilmiştir.

AK Parti 31 Mart 2024 Mahalli İdareler Genel Seçimlerinde Cumhur İttifakı çerçevesinde MHP ile iş birliğini sürdürdü. Bu kapsamda AK Parti 28 büyükşehir ve 46 il belediye başkanlığı için aday gösterdi. Diğer iller Cumhur İttifakı ortağı MHP'ye bırakıldı. AK Parti'nin öncelikli hedefi mevcut oy oranını korumak ve ardından da elindeki belediye başkanlığı sayısını artırmak olarak beliriyor.

Diğer yerel seçimlerde olduğu gibi 31 Mart öncesinde de AK Parti hizmet belediyeciliği üzerine vurgu yaptı. Bu bağlamda özellikle 2019'da CHP'ye geçen İstanbul ve Ankara büyükşehir belediyelerinde yaşanan hizmet açığı üzerinde duruldu. Kampanyada ana slogan rakiplerin temel belediyecilik hizmetlerinde yaşadıkları sorunlara gönderme yapılarak "Gerçek Belediyecilik" şeklinde belirlendi.

Seçim sürecinde 2019'da CHP'ye karşı kaybedilen İstanbul'a özel bir önem verildiği dikkat çekti. İstanbul Büyükşehir Belediye (İBB) başkan adayı olarak belirlenen önceki Çevre, Şehircilik ve İklim Değişikliği Bakanı Murat Kurum şehrin karşı karşıya bulunduğu deprem riskine yönelik kapsamlı çalışmalarla seçmenin karşısına çıktı. Cumhurbaşkanı Erdoğan tarafından yürütülen seçim kampanyasında ise özellikle CHP'ye yönelik eleştiriler ön plana çıktı. CHP'nin DEM Parti ile yaptığı ve artık iyice alenileşen ittifaka özel bir vurgu yapıldı. Bu analizde AK Parti'nin yerel seçim kampanyası, söylem ve stratejisi üzerinden ana hatlarıyla değerlendirilecektir.

GİRİŞ

Türkiye’de geçmişte genel seçimler ile yerel seçimler arasındaki ilişkiye farklı anlamlar yüklenirdi. Siyasi iktidarda yaşanacak değişikliğin öncelikle yerel seçimlerde başlamasının çok sayıda örneğiyle karşılaşıldı. Seçmen görev başında bulunan siyasi iktidara öncelikle yerel seçimlerde tepki gösterirdi. Bu durumun yakın geçmişten en belirgin örnekleri 1989 ve 1994 yerel seçimleridir. 1989 seçimleri adeta Anavatan Partisi (ANAP) iktidarının gidişinin habercisi durumundaydı. 1994 seçimleri ise Refah Partisi’nin (RP) ülke geleceğinde oynayacağı rolün ilk işaretlerini verdi. 1999 seçimlerinde genel ve yerel seçimlerin birlikte yapılması bu yönde kesin bir çıkarımı engelledi. Ancak 3 Kasım 2002 genel seçimleriyle iktidara gelen AK Parti ile birlikte tüm dengeler değişti. Nitekim AK Parti iktidara gelişinden sonra yapılan 2004 yerel seçimlerinde yüzde 41,67’lik bir orana erişti ki bu en yakın rakibinin 23 puan fazlasına işaret ediyordu. Dolayısıyla AK Parti 3 Kasım seçimlerinin sağlamasını yapmış ve seçmen nezdinde güven tazelemiş oldu.

AK Parti girdiği tüm seçimlerden zaferle ayrıldı. Hem genel hem de yerel seçimlerde AK Parti üstelik en yakın rakibinin oran olarak da bir hayli üzerinde oy elde ederek birinci oldu. Elbette oylarda belirli seçimlerde kısmi dalgalanmalar görüldü. Ancak oylardaki nispi azalış iktidarın sorgulanması yönünde bir etki doğurmadı. Zira AK Parti yerel seçimlerin akabinde yapılan tüm genel seçimlerde yeniden tek başına iktidara gelmesini sağlayacak çoğunluğu yakalayabili. Böylece yerel seçimler AK Parti açısından uzun bir dönem boyunca ciddi bir sınama anlamına gelmedi.

Girdiği bütün seçimleri kazanan AK Parti için yerel yönetimler açısından en büyük sürpriz 2019 seçimlerinde yaşandı. AK Parti 1994’te RP’nin kazanmasıyla birlikte yirmi yıllık dönemde sürekli aynı gelenekten gelen partilerin elinde bulunan İstanbul ve Ankara büyükşehir belediyelerini kaybetti. Bunun yanında yine AK Parti’de olan Antalya Büyükşehir Belediyesi de kaybedildi. Bir önceki dönem CHP’nin kazandığı Mersin, Hatay ve İzmir de yine aynı partinin elinde kaldı. AK Parti diğer illerde ise başarısını büyük oranda sürdürdü.

2019 seçimlerinde özellikle İstanbul’un kaybedilmesinin beklenmedik bir durum olduğu söylenebilir. Muhalefet İstanbul’da kazanılan başarının ilk genel seçimlerde ülke yönetimine yansıtacağı beklentisindeydi. “İstanbul’u kazanan Türkiye’yi kazanır” şeklindeki sloganik ifade muhalefetin 2023 seçimlerinde Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan’ın karşısında her zamankinden daha güçlü olacağı düşüncesini pekiştirmişti. Ancak durum beklendiği şekilde gelişmedi, İstanbul ve Ankara’nın belediye yönetimlerinde yaşanan değişiklikler nedeniyle yaşanan ciddi hizmet açıkları dışında bir değişiklik ortaya çıkmadı.

Siyasi partilerin genel ve yerel seçim kampanya süreçlerinde önemli farklar bulunur. Geçmişten bu yana genel seçim kampanyaları büyük

oranda siyasi parti genel merkezlerinin kontrolünde ilerler. Buna karşılık yerel seçimlerde adaylar genel stratejiden kopmadan daha geniş bir hareket alanı bulurlar. Bu durumun yeni bir örneği ile AK Parti'nin 31 Mart 2024 yerel seçimlerindeki durumuyla karşılaşıldı.

AK Parti, adayların ilanından sonra genel kampanya stratejisini çizdi. Söz konusu yol haritasının dışında adayların kendi bölgelerine yönelik özel stratejiler izlemelerinin önü açıldı. Burada izlenen strateji farklılığının iki temel sebebi mevcut. Öncelikle bazı illerde AK Parti'nin seçimleri kazanmak için kendisinin veya Cumhuriyet İttifakı'nın oylarını alması yetiyor. Zira karşısında 2019 seçimlerindeki gibi bütünlük bir Millet İttifakı bloku bulunmuyor. Diğer bazı illerde ise seçimi kazanmak için Cumhuriyet İttifakı'nın oyları yeterli gelmiyor. Özellikle Edirne'den başlayıp Hatay'a uzanan sahil şeridinde AK Parti adaylarının kazanması için diğer partilerden oy devşirmesi gerekiyor. Dolayısıyla bu bölgelerdeki seçim kampanyalarında kendi kitlesinin konsolidasyonunun yanında farklı seçmen gruplarına ulaşılması da önem taşıyan bir durum olarak beliriyor. Buna yeni seçmeni de eklemek gerekir. Zira daha önce hiç oy kullanmamış ya da en azından 2019 yerel seçimlerinde seçmen sıfatı bulunmayan gençlerin kazanılması pek çok ilde seçim sonuçlarının değişmesine doğrudan etkide bulunabilecektir. Bu nedenle AK Parti için en azından belirli merkezlerde amaç, kendi oy kitlesini korurken buna daha önce oy alamadığı yenilerini eklemek şeklinde ortaya çıkmaktadır.

SEÇİMLERE DOĞRU SİYASİ İKLİM

2024 seçimlerinin Türkiye'de alışlageldik seçim ikliminin dışında seyrettiği söylenebilir. Daha açık bir ifadeyle pek çok kişinin ağzından seçimlere

kısa bir süre kalmış olmasına rağmen adeta seçim havasının olmadığına yönelik sözler duyuldu. Bu durumun ilk nedeni kısa bir süre önce cumhurbaşkanı ve milletvekili seçimlerinin yapılmış olmasıdır. Gerçekten de hem iktidar hem de muhalefet 14 Mayıs seçimlerine oldukça ciddi şekilde hazırlandı. Siyasi partilerin Cumhuriyet ve Millet ittifakları çatıları altında birleşmelerinin ardından tüm siyasi aktörlerin içinde yer aldığı bir kampanya yürütüldü. Muhalefet partileri, Cumhurbaşkanı Erdoğan karşısında ilk kez kazanabilecekleri düşüncesine kapıldı. Millet İttifakı ve o zamanki adıyla HDP'nin yani muhalefetin tüm bileşenlerinin Erdoğan karşıtlığında birleşmesi ve buna karşılık Cumhuriyet İttifakı'nın da kendi seçmen kitlesini tam anlamıyla konsolide etmesi siyasetin tansiyonunu iyice yükseltti. Sürecin bir başka etkisi siyasetin enerjisinin büyük oranda boşalması oldu. Muhalefet, seçimlerde bir kez yenilgiye uğradı ve beklentilerine ulaşamadı. Cumhurbaşkanı Erdoğan ikinci turda rahat bir şekilde seçilirken Cumhuriyet İttifakı da Mecliste çoğunluğu ele geçirdi. Bu durum muhalefetin ciddi anlamda bir hayal kırıklığı yaşamasını beraberinde getirdi.

AK Parti için en azından belirli merkezlerde amaç, kendi oy kitlesini korurken buna daha önce oy alamadığı yenilerini eklemek şeklinde ortaya çıkmaktadır.

2023 seçimlerinin hemen ardından Millet İttifakı dağıldı. İYİ Parti ittifakın kendisine hiçbir fayda sağlamadığını görüp köprüleri attı. CHP içinde de lider değişikliği yaşandı. Seçim sürecinde kendi adaylığında ısrar eden Kemal Kılıçdaroğlu büyük oranda Ekrem İmamoğlu'nun çabalarıyla koltuğunu Özgür Özel'e karşı kaybetti. Buna karşılık partiden tasfiye edilen Kılıçdaroğlu'nun ekibi değil yalnızca kendisi oldu.

Bir bakıma parti içinde genel başkan değişimi konusunda mutabakata varıldı ve geçiş sürecinde koltuk Özel'e emanet edildi. Ancak Özel'in genel başkanlığının sahiciliği oldukça tartışmalı. Nitekim İstanbul'un ilçeleri başta olmak üzere pek çok yerde adaylar İmamoğlu tarafından belirlenirken Özel'in ise bu süreci seyretmekle yetindiği şeklinde değerlendirmeler yapıldı. Üstelik CHP açısından diğer bir handikap ise Özel-İmamoğlu birlikteliğinin elde edeceği muhtemel bir başarının Kılıçdaroğlu ve ekibinin siyasi kariyerini oldukça zorlaştıracak olmasıdır. Bahsi geçen hayal kırıklığıyla kendi içinde yaşadığı tartışmalar göz önünde bulundurulduğunda muhalefetin seçimlere motive olmak açısından zorluk çektiği söylenebilir.

AK PARTİ'NİN ADAY BELİRLEME STRATEJİSİ

AK Parti tüm yerel seçimlerde aday belirleme sürecini bir dizi parametre çerçevesinde yürüttü. Mevcut belediye başkanlarının performans değerlendirmeleri, kamuoyu anketleri, temayül yoklamaları ve belirli kanaat önderlerinin görüşleri geçmişteki seçimlerde yaşandığı gibi 31 Mart öncesinde de AK Parti'nin adaylarını belirlemede etkili oldu. Elbette diğer bir etmen Cumhuriyet İttifakı çerçevesinde MHP ile yapılan görüşmelerdi.

2023 seçimlerinde Cumhuriyet İttifakı çatısı altında AK Parti ve MHP ayrı listelerle yarışa girmelerine rağmen her alanda kapsamlı bir iş birliği yaptı. Seçim koordinasyon merkezleri ortak şekilde oluşturuldu, kampanyalar eş güdümlü olarak yürütüldü. 2018'den itibaren her iki parti arasında giderek artan uyumun ve gelişen iş birliği kanallarının 2023 seçimlerinde en üst düzeye çıktığı görüldü. Yerel seçimler öncesinde de aynı iş birliği devam etti. 2023 genel seçimlerinden sonra

dağılan Millet İttifakı'nın aksine Cumhuriyet İttifakı ortakları siyasi mücadeleyi birlikte sürdürmekte kararlı olduklarını ifade ettiler. Dolayısıyla 2024 yerel seçimlerinde de ortak çalışma yapılması kararlaştırıldı. AK Parti ile MHP tarafından oluşturulan kurullar öncelikle yapılacak iş birliğinin üzerine oturacağı esasları belirlediler. Buna göre öncelikle büyükşehirlerde ortak aday gösterilmesi üzerinde mutabık kalındı.

Her iki parti iş birliklerinin çerçevesini il bazında çizdiler. 30 büyükşehir belediyesinde ortak aday çıkarmak üzerinde mutabakata varılırken diğer illerde ise farklı stratejiler izlendi. Kalan 51 ilden özellikle diğer partilerin elinde bulunan 29'unda ortak aday çıkarma kararı alındı. 22 ilde ise AK Parti ile MHP'nin ayrı aday göstermesi ve rekabet etmesi kararlaştırıldı. 30 büyükşehirden 28'inde AK Parti, Mersin ve Manisa'da ise MHP aday gösterdi. Bunun yanında büyükşehirlerle bağlı ilçelerde de ortak adaylar çıkarıldı. İlçeler her iki parti arasında paylaşıldı ve ittifak ortağı tarafından gösterilecek adayın diğeri tarafından da desteklenmesi ve kampanyanın da birlikte yapılması kararlaştırıldı.

Ortak aday gösterilen 29 ilden 5'inde (Osmaniye, Kars, Kırklareli, Bartın ve Erzincan) MHP adaylarının ve kalan 24'ünde de AK Parti adaylarının desteklenmesi üzerinde anlaşmaya varıldı.¹ Aynı paylaşım büyükşehirlerde bağlı ilçe belediyelerinde de yapıldı. Büyükşehirlerdeki ilçe belediyeleri AK Parti ve MHP arasında halihazırda yönetimlerinde olan yerleri ilgili partide bırakmaya özen gösterilerek paylaşıldı. Diğer taraftan partiler kendilerine bırakılan il ve ilçelerde aday belirleme sürecini müstakil olarak yürüttüler. Bir başka ifadeyle birbirlerinin adaylarına karışmadılar ve şartsız destek vermeyi kabul ettiler. Bu durum Cumhuriyet İttifakı'nın gündelik çıkarılara yönelik pazarlıklar değil siyasi ilkeler etrafında

¹ "AK Parti ve MHP Yerel Seçimler için Anlaştı", NTV, 22 Aralık 2023.

birleştiklerine yönelik genel yaklaşımıyla oldukça uyumlu oldu.

Cumhur İttifakı çatısı altında seçimlere giren AK Parti –MHP'ye bırakılanlar dışarıda tutulduğunda– 28 büyükşehir ve 46 ilde aday gösterdi. Adaylar önceki seçimlere göre daha erken denebilecek tarihlerde ve aşamalı olarak açıklandı. Büyükşehir ve il belediye başkanı adaylarının tanıtımı için 7 Ocak'ta İstanbul'da ve 18 Ocak'ta Ankara'da iki büyük tören düzenlendi. İllerde ise ilçe belediye başkan ve meclis üyesi adaylarının açıklanması için ayrıca geniş katılımlı toplantılar yapıldı. Parti, milletvekili seçimlerinin aksine belediye başkanlıklarında tecrübe unsurunu daha fazla göz önünde bulundurdu. 35 yaşındaki Karabük belediye başkan adayı Özkan Çetinkaya en genç, 1953 doğumlu Kayseri adayı Memduh Büyükkılıç ise en yaşlı AK Parti il belediye başkanı adayı oldu.² Bunun yanında AK Parti diğer tüm seçimlerde olduğu gibi yine oldukça kapsamlı ve adeta tüm ayrıntıları içeren bir seçim beyannameyle seçmenin karşısına çıktı.

AK Parti'nin seçim kampanyasında kullandığı ana slogan "Gerçek Belediyecilik" şeklinde belirlendi. Elbette bu ifade kampanyanın değişik aşamalarında alt sloganlarla desteklendi. Cumhurbaşkanı Erdoğan'ın yine çok sayıda miting yaparak seçmene ulaşacağı açıklandı. Bunun dışında kampanyalar –diğer seçimlerde olduğu gibi– büyük oranda adayların kendi çabalarıyla yürütüldü.

Hiç şüphesiz AK Parti'nin en fazla dikkat çeken aday belirleme süreci İstanbul'da yaşandı. Aslında daha 2023 seçimlerinden itibaren dönemin Çevre, Şehircilik ve İklim Değişikliği Bakanı Murat Kurum'un İstanbul'dan aday gösterileceği konuşuluyordu. Nitekim diğer kabine üyeleri gibi milletvekili aday gösterilen

Kurum'un seçim çevresinin İstanbul olması da bu düşünceyi güçlendirmişti. Aday belirleme sürecine girildiğinde başka isimler de zikredilmesine rağmen nihai karar Kurum'dan yana oldu.³ Kurum'un tercih edilmesindeki başlıca etmenin İstanbul'un karşı karşıya bulunduğu deprem riski olduğu söylenebilir. 6 Şubat 2023'te on bir ili yoğun şekilde etkileyen deprem felaketinin de İstanbul adayının belirlenmesinde dolaylı şekilde etkili olduğu açıktır. İstanbul, deprem tehlikesini en yoğun şekilde hisseden illerden biri olmasına rağmen son beş yıldır konutları sağlıklılaştırma adına hiçbir adım atılmadı. Dolayısıyla bu konunun önceliği Murat Kurum'u daha 2023 seçimlerinden önce İstanbul için potansiyel belediye başkanı durumuna yükseltti.⁴

AK Parti'nin seçim kampanyasında kullandığı ana slogan rakiplerin temel belediyecilik hizmetlerinde yaşadıkları sorunlara gönderme yapılarak "Gerçek Belediyecilik" şeklinde belirlenmiştir.

AK Parti'nin İstanbul'daki seçim kampanyasının başlamasıyla birlikte oldukça ciddi hazırlıkların yapıldığı görüldü. Özellikle kentsel dönüşüm ve konut stokunun yenilenmesi gibi konularda Murat Kurum'un bakan olduğu dönemden itibaren yani uzunca bir süredir kapsamlı projeler hazırladığı ve bunun yanında toplu taşımadan altyapıya kadar pek çok konuda geniş kapsamlı çalışmalar yürüttüğü dikkat çekti. Kurum, mitinglerden televizyon programlarına kadar çok sayıda mecrada her fırsatta kendi projelerini anlattı. İstanbul gibi büyük bir mer-

³ "Cumhur İttifakının İstanbul Büyükşehir Belediye Başkan Adayı Murat Kurum Oldu", Anadolu Ajansı, 7 Ocak 2024.

⁴ Baki Laleoğlu. "Murat Kurum'un Siyasal Anlamı", *Sabah*, 13 Ocak 2024.

² "AK Parti Tüm Belediye Başkan Adaylarını Açıkladı", Anadolu Ajansı, 18 Ocak 2024.

kezde seçim kazanmanın çok sayıda parametreye bağlı olduğu açıktır.

Ankara Büyükşehir Belediyesi başkan adayı belirleme süreci de nispeten tartışmasız şekilde geçti. 1994'ten itibaren aralıklı olarak dört dönem Keçiören Belediyesinin başkanlığını yapan Turgut Altınok bu kez büyükşehir için aday gösterildi. Ankara'nın Bala ilçesi nüfusuna kayıtlı olan ve Keçiören'de aralıklı şekilde dört dönem belediye başkanlığı yapan Altınok'un isminin ilanı ile bir önceki seçimde Ankaralı aday gösterilmemesi eleştirilerine de cevap verilmiş oldu. Altınok, adaylığının ilanı ile birlikte sahaya inerek seçim çalışmalarını başlattı. Mevcut Ankara Büyükşehir Belediyesi Başkanı Mansur Yavaş'ın genel stratejisinin kamuoyunun karşısına mümkün olduğunca az çıkmak şeklinde belirlediği biliniyor. Nitekim Yavaş'ın seçim sloganı bile "Az Laf, Çok İş". Altınok ise rakibine gönderme yapan "Yavaşlayan Ankara için Hızlanma Zamanı" sloganıyla oldukça aktif bir kampanya yürüterek rakibinin tam tersi bir strateji geliştirdi.

AK Parti'nin bugüne kadar kazanamadığı büyükşehirlerden biri ise İzmir. Daha önce farklı profillerle İzmir seçimlerine girilse de seçimleri kazanmak mümkün olmamıştı. 31 Mart seçimlerinde İzmir adayı olmak üzere dört dönem İzmir'den milletvekilliği yapan Genel Başkan Yardımcısı Hamza Dağ belirlendi. Daha adaylığı açıklanır açıklanmaz Dağ, oldukça renkli ve sıra dışı bir kampanya yürütmeye başladı. Özellikle gençlere ulaşmayı hedefleyen Dağ'ın önceki seçimlere göre çok daha yüksek bir oy oranına ulaşacağını tahmin etmek mümkün. CHP'nin adayı Karşıyaka Belediye Başkanı Cemil Tuğay'ın daha adaylık sürecinden itibaren parti içi tartışmalar nedeniyle aşırı yıpranması ve düşük profilli olarak görülmesi Dağ'ın şansını artıran etmenler olarak ortaya çıktı.

Bu iller dışında AK Parti bazı büyükşehirlerde mevcut belediye başkanlarıyla seçimlere girmeyi tercih ederken bazılarında ise isim değişikliğine gitti. Halihazırda AK Parti'nin yönettiği Gaziantep, Bursa, Balıkesir, Konya, Şanlıurfa, Kayseri ve Ordu illerinde mevcut belediye başkanları yeniden aday gösterildi. Buna karşılık Trabzon, Malatya, Kahramanmaraş ve Sakarya'da aday değişikliği yapıldı. Cumhuriyet İttifakı kapsamında MHP'ye bırakılan Mersin ve Manisa dışındaki büyükşehirlerin hepsinde aday gösterildi.⁵ Burada en dikkat çekici adaylardan biri Eskişehir Büyükşehir Belediyesi başkanlığı için aday gösterilen Nebi Hatipoğlu oldu. Hatipoğlu 2023 genel seçimlerinde İYİ Parti'den milletvekili seçildikten sonra AK Parti'ye geçmişti. Seçim sürecindeki performansı ile Hatipoğlu, Eskişehir'in tarihinde ilk kez AK Parti yönetimine geçmesini sağlayabilir.

2023 genel seçimlerinde muhalefetin en fazla bel bağladığı yerlerden biri deprem bölgesiydi. Millet İttifakı deprem sonrasında hükümete karşı tepki oluşacağını ve bu durumun oyların kendilerine kanalize olmasına yol açacağını tasavvur ediyordu. Ancak Erdoğan ve AK Parti deprem bölgesinde oylarını koruduğu gibi kısmen de artırdı. Deprem bölgesinde bulunan illerden Kahramanmaraş, Malatya, Kilis ve Adıyaman'da aday değişikliğine gidildi. Söz konusu bölgede mevcut belediye başkanlarından aday gösterilen tek isim Gaziantep Büyükşehir Belediye Başkanı Fatma Şahin oldu. Hatta üç dönem kuralı esnetilerek Gaziantep'in iki merkez ilçe belediye başkanı Rıdvan Fadiloğlu (Şehitkamil) ve Mehmet Tahmazoğlu (Şahinbey) da dördüncü dönemleri için yeniden aday gösterildi. Böylece deprem bölgesinde il merkezi açısından mevcut belediye başkanlarının aday gösterildiği tek il Gaziantep oldu. Deprem bölgesindeki diğer illerde ise belirli değişikliklere gidildi.

⁵ "AK Parti'nin 26 İl Belediye Başkan Adayı Belli Oldu", Anadolu Ajansı, 7 Ocak 2024.

TABLO 1. AK PARTİ VE MHP'NİN BÜYÜKŞEHİRLER DIŞINDA KALAN 51 İLDE SEÇİMLERE KATILMA DURUMU

İl Merkezi	AK Parti Adayı	MHP Adayı	AK Parti ve MHP Adayları	2019'da Kazanan Parti
Adıyaman				AK Parti
Afyonkarahisar				AK Parti
Ağrı				AK Parti
Aksaray				AK Parti
Amasya				MHP
Ardahan				CHP
Artvin				CHP
Bartın				MHP
Batman				HDP
Bayburt				MHP
Bilecik				CHP
Bingöl				AK Parti
Bitlis				AK Parti
Bolu				CHP
Burdur				CHP
Çanakkale				CHP
Çankırı				MHP
Çorum				AK Parti
Düzce				AK Parti
Edirne				CHP
Elazığ				AK Parti
Erzincan				MHP
Giresun				AK Parti
Gümüşhane				AK Parti
Hakkari				HDP
Iğdır				HDP
Isparta				AK Parti
Karabük				MHP
Karaman				MHP
Kars				HDP
Kastamonu				MHP
Kırıkkale				AK Parti
Kırklareli				BAĞIMSIZ
Kırşehir				CHP
Kilis				AK Parti
Kütahya				MHP
Muş				AK Parti
Nevşehir				AK Parti
Niğde				AK Parti
Osmaniye				MHP
Rize				AK Parti
Siirt				HDP
Sinop				CHP
Sivas				AK Parti
Şırnak				AK Parti
Tokat				AK Parti
Tunceli				TKP
Uşak				AK Parti
Yalova				CHP
Yozgat				AK Parti
Zonguldak				AK Parti

ŞEKİL 1. AK PARTİ'NİN BELEDİYESİCİLİK ESASLARI

- ▶ Üretken Belediyecilik
- ▶ Adil Belediyecilik
- ▶ Erişilebilir Belediyecilik
- ▶ Vizyoner Belediyecilik
- ▶ Şefkatli Belediyecilik
- ▶ Sürdürülebilir Belediyecilik
- ▶ Yenilikçi Belediyecilik
- ▶ Kalkınmacı Belediyecilik
- ▶ Çağdaş Belediyecilik
- ▶ Güçlü Belediyecilik
- ▶ Kapsayıcı Belediyecilik
- ▶ Dinamik Belediyecilik
- ▶ Vatansever Belediyecilik

SEÇİM BEYANNAMESİ: TÜRKİYE YÜZYILI ŞEHİRLERİ İÇİN GERÇEK BELEDİYESİCİLİK

AK Parti yaklaşık 150 sayfalık bir seçim beyannamesiyle kendi belediyelerinin görev süresince izleyecekleri yol haritasının ana hatlarını açıkladı. *Türkiye Yüzyılı Şehirleri için Gerçek Belediyecilik* başlığını taşıyan beyanname sekiz alt bölümden oluştu.⁶ Beyannamenin ilk bölümünde AK Parti'nin belediyecilik anlayışının temel ilkeleri sıralandı. İlk cümlenin "AK Parti, belediyecilikte çığır açmış kadrolar tarafından kurulmuştur" olması tarihi bir gerçeği işaret etmektedir. Cumhurbaşkanı Erdoğan'ın ülke çapında tanınan bir siyasetçi olmasının ilk adımı 1994'te İBB başkanı seçilmesi ve ardından

dan şehrin kronikleşmiş sorunlarını kısa sürede çözme başarısı göstermesidir. Beynamede AK Parti'nin belediyecilik vizyonu yerel yönetimlerden gelen başarı hikayesiyle ilişkilendirildi. AK Parti'ye göre gerçek belediyeciliğin üzerine oturduğu esaslar Şekil 1'de yer almaktadır.

"Katılımcılık, Şeffaflık ve Hesap Verebilirlik" başlığını taşıyan ikinci bölümde yerel ölçekte yönetime katılma süreçlerinin geliştirilmesine ve "açık veri paylaşımı" uygulamasının hayata geçirilmesine vurgu yapıldı. Böylece belediye hizmetlerine halkın katılımının artırılması ve yerel demokrasinin güçlendirilmesi üzerinde duruldu.

Üçüncü bölüm "Dirençli Şehirler"e ayrıldı. Türkiye'nin yaşadığı deprem gerçeğinin kentlerin konut stokunun hızlıca yenilenmesini zorunlu kıldığı bilinen bir gerçektir. Bu nedenle AK Parti beyannamesinde "sağlıklı, yaşanabilir, doğayla uyumlu, akıllı, sürdürülebilir, iklim dostu ve dirençli şehirleri kurma"ya verdiği önemin altını kalın şekilde çizdi.

⁶ *Türkiye Yüzyılı Şehirleri için Gerçek Belediyecilik*, (AK Parti, Ankara: 2024).

Dördüncü bölümde AK Parti “Türkiye Yüzyılı’nda Şehir ve Çevre” olgusuna eğildi. Bu bölümün ana teması gelenekten gelen değerlerle çağın ihtiyaçlarını birleştiren ve böylece geçmişle gelecek arasında köprü kuran şehirlerin inşa edilmesi olarak belirlendi. Aynı şekilde şehirlerin kimlikleri korunarak geleceğe hazırlanması, bunların değer üretebilmesi, mimarisıyla özgün ve estetik bir yapı sergilemesinin amaçlandığı vurgulandı.

Beşinci bölümde “Toplumsal Refah Öncelikli Şehir Ekonomileri” başlığı altında yerel yönetimlerin kent ekonomisinin gelişimindeki rolü üzerinde duruldu. Burada en fazla dikkat çeken noktalardan biri söz konusu bölümün dijitalleşme ve akıllı ekonomi alt başlığıyla başlamasıydı. Yine bu bölümde tıpkı merkezi idare gibi belediyelerin de yatırım, istihdam, üretim ve ihracat ağırlıklı bir perspektife sahip olduklarını savunuldu. “Kaliteli yaşam ortamı ile birlikte kaliteli iş ve girişim ortamı sağlama” politikalarının izleneceği vurgusuyla şehirlerin ekonomik açıdan katma değer sağlaması bakımından yerel yönetimlerin sorumluluklarına değinildi.⁷

Altıncı bölüm “Duyarlı ve Kapsayıcı Sosyal Belediyecilik” mevzuuna odaklandı. Sosyal belediyecilik, AK Parti’nin aslında kendi kavramsallaştırdığı ve yerel yönetim anlayışının ana hatlarından birine yerleştirdiği bir olgudur. AK Parti yeni beyannamesinde de özellikle dar gelirli kesimlerin sosyoekonomik düzeylerinin güçlendirilmesine dayanan bu olgudan vazgeçmeyeceğini gösterdi. Yine bu bölümde aile, kadınlar, çocuklar, gençler ve yaşlılar başlıkları altında farklı toplumsal kesimlere yönelik pozitif ayrımcılık uygulamaları üzerinde duruldu.

Yedinci bölümde kültür sorunlarına odaklanılması dikkat çekti. Son dönemde özellikle “kültürel iktidar” tartışmalarının yoğunlaştığı biliniyor. Yerel yönetimlerin kültürel faaliyetlerine

bu kapsamda ayrı bir başlık açılmasının anlamlı olduğu söylenebilir. AK Parti, beyannamenin bu bölümünde bir bakıma belediyeciliğin yalnızca kentlerin fiziki imkanlarının geliştirilmesinden ibaret olmadığını, bunun daha ötesinde kent sakinlerinin kültürel alandaki ihtiyaçlarının giderilmesinin de gerektiğini vurguladı.

AK Parti’nin seçimlerden önce tüm adaylarından kamuoyu önünde okumalarını istediği “Gerçek Belediyecilik Yemini”, partinin genel belediyecilik anlayışının özeti mahiyetindedir.

Sekizinci ve son bölümün başlığı ise “Hizmet ve Eser Belediyeciliği”dir. İşin ilginç yönü ise altyapı, üstyapı, imar ve ulaşım gibi temel belediyecilik hizmetlerine bu bölümde yer verilmesidir. Bu mevzuların sona bırakılmasının aslında örtülü bir mesaj anlamına geldiği söylenebilir. Böylece söz konusu hizmetlerin zaten belediyelerin doğal görevi olduğu, AK Parti’li belediyelerin işbaşına gelir gelmez şehirlerdeki temel eksiklikleri gidermek için hareket ettikleri ifade edilmiştir.

Beyannamenin son kısmında ise AK Parti belediyeciliğine hakim olan ve Şekil 1’de sıralanan on üç ilke kısaca açıklandı. Bu ilkelerin Türkiye Yüzyılı’nda yerel yönetimlerin taşınması gereken özellikleri ve belediyelerin işlevlerini tanımladığı, çağın gereklerine ve Türkiye’nin gerçeklerine uygun bir görünüm çizdiği savunuldu.

Beynamede en fazla dikkat çeken noktalardan biri ise “Gerçek Belediyecilik Yemini” oldu. AK Parti tüm adaylarının seçimlerden önce beynamede yer alan yemin metnini kamuoyu önünde okumalarını istedi. Etik değerlere dayalı bu metin AK Parti’nin genel belediyecilik anlayışının özeti mahiyetindedir.

⁷ *Türkiye Yüzyılı Şehirleri için Gerçek Belediyecilik*, s. 79.

ŞEKİL 2. GERÇEK BELEDİYECİLİK YEMİNİ

Doğruluk ve dürüstlükten ayrılmayacağıma, hemşehrilerimiz arasında hiçbir ayırım yapmayacağıma, Anayasa ve yasalardan ayrılmayacağıma, kamu kaynaklarını namusum ve şerefim bilerek amacı dışında harcanmasına göz yummayacağıma, dezavantajlı kesimleri gözeteceğime, sosyal politikaları güçlendireceğime, belediye hizmetlerinin gecikmeden ve kaliteli şekilde icrası için azami gayret sarf edeceğime, belediye hizmetleri karşısında herkesin eşit olduğu gerçeğinden hareketle adaletten şaşmayacağıma, emaneti hakkıyla ve layıkıyla taşıyacağıma, milletim, hemşehrilerim ve tarih önünde namusum, şerefim ve kutsal kitabımız üzerine yemin ederim.

SEÇİM KAMPANYASI SÜRECİ

Kurulduğu ilk günden itibaren AK Parti'nin seçim stratejisi Cumhurbaşkanı Erdoğan'ın sahada mümkün olduğunca görünmesine ve çalışmasına dayandı. Kampanyalar büyük oranda Erdoğan'ın yapacağı mitingler, televizyon konuşmaları ve diğer toplantılar ekseninde yürüdü. Ayrıca gündemi Erdoğan belirledi ve muhalefetin kendisini takip etmesini sağladı. 2024 yerel seçimlerinde de aynı durumun yaşandığı söylenebilir. Cumhurbaşkanı Erdoğan özellikle kritik olarak görülen yerlerde mitingler düzenledi. Mitinglerin en önemli faydaları ise yerel düzeyde heyecan doğurmak ve parti teşkilatının hayata geçmesini sağlamaktır. Cumhurbaşkanı Erdoğan, siyasetin

en geleneksel yöntemlerinden biri olan bu tür açık hava toplantılarından vazgeçmeyeceğini bir kez daha gösterdi. Cumhurbaşkanı Erdoğan'ın tüm kampanya sürecinde elliden fazla ilde miting yapması ve bunun yanında farklı gruplarla salon toplantıları düzenlemesi kararlaştırıldı.

Seçim kampanyası hizmet belediyeçiliğine odaklanan AK Parti tüm yerel seçimlerde özellikle geçmişte kazanamadığı yerlerde kendi belediyeçilik anlayışını anlatma yoluna gitti. Partinin siyaset sahnesinde bu denli güçlü olmasını sağlayan etmenin 1994'te başlayan başarı çizgisi olduğu hatırlandığında bu durum gayet anlaşılır. Yine bu kampanya döneminde de AK Parti'li belediyelerin geçmişten bu yana yürüttükleri hizmetin altının çizilmesine özen gösterildi. Ancak bu dönemde daha farklı bir durumun olduğu

da söylenebilir. 2019'da CHP'nin İstanbul ve Ankara büyükşehir belediyelerini kazanması bir karşılaştırma yapma imkanı sağladı. 1994'ten bu yana belirli bir gelenek tarafından yönetilen her iki şehirde CHP'li belediye başkanlarının performansları AK Parti dönemindeki hizmetlerle kıyaslanarak ortaya koyuldu. Son beş yılda İmamoğlu ve Yavaş'ın geçmiş çalışmaların çok gerisinde kaldıkları, bunların üzerine kalıcı yeni hizmet ekleyemedikleri sıklıkla dile getirilen bir eleştiri oldu. AK Parti bu belediyeleri uzun süre yönetmenin ve ciddi bir hafızaya sahip olmanın etkisiyle hizmetteki eksiklikleri gayet iyi şekilde vurguladı. Bunun yanında mevcut belediye başkanlarının 2019'daki taahhütleri hatırlatıldı ve bunların neden hayata geçirilmediğinin hesabı da soruldu.

Cumhurbaşkanı Erdoğan kampanya boyunca –diğer seçimlerde olduğu gibi– hedefinin merkezine CHP'yi oturttu. 2023 cumhurbaşkanı ve milletvekili seçimlerinden sonra CHP'de gerçekleşen lider değişikliği de Erdoğan'ın CHP'ye yönelik dilini ve tavrını etkilemedi. Cumhurbaşkanı Erdoğan'ın Kılıçdaroğlu'na yönelik "Bay Kemal" ifadesi, yerini yeni genel başkan Özel'e yönelik "Özgür Efendi" lafzına dönüştü.⁸ CHP'de gerçekleşen genel başkan değişikliğine rağmen Erdoğan'ın bu hamleleri bir heyecan dalgasının oluşmasını engelledi. Burada özellikle İYİ Parti'den kopan seçmen kitlesinin CHP'ye topluca kayışının engellenmesi yönünde bir strateji izlendi. İYİ Parti'nin 2023 seçimlerindeki tavrı zaten oldukça kaygan olan siyasi zeminini iyice zayıflatmıştı. Seçim sonrasında kamuoyu araştırmalarına göre İYİ Parti'nin oyları hızlı şekilde erimeye başladı. Bu nedenle İYİ Parti, Millet İttifakı'ndan çıkarak seçimlere kendi başına girmeye karar verdi. Ancak bu kararın oldukça geç

alındığı söylenebilir. İYİ Parti'nin inandırıcılığını kaybetmesi seçmen kitlesinde hızlı bir erozyona neden oldu. Söz konusu seçmenin CHP'ye yönelmemesi için AK Parti seçimlerde daha itidalli bir dil kullanıyor. Erdoğan'ın CHP ve DEM Parti dışında doğrudan bir hedef belirlememesi dikkat çekiyor.

Öte yandan kampanyanın sonuna doğru Yeniden Refah Partisi (YRP) ile AK Parti arasındaki ilişkiler de gerildi. YRP'nin çok sayıda yerde kendi adaylarıyla seçime girmesinden öte söylemini tamamen AK Parti eleştirisi üzerinde oturtması iktidar partisinin tepkisini de çekti. CHP ve DEM dışındaki partiler konusunda sert bir dil kullanmayan Erdoğan özellikle Mart'ın ortalarından itibaren YRP'yi doğrudan hedef alan açıklamalar yaptı. Buna karşılık Millet İttifakı'nın diğer bileşenleri olan Saadet, Deva ve Gelecek partilerinin seçimlerde tamamen etkisiz kalacakları kolayca anlaşılıyor. Seçim sonrasında bu partilerin akıbetleri de tartışılır hale gelecektir. Bu etkisiz görünümü nedeniyle adı geçen partiler AK Parti'nin kampanya diline pozitif ya da negatif anlamda hiçbir etkide bulunmuyor.

2023 seçimlerinde Cumhurbaşkanı Erdoğan'ın muhalefete yönelik eleştirilerinin en önemli unsurlarından biri HDP ile yapılan ittifaktı. Millet İttifakı seçimlerin ardından dağıldı ama CHP ve yeni adıyla DEM Parti arasındaki iş birliği devam etti. Erdoğan'ın DEM Parti'nin PKK ile malum ilişkisinin de altını çizerek CHP'ye yönelik sert eleştirilerde bulunması oldukça anlaşılır bir durum. CHP'nin İstanbul başta olmak üzere Antalya, Adana, Hatay ve Mersin gibi çok sayıda yerde büyükşehir belediye başkanlığını yeniden kazanmak için DEM Parti'nin oylarına ihtiyacı bulunuyor. Bu durum CHP'nin DEM Parti'ye belediye meclis üyeliklerinde kontenjan vermesi ve bazı ilçe belediye başkanlıklarını bırakması gibi sonuçlar doğurdu. Mesela İstanbul'da CHP'nin Esenyurt Belediyesi başkan adayının DEM Parti mensu-

⁸ Burhanettin Duran, "CHP'nin Erdoğan'ın Kampanyasına Sunduğu İmkan", *Sabah*, 9 Şubat 2024.

bu olduğu ve seçimden sonra partisine döneceği sıklıkla dile getirilmektedir.⁹ Nitekim CHP daha önce ilan ettiği adayı geri çekti ve “kent uzlaşısı” çerçevesinde belirlendiği söylenen yeni bir adayın ismini duyurdu. Kent uzlaşısı DEM Parti’nin ortaya attığı ve CHP’yle yaptıkları iş birliğinin çerçevesini ortaya koyan bir kavram.¹⁰ Buradan da rahatlıkla anlaşıldığı gibi CHP ile DEM Parti arasında kamuoyuna açıkça deklare edilmeyen ama herkes tarafından bilinen bir seçim uzlaşısı var. Nitekim Millet İttifakı’ndan ayrılan İYİ Parti sözcüleri de artık geçmişte kendilerinin de içinde bulunduğu bu ilişkiyi açığa vurmaktan kaçınmıyor. DEM Parti’nin PKK ile ilişkisini gizlemekten kaçınmaması CHP’nin işini iyice zorlaştırıyor. Cumhurbaşkanı Erdoğan doğal olarak bu iş birliğini vurguluyor ve özellikle milliyetçi tabandan gelen seçmen kitlesinin CHP’ye kaymasını engellenmeye çalışıyor. Ancak geleneksel CHP seçmen kitlesinin bu ilişkiden çok da rahatsız olmadığı son zamanlarda ortaya çıkan seçim sonuçlarından gayet iyi şekilde anlaşılıyor.

Hem yerel hem de genel seçimlerde Erdoğan seçmenini son tahlilde en doğru seçeneğin kendisi ve partisi olduğu yönünde ikna edebilmektedir.

Cumhurbaşkanı Erdoğan’ın geçmişten itibaren en önemli başarılarından biri kendi seçmen kitlesini her durumda konsolide edebilmesidir. Hem yerel hem de genel seçimlerde Erdoğan seçmenini –belirli tepkileri olsa da– son tahlilde en doğru seçeneğin kendisi ve partisi olduğu yönünde ikna edebiliyor. Bunun yanında

9 “CHP’nin Esenyurt Adayı Ahmet Özer’den DEM İtirafı”, *En Son Haber*, 6 Mart 2024.

10 Baki Laleoğlu, “Kent Uzlaşısı Nedir, Ne Değildir?”, *Kriter*, Cilt: 8, Sayı: 88, (2024), s. 30.

Erdoğan’ın kriz yönetme becerisinin de oldukça yüksek olduğu görülüyor. Özellikle kritik sorunlarda çözümün Erdoğan olduğu yönünde seçmenin en az yarısında tam bir güven var. 2023’te yaşanan tüm ekonomik sorunlara rağmen Erdoğan kendi seçmen kitlesinin başka partilere yönelmesini engelledi. Toplumun büyük kısmını yaşanan sorunların geçmişte olduğu gibi yine kendi liderliği altında çözüleceğine ikna etti. Benzeri bir durumun deprem hadisesinde de geçerli olduğu söylenebilir. 6 Şubat depremleri gerçekleştiğinde muhalefetten hemen “hükümet istifa” sesleri yükselmişti. Aynı şekilde muhalefet seçmenin deprem hadisesi ve sonrasında yaşananlar nedeniyle hükümete ağır bir fatura keseceğine ümit beslemişti. Ancak Erdoğan depremin yaralarının en iyi kendisi tarafından sarılabileceğini ortaya koydu. Nitekim deprem sonrasında hemen harekete geçildi ve büyük oranda tahrip olan şehirlerin ayağa kaldırılması hamlelerine hızla başlandı. Bu durum 2023 seçim sonuçlarına da yansdı ve muhalefetin tüm beklentilerinin aksine deprem bölgesinde AK Parti oyunu korudu ve hatta yer yer artırdı. Dolayısıyla Erdoğan’ın kriz yönetme becerisinin bir başka örneğiyle karşılaşıldı. Bu da AK Parti’nin bölge illerinde oy kaybı yaşamamasını engelledi. Aynı durumun dolaylı bir sonucu ise seçimlerde oluşan bu tablonun AK Parti’nin psikolojik üstünlüğünü pekiştirmesidir.

SONUÇ: AK PARTİ’NİN SEÇİM STRATEJİSİ

AK Parti’nin seçimlerde il bazında öncelikli hedefinin sembolik anlamı nedeniyle İBB’yi yeniden kazanmak olduğu söylenebilir. Bu bakımdan seçim kampanyasının odak noktasında İstanbul’un bulunduğu açıktır. İstanbul’un yeniden kazanılması AK Parti açısından seçim zaferinin göstergelerinden biri olacaktır. Bu nedenle partinin ener-

jinin önemli bir kısmının İstanbul'a aktarılması dikkat çekiyor. Ülke düzeyinde yürüyen seçim reklamlarında CHP'nin, İstanbul eksenli reklamlarda ise AK Parti'nin öne çıkması bu durumun kanıtlarından biri şeklinde değerlendirilebilir.¹¹ Elbette CHP'nin ülke geneli ve İstanbul kampanyalarının iki ayrı düzeyde ilerlemesinin Özel ve İmamoğlu arasındaki çekişmeyle de yakından ilişkisi var. Daha doğrusu İmamoğlu, Özel'i ve CHP kimliğini kendi kampanyasına karıştırmak istemezken Özel de bir bakıma liderliğini kanıtlamak için mücadele veriyor. Bu durum muhalefet üzerinde bir baskı meydana getiriyor. AK Parti ise CHP'nin içine düştüğü bu açmazı öne çıkararak kararsız seçmenin oylarının kendisine yönelmesi açısından çaba harcıyor.

Diğer taraftan AK Parti'nin adaylarının kısmen genel kampanyadan bağımsız adımlar attıklarını da söylemek mümkündür. Bu konuda akla ilk gelen örnek İzmir Büyükşehir Belediyesi başkan adayları Hamza Dağ'dır. İzmir'de devam eden kampanya büyük oranda daha önce AK Parti'ye oy vermemiş seçmenin oylarını almak yönündedir. Zira İzmir'de seçimi kazanabilmek için Cumhuriyet İttifakı oylarının üzerine diğer partilerden özellikle de CHP'den gelecek yenilerini eklemek gereklidir. Bu nedenle Dağ'ın stratejisi her kesime eşit mesafede olduğunu ve kimsenin hayat tarzına karışmayacağını göstermeye odaklı şekilde ilerliyor. Dağ'ın kampanyasında dikkat çeken noktalardan biri de partinin genel politikasından farklı olarak hizmet belediyeciliğinin anlatılmasından çok seçmene farklı bir dille ulaşılmaya çalışılmasıdır. Daha önceki seçimlerde

AK Parti sürekli olarak İzmir'in yerel düzeyde yeterince hizmet alamadığı ve belediye hizmetlerindeki eksikliklerden söz etmişti. Bu seçim döneminde yine eksikliklere değinilmekle birlikte farklı bir strateji izleniyor. Dağ, getireceği hizmeti anlatmanın yanında insanların hayat tarzlarına ve farklılıklarına saygı üzerinde duran bir yaklaşım benimsedi.

AK Parti girdiği tüm genel ve yerel seçimlerden birinci parti olarak ayrıldı. 31 Mart'ta da aynı durumun yaşanacağı şimdiden bellidir. Partinin ilk amacı 14 Mayıs 2023 genel seçimlerindeki oy oranını korumak ve hatta daha da artırmaktır. Muhalefet ise her ne kadar dağınık bir görüntü çizse de AK Parti'nin oy oranlarındaki bir azalışı iktidara karşı erken seçim çağrısı yapmak için araç olarak kullanmak isteyecektir. AK Parti doğal olarak üzerinde bu tür bir baskı hissetmemek için oy oranlarını en üst düzeye çıkarmayı hedefliyor. Burada Cumhuriyet İttifakı'nın toplam oy oranı da ayrıca önem taşıyor. AK Parti'nin İstanbul ve Ankara gibi merkezlerdeki başlıca hedefi ise Cumhuriyet İttifakı oylarının tamamını almaktır. Aslında bu hedefe ulaşıldığında kağıt üzerinde İstanbul ve Ankara gibi çok sayıda merkezi yeniden kazanmak mümkündür. Ancak Millet İttifakı dağılmış gibi görünse de İYİ Parti oylarının önemli bir kısmının CHP'ye gitmesi durumu işleri zorlaştırıyor. Başka bir sorun ise Millet İttifakı'nın gizli ortağı DEM Parti'nin yapılan sıkı pazarlıklar sonucunda CHP'ye verdiği desteğini sürdürmesidir. Diğer partilerden gelen destek de CHP'nin yarışın içinde kalmasını sağlıyor. Bu nedenle CHP bazı pazarlıklar aracılığıyla diğer partilere taviz vermek zorundadır. Buna karşılık Cumhuriyet İttifakı'nda ise tüm sürecin şeffaflıkla yürütüldüğü biliniyor.

Oy oranlarının yanında belediye sayısının artırılması da önem taşıyan bir durumdur. Bu açıdan büyükşehirler başta olmak üzere AK Parti'nin elinde bulunan belediye sayısının artırıl-

¹¹ Somut bir örnek Gözlemevi'nin Facebook ve Instagram'ın çatı şirketi Meta'nın verileri doğrultusunda paylaştığı partilerin sosyal medya harcamalarıdır. Buna göre CHP 24 Ocak-22 Şubat 2024 arasında Meta'da 14 milyon 456 bin 733 TL reklam harcaması yaparken bu rakam AK Parti için 8 milyon 292 bin 563 TL olarak gerçekleşmiştir. Aynı süreçte bu mecrada Kurum 5 milyon 448 bin 414 TL ve İmamoğlu ise 4 milyon 103 bin 291 TL reklam harcaması yapmıştır. Bkz. "Dijital Reklamlarda Yarış Kızıdır: Harcamalarda Bu Sefer CHP Önde", Gözlemevi, <https://gozlemevi.io/yerel-secimler-mikro-hedefleme-kampanya-incelemesi>, (Erişim tarihi: 26 Mart 2024).

ması amaçlanıyor. Bu bağlamda parti açısından bir diğer hedef de daha önce hiç kazanılmayan ve özellikle CHP'nin kalesi gibi görülen illerde ilk kez kendi adayının seçilmesini sağlamak şeklinde ortaya çıkıyor. İzmir, Eskişehir, Muğla ve Aydın gibi illeri ilk kez; geçmişte AK Parti'nin yönettiği ancak şimdi CHP'nin elinde olan Adana, Antalya ve Hatay gibi şehirlerde de belediye başkanlığını yeniden kazanmak partinin başlıca arayışı durumundadır. Burada İstanbul ve Ankara'ya ayrı birer parantez açmak gerekiyor. Tekrar altını çizmek gerekirse kampanyanın merkezinde İstanbul'un bulunduğunu söylemek yanlış olmaz. Ancak İstanbul'da karşılaşılabilecek muhtemel bir olumsuz sonucun da AK Parti açısından varlık-yokluk meselesi durumunda olmadığını belirtmekte fayda vardır. 2019 seçimlerinde AK Parti'nin sürpriz şekilde İstanbul'u kaybetmesiyle bir bakıma psikolojik bir eşik de aşılmıştır. Bu nedenle AK Parti için İstanbul'un kaybedilmesi mutlak bir mağlubiyet anlamına gelmeyecektir. Buna karşılık elde olmayan bir belediyenin kazanılmasının yeni bir zafer hikayesi yazılması açısından oldukça fayda sağlayacağı öngörülebilir bir durumdur. İstanbul'da muhalefetin üzerindeki baskı ise çok daha ağırdır.

2023 seçimlerinde İBB Başkanı Ekrem İmamoğlu, İYİ Parti Genel Başkanı Meral Akşener kendisini açıkça desteklemesine rağmen Millet İttifakı tarafından cumhurbaşkanı adayı olarak gösterilmedi. Kılıçdaroğlu tüm muhalefetin blok halinde davranması nedeniyle kazanabileceğini düşündüğü seçimlerde kendi adaylığı üzerinde ısrarcı oldu. Seçimlerdeki yenilginin ardından aday gösterilmemesinin rövanşını da alan İmamoğlu'nun öncülüğünde

Kılıçdaroğlu devrildi. Yeni CHP Genel Başkanı Özgür Özel'in İmamoğlu'nun desteğiyle seçildiği ve koltuğunun çok sağlam olmadığı biliniyor. İmamoğlu ise parti içindeki gücünü ve Türk siyasetindeki konumunu mevcut koltuğuna borçludur. Yeniden seçilememesi İmamoğlu'nun siyasi geleceğinin tehlikeye girmesine yol açacaktır. Koltuğunu İmamoğlu'nun desteğiyle elde etmesi nedeniyle Özel'in serbest şekilde hareket edebilmesi için sırtından bu yükü atması gerekiyor. İmamoğlu'nun kazanmaması bu bakımdan Kılıçdaroğlu ekibi kadar Özel için de kötü bir ihtimal olmayabilir. Aslında Özel açısından bir paradoks da söz konusudur. İmamoğlu'nun vesayetinden çıkabilmesi için İstanbul'da alınacak bir mağlubiyete ihtiyaç var. Ancak bu mağlubiyet Özel'in genel başkanlıktaki ilk sınavında başarısız bir tabloyla karşılaşılmamasına neden olacaktır. AK Parti ise güçlü liderlik etmeni nedeniyle bu tür tartışmaların uzağında bulunuyor. İktidar partisinin bu anlamda üzerindeki baskı çok daha hafiftir.

Türkiye 2023 seçimlerinde yeniden Cumhurbaşkanı Erdoğan'a devlet yönetimini beş yıllığına emanet etti. Meclisteki çoğunluk da Cumhuriyet İttifakı'nda bulunuyor. Daha açık bir ifadeyle Erdoğan çok kısa bir süre önce güven tazeledi. Muhalefet ise oldukça dağınık ve parçalı bir görünüm sergiliyor. CHP içinde yaşanan lider değişikliğinden sonra sular henüz durulabilmiş değil. Millet İttifakı da tamamen dağıldı. Bu şartlar altında yeni bir seçim çağrısında bulunulması imkansız görünüyor. Dolayısıyla sonuçlar ne olursa olsun 31 Mart seçimlerinin siyasi topografyada anlamlı bir değişiklik yapacağını beklemek anlamlı değildir.

31 MART'A DOĞRU AK PARTİ

HAMİT EMRAH BERİŞ

SETA | ANALİZ

AK Parti 31 Mart 2024 Mahalli İdareler Genel Seçimlerinde Cumhuriyet İttifakı çerçevesinde MHP ile iş birliğini sürdürdü. Bu kapsamda AK Parti 28 büyükşehir ve 46 il belediye başkanlığı için aday gösterdi. Diğer iller Cumhuriyet İttifakı ortağı MHP'ye bırakıldı. AK Parti'nin öncelikli hedefi mevcut oy oranını korumak ve ardından da elindeki belediye başkanlığı sayısını artırmak olarak beliriyor.

Diğer yerel seçimlerde olduğu gibi 31 Mart öncesinde de AK Parti hizmet belediyeciliği üzerine vurgu yaptı. Bu bağlamda özellikle 2019'da CHP'ye geçen İstanbul ve Ankara büyükşehir belediyelerinde yaşanan hizmet açığı üzerinde duruldu. Kampanyada ana slogan rakiplerin temel belediyecilik hizmetlerinde yaşadıkları sorunlara gönderme yapılarak "Gerçek Belediyecilik" şeklinde belirlendi.

Seçim sürecinde 2019'da CHP'ye karşı kaybedilen İstanbul'a özel bir önem verildiği dikkat çekti. İBB başkan adayı olarak belirlenen önceki Çevre, Şehircilik ve İklim Değişikliği Bakanı Murat Kurum şehrin karşı karşıya bulunduğu deprem riskine yönelik kapsamlı çalışmalarla seçmenin karşısına çıktı. Cumhurbaşkanı Erdoğan tarafından yürütülen seçim kampanyasında özellikle CHP'ye yönelik eleştiriler ön plana çıktı. CHP'nin DEM Parti ile yaptığı ve artık iyice alenileşen ittifaka özel bir vurgu yapıldı. Bu analizde AK Parti'nin yerel seçim kampanyası, söylem ve stratejisi üzerinden genel bir değerlendirme yapılmaktadır.

www.setav.org

ANKARA • İSTANBUL • WASHINGTON D.C. • BERLİN • BRÜKSEL