seveceksen radikal sev



ATEŞ İLYAS BAŞSOY
(bir dost)

AYRINTI

2. BASIM

Beyaz Kitaplar Dizisi
Ayrıntı Yayınları



ATEŞ İLYAS BAŞSOY: 1971 Bursa doğumlu iletişimci, yazar ve matematikçi. Bir dönem *BirGün* gazetesinde yazdı. Basılan ilk kitabı 1997 tarihli *Yüksek Volüm*'dür. Seçme sınavlarında matematik sorularını çözme yeteneğini geliştirmek üzerine yazdığı *ÖSS Matematikte 20 Soru Garanti* adlı kitabıyla dikkat çekti, 2008'de basılan *Reklamcı Nedir?*, 2011'de basılan *AKP Neden Kazanır? CHP Neden Kaybeder?* adlı kitapları çok satanlar listesine girdi. Yirmi yıldır Diyalojik İletişim, Yeni Kentliler, Sevginin Kökeni ve Dönüştürücü Gücü gibi konularda çalışıyor. Reklam Yaratıcıları Derneği Başkanlığı'nı yaptı, Türkiye Zekâ Vakfı genel kurul üyesidir.

Seveceksen Radikal Sev

CHP Neden Kazandı? AKP Neden Kaybetti?–1

Ateş İlyas Başsoy

Ayrıntı: *1434*
Beyaz Kitaplar Dizisi: *27*

Seveceksen Radikal Sev
CHP Neden Kazandı? AKP Neden Kaybetti?-1
Ateş İlyas Başsoy
atesilyasbassoy.com / atesilyasbassoy@gmail.com

Yayıma Hazırlayan
İlbay Kahraman

Son Okuma
Öykü Badur

© Ateş İlyas Başsoy, 2020
Bu kitabın tüm yayım hakları
Ayrıntı Yayınları'na aittir.

Kapak Tasarımı
Ceren Güzeldoğu Koçak

Dizgi
Kâni Kumanovalı

Baskı ve Cilt
Deren Matbaacılık Ambalaj San. ve Tic. Ltd. Şti.
Beylikdüzü OSB Mah. Orkide Cad. No: 9/Z Merkez Köyü / Merkez Bucağı /
Beylikdüzü / İstanbul - Tel.: (0212) 875 48 86-87 Fax: (0212) 875 48 88
Sertifika No.: 47881

Birinci Basım: *Temmuz 2020*
İkinci Basım: *2020*

Baskı Adedi 2000

ISBN 978-605-314-469-4
Sertifika No.: 10704

AYRINTI YAYINLARI
Basım Dağıtım San. ve Tic. A.Ş.
Hocapaşa Mah. Dervişler Sok. Dirikoçlar İş Hanı
No: 1 Kat: 5 Sirkeci – İstanbul
Tel.: (0212) 512 15 00 Faks: (0212) 512 15 11
www.ayrintiyayinlari.com.tr & info@ayrintiyayinlari.com.tr

t itter.com/ayrintiyayinevi facebook.com/ayrintiyayinevi instagram.com/ayrintiyayinlari

Seveceksen Radikal Sev

CHP Neden Kazandı? AKP Neden Kaybetti?–1

Ateş İlyas Başsoy

BEYAZ KİTAPLAR DİZİSİ

BİR TÜRK FİLMİ OLARAK KANSER
Kanserle İletişim
Prof. Dr. Ahmet Erözenci

BURADASINIZ
Christopher Potter

KÖMÜRKİRCHEN
"Kömür Yalnız Kara Değil"
Yaşar Miraç

ANNE BAK KRAL ÇIPLAK
Kuralsızlığın Kuralları
Melih Pekdemir

GASTRO GÖSTERİ
İlkay Kanık

ZAMANIN İZİNDE
Enis Rıza, Ercan Kesal

JACK KEROUAC'IN YALNIZ HAYATI
Anlatım Her Şeydir
Joyce Johnson

ÇİZİK
Beysun Gökçin

HÂLÂ ŞAFAKTA
GELİYORLAR ANGELA
Güray Öz

MARX'IN İŞÇİ ANKETİ
Üzerine Bir İnceleme
Onur Bütün

DENİZE GÖMÜLENLER
Suriyelilerle Avrupa Yolunda
Wolfgang Bauer

MİLYONLARDAN BİRİ
Modi'nin Suriye'den Kaçışı
Lotta Nuotio

EMEK VEREREK DEMOKRASİ
Gülay Kutal

KOÇGİRİ
Aşiret, Kimlik, Siyaset
Gültekin Uçar

Sadık Şendil'e

Sözcükler kiralıktır.
– Mihail Bahtin

Ateşi biz yakmadık, o hep yanıyordu.
– Billy Joel

Sevgisinin büsbütün yendiği kin, sevgi halini alır ve sevgi bu sebepten dolayı, kendisinden önce bir kin bulunmayan sevgiden daha büyük olur.
– Spinoza

Köleler özgür olmak istemez. Köleler kral olmak ister.
– Marilyn Manson

Bütün dünya işçileri, birleşin.
– Karl Marx

Esirgeyen ve bağışlayan Allah'ın adıyla
– Müminlerin günde ortalama yüz kez söylediği ayet.

İçindekiler

Giriş 15

Nasıl Okumalı? 20

1 Seçimi Herkes Kazansın 23
9 OCAK 2018 – CHP GENEL MERKEZİ 10. KAT 23
18 NİSAN 2018 – CHP 12. KAT 25
FAST FOOD'DAN FAST MOOD'A 25
SUNUM NASIL YAPILIR? 28
DİNLEYİCİLER 29
SIFIR TOPLAMLI OYUN 30
WIN WIN OYUNU 31
FAYDA 34
TÜRKİYE'NİN TAMAMINA SUNUM YAPMAK 35

2 Diyalojik İletişim 41
AKP'NİN OYUNU 41
SEDA SAYAN FOREVER 42
SIFIR TOPLAMLI TARİH 43
SIFIR TOPLAMLI OYUNA GELMEK 44
İKİ İLETİŞİM TARZI 44
DİYALEKTİK İLETİŞİM 45
DİYALOJİK İLETİŞİM 48
BÜYÜK DİYALOGLAR 51
KARNAVAL TOPLUMU 55
HALAY 56
ŞİMDİ DİYALOJİ ZAMANI 57

3 Kentim İstanbul 61
NEW YORK'TAN SEVGİLERLE 61
BURADA BİLE MÜSLÜMANLAR VAR 63
İLİM KENTİNİ BİLMEKTİR 63
SELAM 66
İKİ İSTANBUL 66
HEMŞERİM 67
KUCAKLAŞMA 67
İZLEMEK 68
ANTALYA DENEYİ 69
PASTEUR ANTALYA'DA 70
AKP NEDEN KAZANIR? CHP NEDEN KAYBEDER? 71

31 MART 2019 KAMPANYASI, 29 MART 2009 KAMPANYASININ TEKRARI ... 72
KILIÇDAROĞLU'NU NASIL BİLİRSİNİZ? ... 73
BAŞLANGIÇTA GÖKHAN GÜNAYDIN VARDI ... 75
AKP'NİN ŞİFRESİ ... 76

4 Kökler ... 79
CABBAR ... 79
CAFER ... 80
ÇARPIK ÜLKELEŞME ... 82
GÜNEŞ SOKAK ... 83
TESETTÜRE ÖVGÜ ... 85
HASET, KISKANÇLIK ... 87
SHABANİ NONDA'NIN TÜRK SİYASET VE TİCARET HAYATIYLA İLGİSİ ... 89
CAMİ DERNEKLERİ ... 94
TÜRKİYE GAZETESİ'NİN ÇOCUK SAYFASI ... 95
DARÜL HARP'TAN PRONET'E ... 97
PALTOYU ÇIKARMAYANLAR ... 99
ÜÇÜNCÜ NESLİN AYAK SESLERİ ... 100
YOKSUL, YOKSUL MUDUR? ... 102

5 AKP Neden Sevilir? ... 107
AKP'Yİ SEVEN ÜÇ SEÇMEN TİPİ ... 108
AŞKIN GÖZÜ KÖR MÜ? ... 112
1- AHMEN HAKAN HAKLI MI? ... 113
Yavaş Yavaş Ödersin ... 114
Değirmenin Suyunu Düşünmemek ... 115
Fena Mı Oldu? ... 116
Olumlu Anlatı ... 117
Yeni Bir Yoksulluk Tanımı ... 118
2- FETİŞ YETİŞ ... 119
Neden Önce Duble Yol Yapıldı? ... 120
Yol Fatihi Özal ... 120
İstanbul İzmir Otobanı Neden Bu Kadar Gecikti? ... 121
Türkiye'nin "Gerçekleri" ... 123
Duble Yol Değil "Dubleleştirilen Yol" ... 123
Köprüler Üzerinden İyi Parti ve Saadet ... 124
Muhalif Sağda "Chp Gibi Muhalefet" Saplantısı ... 125
Yaşasın Fetişizm ... 126
3- AKP'NİN ADALETİ ... 127
Seni Cimer'e Söylerim ... 128
4- DÜNYA HALİ ... 129
5- INFOBEZİTE VE ÖLÇEKSİZLİK ... 130
Göz Görmeyince ... 131
Reis Bilir ... 132
Çok Bilgi, Hiç Bilgi ... 133
Coronaya Karşı Büyük Zafer ... 134

6- FRACTAL GEOMETRİ VEYA HESAPSIZLIK 136
Gelişine Vurmak 137
Bence Sen de Haklısın 138
Doktorlar Pimpiriklidir 140
Basit Basit Midir? 140
7- AKP'Lİ BAŞARILI BELEDİYELER. 141
8- PROMOSYON 143
9- MASALLAR 145
10- ELEŞTİRİSİZLİK 150
SONUÇ 152

6 Genel Strateji 155
BEN GÜNDELİK SİYASETTEN ANLAMAM, BURAYA YEREL SEÇİM İÇİN GELDİM 155
SELİM TÜRKHAN SARMALI 156
YERELİN GENELDEN FARKI 157
YAPACAĞIMIZ İŞLER 158
ROCKY NAKAVT MI ETTİ? 158
ALİ TARAN'IN YAPTIKLARI 159
GENEL KAMPANYA YETMEZ 160
EN AZ YÜZ KAT FAZLA İŞ 161
HAUTE COUTURE KAMPANYALAR 162
İSTANBUL'DA SADECE 4 İLÇE GARANTİ 163
AKP, COCA-COLA GİBİ 165
26 EYLÜL 2018 166
CHP'NİN ELİNDE NE VAR? 167
MUHALEFET ESNAFLARINA DİKKAT 168
KARAGÖZ'ÜN DAYAĞI 169
RECEP İVEDİK KARAGÖZ'DÜR 170
HACİVAT'I ÖLDÜRMEK 171
"FUCK TRUMP" TİPİ MUHALEFET 172
SİSTEM NASIL İŞLİYOR? 174
SENİ SEVMEYEN ÖLMESİN 176
RADİKAL SEVGİ 177
SEVGİ İLE RADİKAL SEVGİNİN FARKLARI 177
YETMİŞLİ YILLAR 179
MUHALEFET ESNAFLARINA SAVAŞ 179
ZITLAR BENZER 180
CHP'NİN LİMON SEVDASI 181
TÜRKİYE'Yİ DOĞRU GÖRMEK 182
SİYASAL REKLAM, TİCARİ REKLAMI KAPSAR 187
ŞİFREYİ BİLMEDEN KAPI AÇILMAZ 188
OKUYAN OKUYAMAYANA BORÇLANIR 189
TÜRKİYE'Yİ DOLAŞACAĞIZ 190
SAHRA HASTANESİ 191
AKP'NİN SÖZLÜĞÜ, CHP'NİN SÖZLÜĞÜ 192
ALGI KANSERLERİ 193
BANA REKLAMCI DEMEYİN 195

ATEŞ İLYAS BAŞSOY KURALLARI 195
GÜZELLİKLE KONUŞMAK 196
CHP'YE NELER ANLATTIM? BU KİTABA NE KADARINI AKTARDIM? 197

7 CHP Örgütlerine Övgü 201
TESPİH STANDART DONANIM 205
MÜHİM OLAN SİZSİNİZ, REKLAM DEĞİL 205
TÜRKİYE'Yİ NASIL BİLİRSİNİZ? 206
ŞERİATÇI ANNE 209
SURİYE KONUSU 211
KARA GİRDAP 212
TOPLUMU NASIL BÖLÜYORLAR? 213
CHP VE HDP'NİN YALITILMASI 214
ERDOĞAN'A VE BAHÇELİ'YE HAKARET ETMEYECEĞİZ 215
TAHİN OLUN, PEKMEZ OLUN 215
KILIÇDAROĞLU'NA HAKARET EDİLEBİLİR Mİ? 216
BU OYUNDAN ÇIKACAĞIZ 218
BANA ONAY VERİYOR MUSUNUZ? 218
YARADILANI HOŞ GÖRMEK 219
SİYASETSİZ SOHBETLER 220
SEVGİYE SAYGI 221
RADİKAL SEVGİ YALAN MI? 222
RADİKAL SEVGİ NAİFLİK Mİ? 223
İLGİDE SEÇİCİLİK 224
TWITTER'DAN ÇIKIN 224
SOSYAL MEDYA BİR BIÇAKTIR 225
%99 GÜZELİZ 228

8 Radikal Sevgi Kitabı 231
9 Ayşe Hanım'a Göre Stratejiler 233
AYŞE HANIM NE GÖRDÜ? 234
AYŞE HANIM'IN KARARI 238

10 Başkan Adaylarının Stratejileri 241
HER ŞEYİ SEN Mİ BİLİYON? 253
STRATEJİLERİ ADAYLARA NASIL ULAŞTIRDIK? 254
SÜREÇ İÇİNDE KİTABIN DESTEĞİ 256

Ekler

Ek 1 - Diyalojik İletişimle İlgili Sorular ve Yanıtlar 261
DİYALOJİK İLETİŞİM SAHTEKARLIK MI? 261
DİYALOJİK İLETİŞİM İYİ, DİYALEKTİK İLETİŞİM KÖTÜ MÜ? 262
DİYALOJİK İLETİŞİM HER KOŞULDA İŞE YARAR MI? 262
DİYALOJİK İLETİŞİM UZLAŞMA MI? 263
DİYALOJİ DÜRÜSTLÜK MÜ? 265
DİYALOJİK İLETİŞİM MAVRA MI? 266
DİYALOJİ UYGULANABİLİR Mİ? 267
DİYALOJİK İLETİŞİM HAYALCİLİK Mİ? 267

Ek 2 - İş Tanımları 269
Ek 3 – Seçim Öncesi Swot Analizi (Eylül 2018) 272
CHP'NİN GÜÇLÜ YÖNLERİ 272
CHP'NİN ZAYIF YÖNLERİ 273
BU SEÇİME ÖZEL FIRSATLAR 275
CHP'YE YÖNELİK TEHDİTLER 278

Kaynakça 280

AKP, CHP'ye iki kez yenildi. Biri 2009'da Antalya'da diğeri 2019'da yurt genelinde.

Ben her iki kampanyayı da yapan kişiyim.

2009'da Antalya'da yapılanlar, 2019'da yüzden fazla seçim bölgesi ve Türkiye geneline uyarlandı.

Seçimden sonra her biri kendi ülkelerinin ana akım medyasından çok fazla yabancı gazeteci benimle röportaj yaptı. Türkiye'de pek soran soruşturan olmadı. 2009 seçiminden sonra CHP'den kimse beni aramamıştı, yine aramadı, bu açıdan bir tutarsızlık yok. 2009 seçiminden sonra AKP'den iki ayrı ekip benle toplamda bir haftadan uzun süre görüştü ve neden yenildiklerini sorguladı, 2019'dan sonraysa bir tek AKP'li bile aramadı. Bu örnek CHP'nin neden kazandığını açıklamıyor ama AKP'nin neden kaybettiğini açıklıyor olabilir.

Partiler kendi fanuslarında, kendi destanlarını yazarken Levent'ten metroya binen bir delikanlı, Kartal'da yaşayan sevgilisiyle buluştu. Delikanlı etkileşimli tasarım okumak için İtalya'ya gidecekti, genç kız İmam Hatip son sınıfta üniversiteye hazırlanıyordu. Caddebostan parkında taşların üzerine oturdular ve denizi izlerken birbirlerine sımsıkı sarıldılar.

Bu kitap tahrifli tarihten mamul kavanoz siyasetçileri için değil, sahilde sımsıkı sarılmış o gençler için yazıldı.

Giriş

"Bir genç kızın avucunda bir cam parçası var. Kız camın içinde kedi fotoğrafını gördü ve güldü. Sonra bir şehit fotosuna üzüldü. Ardından eski sevgilisinin bir arkadaşını kıskandı. Bir başka fotoğraftan tiksindi, bir başkasını küçümsedi. Beğendi ve beğenmedi. Tüm bunlar on saniye içinde oldu."

Dünya yeni tür bir totalitarizm tehdidi altında ve nasıl mücadele edeceğimizi pek bilmiyoruz.

Eskiden diktatörler vardı, şimdi hipoktatörler var. Diktatör emrederdi artık emri anlayana kadar emir değişiyor. Bir an önce dost olan, bir an sonra düşman oluyor. Akışa kapılmak, anı yaşamak, gelişine vurmak. Fast Mood Çağı dediğim günümüzün yükselen sözleri bunlar.

Yetmişlerde devrimci örgütler, "Onların silahı varsa bizim de olmalı" diye iktidarlara karşı silahlı mücadeleye giriştiler. Bahsettikleri silahlar tüfek, tabanca gibi ateşli silahlardı. Bu silahlar varlıklarını hâlâ sürdürseler de günümüz totaliter liderleri çok daha etkili bir silahtan güç alıyorlar: Yalan... Yalanın tahrip gücü o kadar yüksek ki karşısında hiçbir hakikat ayakta kalamıyor.

Yetmişlerdeki devrimci örgütleri örnek alırsak, "Madem günümüzün en büyük silahı yalan, o zaman biz de bu silahı kullanalım" diyebiliriz. Naif ve boş bir çaba olur bu. "Yalan" Orta Çağ masalları, bilgi karmaşası, utanmaz gazeteciler, fırsatçı siyasetçiler, gizli servisler, doymayan komisyoncular, kitlesel aptallık ve üretimden gelmeyen paradan güç alıyor. Yalanı yalanla yenmeye olanak yok. Basit bir yalancı bile, gerçek bir dürüstü ilk yumrukta yere serer.

Peki yalan imparatorluğuyla nasıl mücadele edilir? Bu imparatorların bir aşil topuğu yok mu? Yalan yenilemez mi? Yoksa her şey yalan mı?

Yazık ki bir belediye seçiminden hareketle bu kritik sorulara doyurucu yanıtlar vermek mümkün değil. Yine de elinizdeki kitabın bunun için ileride yazılacak rehberlere bir iki malzeme çıkarabileceğini umuyorum.

AKP yalancı, CHP dürüst demek istemiyorum. Her partide dürüst insanlar var, tıpkı her partide yalancılar olduğu gibi. İyilik kötülük partilere göre ayrılmıyor ama iktidar alanlarına göre ayrılabiliyor. İktidar olsa CHP'nin ne yapacağını henüz görmedik. Teklif edilmemiş olanı reddetmiş sayabilir miyiz?

Tayyip Erdoğan'ı nasıl tanımlayabiliriz (veya nasıl özgürce tanımlayabiliriz)? Bir kahraman veya canavar betimlemesi yapıp bütün bir çeyrek yüzyılın faturasını bir kişiye kesmek konuyu hayli basitleştirmek olurdu. Hakkımda yazılan tek bir negatif yorum karşısında deliye dönüyorum ve kimliğini bilmediğim birinin yazımın altındaki kalp ikonuna basmasıyla mutlu oluyorum. Çağımızın bütün ahmaklığı bende de aynen var. Balkonumun altında bekleşen milyonlar ve pireme deve diyen ekiplerle yirmi yıl geçirseydim Erdoğan'ın yaptıklarının

on mislini yapabilirdim. Konumuz kişiler, kişilikler değil; bu kişi ve kişilikleri üreten sistemler.

Barındığı kampın şekline giren sözcükleri mümkün olduğunca dikkatli kullanmaya gayret ettim. Bir doktor için muayene ettiği kişinin AKP'li veya CHP'li olması fark etmez, ben de bu kitabı bir doktor nesnelliğiyle parti ayrımı yapmadan yazmaya çalıştım. Ayrıca siyasete o kadar soldan bakıyorum ki sağımda duran siyasi partilerin ara mesafelerini kolayca ayırt edemiyorum.

Yazım sürecinde tevazu, korkaklık ve kibir kavramları hakkında fazlaca düşündüm. Yaptığım bir şeyi yapmamış gibi yazınca bu beni mütevazı mı gösterir veya yaptıklarımı aynen yazdığımda bazılarınca "kibirli" bulunacaksam bu yaftanın korkusuyla on yaptığımı beş diye mi anlatmalıyım? "Olgun başak eğri durur" ve "Tevazu gösterme gerçek sanırlar" sözlerinin her ikisini de atalar söylemiş, hangisine inanacağım? Korku tevazudan çıkınca mı kibir oluyor yoksa kibre eklenince mi tevazu oluyor? Sağlama mı alalım? Belirgin tevazu tıpkı belirgin nezaket gibi daha derin bir kibrin belirtisi olabilir mi? Gel de çık işin içinden.

31 Mart 2019 yerel seçiminden çıkartılacak çok ders var ama bu dersleri verecek pek okul yok. Çok güzel bir şey oldu ama kimse bunun ne olduğunu tam olarak kavrayamadı. Bilgi boşluğunu hurafeler dolduruyor. Ne yaptığımızı bilemezsek ne yapacağımızı nasıl bilebiliriz?

Trollerin merakla beklediği yanıtı peşinen vereyim: Yerel seçimler benim yüzümden kazanılmadı. Hiçbir geminin yönünü değiştirmedim. Milyonlarca insanın aklı ve fikriyle yönlenen, gelişen, değişen bir toplumu anlamaya ve mümkün olduğunca çok insanı bir söz birliğinde buluşturmaya çalışan biriyim. Bu konuda da yalnız değilim, öncü değilim, sebep değilim ve sonuç da değilim. Kısacası bu bir "Sen neymişsin be abi" kitabı değil ama "Biz neymişiz be ablalar, abiler" kitabı olabilir.

Kitabın içinde birinci tekil gibi konuşuyorum ama sürecin hiçbir aşamasında yalnız olmadım. Ankara'da Seyit Torun, Selami İnce, Mehmet Ali Çalışkan; İstanbul'da kendi ekibim-

de Ümit Alan, Özgür Metin, Ceren Güzeldoğu Koçak başta onlarca kıymetli insanla birlikte hareket ettim. Bunun dışında okuyunca göreceğiniz gibi her seçim bölgesinde o bölgenin CHP örgütleri ve adayın kendi ekipleriyle beraber çalıştım. Hiçbir fikir hiçbir kimseye ait değil, her fikir herkese ait.

Değişimler ve seçimler, birbirlerini yaratıyorlar. Bu nedenle tarihten, diyalektikten, hayattan bağımsız bir seçim aramamak gerek. "Seçim"den kastım da sadece oy kullanmak değil. Seçmenin seçimlerini sadece "seçim"e indirgemesi kadar kötü bir fikir olamaz. Beni ve bu kitabı doğrudan ilgilendiren konu: Nasıl bir insan olmayı seçeceğimiz.

Sunumlar yaparken araya birçok anı, alıntı, kıssa ve hisse katarım. Bu kitabı yazarken de tüm Türkiye'ye bir sunum yaptığımı düşündüm ve sunumlarımdaki üslubumu kullandım. İsteyen bir roman gibi okur, isteyen ilgisini çeken bölümlere bakmakla yetinir. Bugünü kavramaya çalışırken yararlandığım anılarımı sizlerle de paylaşmalıyım diye düşünüyorum çünkü bu "düşündüğüm" ve "anlattığım" arasındaki "diferansiyel"i azaltabilir. Belki iyi bir fikir değildir. Belki bazı okurlar "Bilgi almak için satın aldığım kitabı hikâyelerle doldurmuş" diye bana kızabilir.

Bu bir iletişim kitabı. Çikolata reklamlarıyla ilgili olsa çikolatadan bahsederdi, siyasetle ilgisi de bu düzeyde. Öte yandan siyasete hiç bulaşmamış "%100 organik" bir aşk kitabı bile olamaz bence. Skunk Anansie'nin sözleriyle: "Yes it's fucking political, everything's political..."

Bu kitap bir deneyim aktarıyor ve bir iletişim modeli öneriyor. Tüm siyasi partiler veya oluşumlar hatta ticari markalar bu deneyimden yararlanabilirler ve önerdiğim iletişim modelini kendileri için kullanabilirler.

Deneyim anlatan kitaplarda yazarın sağlıklı kiplerin arkasına sığınma şansı azalır, akademik yazıların güvenli (çünkü steril) üslubu kullanılamaz. Öte yandan görecekseniz ki bu kitapta uzun kuramsal açıklama teşebbüsleri de var.

Kimi tanıdıklarım "Yaptığın her işi yazarsan, AKP'liler bundan yararlanmaz mı?" dediler. Birincisi, sözleşme sınırlarım dışında bir şey paylaşmıyorum, paylaştıklarım zaten

yapılanlara bakarak rahatça anlaşılabilinir deneyimler, Windows olmaktansa Linux olmak her zaman iyidir. İkincisi, kitabın önerdiği "Diyalojik İletişim", "Radikal Sevgi" gibi kavramlarından keşke AKP'liler de yararlansa ve bir dahaki seçim "Radikal Sevgi"ler yarışsa. Bu sadece AKP için değil, herkes için iyi olur.

Dünyanın sırrını keşfettiğimi iddia etmiyorum. "Seçim"e dayalı bir sistemde, mümkün olduğunca fazla insanla nasıl dönüştürücü bir iletişim kurabiliriz? Bu bildik soruya yanıt arayan ve yazarın deneyimlerine göre bir yanıt da sunan bir kitap elinizdeki... Tıpkı "Nasıl zayıflayabilirim?" sorusuna yanıt veren binlerce farklı kitap gibi.

Terry Eagleton'ın sadık bir okuru olarak, iyimser bir insan olamadım ama hiçbir zaman da umudumu kaybetmedim.

Seveceksek radikal sevelim... Yeni gelenlere selam olsun.

Nasıl Okumalı?

2011'de yayınlanan "AKP Neden Kazanır? CHP Neden Kaybeder?" adlı kitabımın dört farklı okur kitlesi olmuştu: Üniversiteliler, CHP'liler, AKP'liler ve bu ayrımların dışında kalan bazı meraklı okurlar.

Farklı okur kitlelerine seslenmek bu kitabı yazarken en zorlandığım konu oldu.

Bazı okurların "fazla detay vermişsin" diyebileceği bölümler olacak ve aynı konu için bazı okurlar da "yeterince detaylı anlatmamışsın" diye eleştirecek. İlk kitapta bunu yaşadım, bu kitabın ön okumalarında da farklı okurlardan benzer tepkileri gördüm.

Bir okurun "Şu bölüm fazla akademik olmuş, orayı kısalt" dediği yeri, bir başka okur, "Hocam, tadı damağımızda kaldı, keşke biraz daha derine inseydin" diye yorumladı. Kimi okurların "Çok tekrarlamışın" dediği bir konuya, bir başka okur kitlesinin "Kitapta bu konu niye yok?" dediği de oldu.

Kitaptaki deneyimleri yaşarken ömrüm, kitabı yazarken de bir yılım geçti. İsterim ki herkes atlamadan sonuna kadar okusun. Ama bu isteğimle sizi zorlamaya hakkım yok. Sıkıcı bulduğunuz veya sizi ilgilendirmediğini düşündüğünüz yerleri lütfen hiç çekinmeden atlayın.

Beceriksizliğim ve cahilliğimle birçok hata da yapmış olabilirim. Takıldığınız yerleri bana mesaj atarsanız ileride daha hatasız nüshalar çıkmasına yardımınız dokunur.

Kitabın içinde bazı kaynaklardan cümle cümle alıntılar var, onları ilgili kitabın adını ve alıntının sayfasını not ederek paylaştım. Genel olarak katkılar yapan onlarca kıymetli kitabı da ilk kitabın sonuna "kaynakça" olarak listeledim. Bu listeyi bir "okuma listesi önerisi" olarak da değerlendirebilirsiniz. Gerçi çoğu (bu kitap gibi) kara kuru bilgi kitapları, bunları okuyacağınıza roman okuyun. İyi romanlar kâğıtların ev sahibidir.

Bir de 2011 tarihli "AKP Neden Kazanır? CHP Neden Kaybeder?" kitabımdan bolca alıntılar var. Onları yanlarına parantez içinde sadece sayfa sayısını koyarak kullandım.

Not: Neden okumak istediğini açıklayan öğrencilere kitabımı ücretsiz yollamaya çalışacağım. Öğrencinin sigara içmemesi ve cep telefonunun son model pahalı bir telefon olmaması kaydıyla; onlara para bulan kitaba da bulmalı çünkü.

atesilyasbassoy@gmail.com

Hiçbir parti, sivil toplum kuruluşu veya belediye tarafından desteklenmedi.

Nasıl başlayalım?
Sence?
Bir flashback iyi gider mesela.
Aslında var.
Beş yıl önce Ankara mı?
Yok, daha önce.
On yıl önce Antalya o zaman.
Kırk yıl önce Bursa... 1979...
Ooo çok acayipmiş.
Sanırım bu kitabın her sayfası acayip olacak.
E başlayalım o zaman, 1979 mu diyoruz?
Onu kitabın sonlarına saklayalım. 2018 Ocak ayı daha iyi bir başlangıç.
Kamera pencereye pan, görüntü hafifçe kararır.

Bölüm 1

Seçimi Herkes Kazansın

9 OCAK 2018 – CHP GENEL MERKEZİ 10. KAT

Seyit Torun karşımda duruyor ve söylediklerimi anlamaya çalışıyor. Tekrar ediyorum:

"Genel Merkez'den yürütülen bir tek kampanya ile seçimi kazanamayız. Bize kampanya değil, kampanyalar gerek. Ayrıca tek başına reklam kampanyası hiçbir işe yaramaz. Bütün atmosfer değişmeli. Hedef illerde ve kritik ilçelerde ayrı ayrı kampanya yapmalıyız. Ulusal kampanya bunları destekler ve bunlarla paralel gelişir ama aynı anda en az yirmi ilde ve otuz ilçede olmamız; toplamda yüzden fazla seçim bölgesiyle bir araya gelmemiz şart."

Seyit Torun böyle anlarda masanın bir köşesine, orada çok önemli bir şey varmış gibi bakar:

"İyi de Ateş, nasıl yapabilirsin ki bunu? Çok zor değil mi bu iş?"

"Zor ama tek çare bu. Hem kendi işimi hem senin işini zorlaştırdığımın farkındayım. CHP'nin alıştığı şey bir ajansın seçime bir ay kala çalışmaya başlaması; bir slogan, iki reklam filmi, üç gazete ilanı yapması... 2014'te başkan adaylarına yurttan sesler korosu gibi şarkı söylettiler. Bugün benden de beklenen buysa, beni unutun. Bir saçmalığa ortak olamam. Ancak benim söylediğim gibi kapsamlı bir çalışma olursa başarı yakalanabilir. Aksi halde ben yokum."

Bir sessizlik...

"Ve elbette tek başına bu da yetmez. Bana %100 inanmanız gerek. Sen inanırsın ama Genel Başkan da inanmalı. Gerçi o da inanır ama MYK'daki herkes, çoğunluk değil, hepsi inanmalı... Ve bana araştırma gerek, en iyisinden, en çaprazından, en derininden; sadece seçim sonucunu tahmin eden değil, bölgenin yapısını, fırsatları tehditleri gösteren çok boyutlu gerçek sosyal doku araştırmaları. Ve tabi adayların harika insanlardan oluşması gerek. Yani adayları ne başkan, ne sen, ne parti örgütleri seçmeli; adayları halk seçmeli. Halkın nasıl bir aday istediğini bulmak için de araştırma yapmalı. Burada niye bu kadar cezerye var?"

"Her gelen cezerye getiriyor, arka odada bir ton cezerye var... Tamam, bir sunum hazırla, haftaya buluşalım.."

Sonra?

Sonra bir sunum hazırladım. Ve bunu Seyit Torun'la birlikte Haluk Koç'a sunduk. Ardından Kemal Kılıçdaroğlu'na bir sunum yaptım. Sonra bu sunumu biraz daha geliştirip bu kez hiç istemediğim bir yere, MYK'ya sunum yaptım. 18 Nisan 2018'de...

Niye istemiyordun MYK'yı?

David Ogilvy yarım yüzyıl önce vermiş cevabı: "Bir komitenin onayladığı fikirler beş para etmez fikirlerdir."

MYK bana arı kovanı gibi geliyordu. Birbirini sevenler, sevmeyenler, çekenler, çekemeyenler. Seyit Torun'la derdi olanlar, benle derdi olanlar. Yirmi kişiye sunum yapıyorsun, birisi aksi bir şey söylese tüm kurgu sabote olur. Siyasette bir düşman, yüz dosta bedel. 2010'da da MYK sunumu yapmıştım ve sadece bir kişi istemedi diye işi yapmam engellenmişti... Benim fikirlerim herhangi bir MYK'dan ancak tabutta çıkabilir...

Ama görünen o ki çıkmamış.

---

18 NİSAN 2018 – CHP 12. KAT

Asansörden çıkıyoruz, toplantı salonuna giriyorum.

Burası CHP'nin "UFO"ya benzettiğim fütüristtik yönetim kurulu salonu.

Bir sunum daha. Bu hayatımda yaptığım kaçıncı sunum? Akif Hamzaçebi, Aykut Erdoğdu, Bülent Kuşoğlu, Bülent Tezcan, Emre Yılmaz, Faik Öztrak, Fatma Köse, Fethi Açıkel, Haluk Koç, Muharrem Erkek, Oğuz Kağan Salıcı, Onursal Adıgüzel, Özgür Özel, Seyit Torun, Veli Ağababa, Yıldırım Kaya'yı tanıyorum, gerisini de basından biliyorum. Genel Başkan beş dakikaya geliyor diye haber verildi, ne içeceğim soruldu. Bir şey istemedim.

Bilgisayarımı projeksiyona bağladım, ekranda "CHP YEREL SEÇİM STRATEJİSİ" yazdı. Beklemeye başladım.

FAST FOOD'DAN FAST MOOD'A

Bu iş 1990'ların ortasında başladı. Gelmiş geçmiş en iyi ajanslardan birinde: DNA'da reklam yazarıydım. Hürriyet Gazetesi için bir imaj reklamı yapacaktık. "Hürriyet insana adını verir" diye bir slogan bulmuştum.

Ajansın iki patronu, Tibet ve Emre başıma dikilip "Ertuğrul Özkök'e sunuma gidiyoruz, sen de gel hatta sunumu sen yap" dediler. O güne dek birçok şirket yöneticisine sunum yapmıştım ama ilk kez ünlü birine sunum yapmam isteniyordu.

Pek başarılı bir sunum olmadı. Dönüşte patronlardan biri "Herkese kabı kadar su verilir" dedi. Yirmi dört yaşında bir oğlana kaldırmayacağı bir görev verdiğini düşünerek bana mı laf çarptı yoksa Ertuğrul Özkök'e mi anlamadım. Sormaya da cesaret edemedim.

Dünyanın en mantıklı veya en saçma fikrini bulabilirsiniz. Reklamda fikirden daha önemli tek şey varsa, o da sunumdur. Kötü bir sunumla en güzel fikri bile satamazsınız, bazen de deli saçması bir fikir sırf iyi sunuldu diye kabul edilir.

Ben reklamcılığa başladığımda "Mad Men" dizisindeki gibi reklamcılar hâlâ yaşıyordu. Bu kişiler çok şık giyinir, iyi para kazanır, odalarında en ince Bavyera kristali kadehlere döktükleri malt viskilerini içerlerdi. Sunum yaparken fikirden bahsetmezlerdi bile, toplantı salonuna girmeleri yeterdi... Bu aşamadan sonra biri onlara itiraz ederse, o kişi ya aptal ya da hain demekti. Cyclops gibi ateş saçan gözleriyle tüm salonu yakarlardı. Bu güçleri büyük oranda kendilerinden değil televizyon ve gazetelerin gücünden geliyordu. Doksanların başları Türkiye reklamcılığının altın yıllarıydı. Özel kanallar açılınca reklam sektörünün bütçesi bir yılda on kat büyümüş ve TRT zamanında denetim kıskacında olan reklamlar argonun, erotizmin ve bol keseden sıfatların sihrini kullanmaya başlamıştı. Bütçelerin artması ve sansürün gevşemesi aynı anda oldu.

TRT'nin ilk yıllarında asla denetimden geçiremeyeceğiniz bir fikir, özel kanalların reklam kuşaklarında yer bulabiliyor ve ertesi gün tüm ülke sizi konuşuyordu. O yıllarda köşe başında olan reklamcılar ulusal şöhretler haline geldiler ve bunun gücünü yıllarca tepe tepe kullandılar. O dönemi ucundan yakalamama rağmen ben de çok hayrını gördüm. Tek fikir anlatmadan sadece bütçeyi söyleyip "gerisini bana bırakın" diyerek milyonlarca dolarlık kampanyalar kabul ettirdim. Alakasız hayalet reklamlardan anlamsız ödüller kazandıkça, zar zor geçer puan alacak vasat fikirleri bile yıldızlı pekiyi ile kabul ettirecek güce sahip oldum.

Bunlar çok eskidendi... Artık marka tüketenler Netflix izliyor; orada reklam yok. Gerisi BİM ve A101'e gidiyor; orada

da marka yok. Reklamcıların sözlerini değerli kılan medya etkililiği "Bizimkiler" dizisi kadar geride kaldı. Geçmişte rock starlar stadyum konserleri yapıyordu, şimdi Spotify listelerine bir şarkı sokabilen öpüp başına koyuyor.

İddialı bir reklamım yayınlandıktan sonra Karaköy Kadıköy vapuruna binerdim. Saint Benoit'dan çıkan bebeler reklamdan bahsederse bu iş tutmuş demekti. Geçen yıl böyle bir grupla yan yana oturmuş giderken yirmi civarı yunus vapurun yanında zıpladı. "Baksanıza ulan, muhteşem bir şey oluyor" dedim. Telefonlarından kafalarını bir saniyeliğine kaldırıp bana baktılar ve "Kim bu ihtiyar?" der gibi dudaklarını kıvırdılar.

O müthiş reklamlar, o kayyumlu kanallara gittiler ve bir daha görünmediler. Ağzınla kuş tutsan toplam üç like alacağın (biri annenden) bir çağa girdik. Reklamcılara söylemeyin ama reklamcılık çoktan bitti.

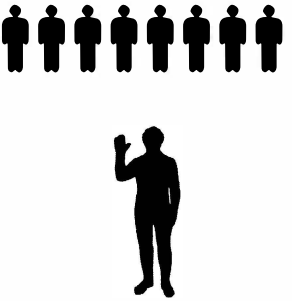
Kitabın başında bu günlere Fast Mood Çağı demiştim. Hamburgerleri tükettik, şimdi ruhumuzu tüketiyoruz. Baş parmağımızı bir camda sürüklerken mood'dan mood'a koşuyoruz.

İnsanlık, adına bilgi denilen saçmalıkların taarruzu altında. Para ödeyerek gittiğimiz sinema salonunda bile beş dakika konsantre olamayıp ışıldak gibi telefonumuzu açıyoruz. Milyar dolarlık süper kahraman filminde sıkılıp Instagram'da kedi videosu izliyoruz. Parmağımız cam parçasında dolaşırken, bir haberle üzülüp, bir saniye sonra bir başka paylaşıma gülüyoruz. Müziği bile beğenilerimize göre değil, mood'larımıza göre seçiyoruz.

Yirmi yunusun zıplamasını bile umursamayan bir kitleye ne sunulabilir?

Herkesin kabı ağzına kadar dolu zaten. Kime nasıl su vereceksin?

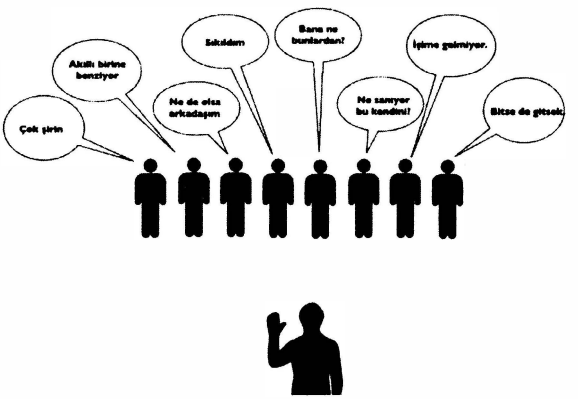
Haber geldi. Kılıçdaroğlu "birazdan" toplantıya katılacakmış... Nerden başlasam, nasıl anlatsam?



Sunumu yapmak bir mahkeme jürisine savunma yapmak gibidir. Tek fark, burada sanık aynı zamanda avukat.

"Jüri" tek bir söz etmese bile içinden bir şeyler düşünür. Yani her bir dinleyici sunumcu ile etkileşim halindedir ama topluluğun genel etkileşimden haberi yoktur. Dinleyici kendi iç sesini kendi duyar, sunumcu tüm dinleyicileri süzüp genel havayı irdelemek zorundadır. Bu süreç toplantı sonuna kadar devam eder.

Bir sunum yaparken beni izleyenlerin içseslerini okumaya çalışırım:



DİNLEYİCİLER

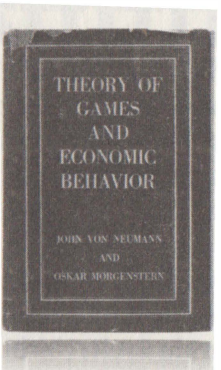
Hemen her konuda ve her sunumda aşağı yukarı böyle bir karma vardır. Benim orada olmamdan hoşlanmayan birileri illaki olur ve bunlar sunumu sabote etmeye çalışırlar. Bu sabotajcı(lar) tüm grubu yönlendirip sunumun başarısız olmasını da sağlayabilir. Çoğunlukla beni kızdırmaya veya itibarsızlaştırmaya çabalarlar. Bazen sunumun en etkili yerinde yandakiyle konuşmaya başlarlar, bazen sözümü kesip anlamsız sorular sorar veya "bizi yönlendirme" filan derler. Böyleleri kendilerini çok farklı zannetseler de "sunumculuk" işinde sıradan vakalar olarak tanımlanırlar.

Sunumcu yönetim kurulundaki kişilerin hepsini tanıyamaz ama yönetim kurulu üyeleri birbirini iyi tanır ve kimin neyi hangi gizli nedenle söylediğini kendi içlerinde bilirler. Sunumda herkes herkesin sesini ve sessizliğini denetler. Karar anı, aslında yönetim kurulu üyelerinin birbirine yaptığı sunumlardır.

Bir sunumcu olarak karşımdaki sessiz grubun dışavurumlarını poker masasındaki bir oyuncu gibi izlerim. Dinleyiciler tek kelime etmeseler bile bazen mimikleri, bazen oflama puflamalarıyla sinyaller verirler.

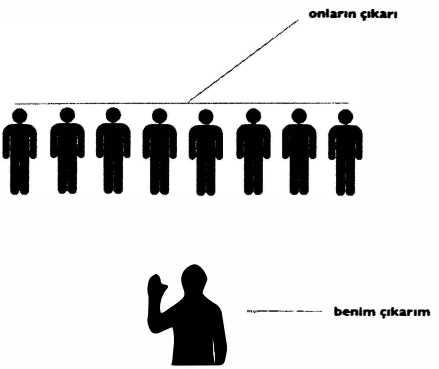
Bir de elbette ön bilgiler vardır. Yönetim kurulundaki herkesi tanımasam da çoğu hakkında bilgi sahibi olurum. Bu bilgiler daha önceki karşılaşmalar, bazı fısıltılar ve açık paylaşımlardan süzülür.

John Von Neumann ve Oskar Morgenstein 1944 yılında "sıfır toplamlı oyun"u anlattıkları bir kitap çıkardılar. Kazanan +1, kaybeden -1, toplam sıfır. Her oyunda bir kazanan, bir de kaybeden var, o halde her oyunun toplamı sıfır. Beraberlik durumunda kazanan ve kaybeden skoru hiç değişmediği için sonuç yine sıfır. Neumann daha sonra bu sistemle ilk bilgisayar kodlarını yazacak ve modern bilgisayarı icat eden adam olacak.





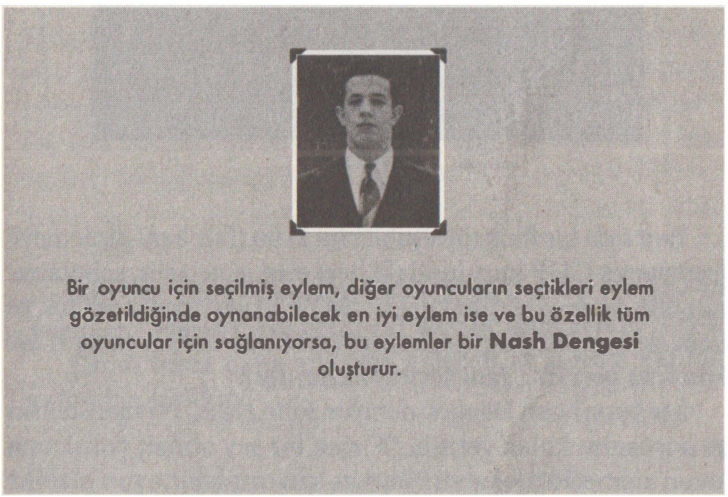
Sıfır Toplamlı Oyun



Sıfır toplamlı oyun teorisine göre, ben (sunum yapan) ve onlar (sunumu dinleyenler) iki grup. Ya onlar kazanacak ya da ben kazanacağım. Çünkü onların bir çıkarı var ve benim de bir çıkarım var. Üçüncü seçenek beni kibarca evime yollayacaklar, kazanan kaybeden olmayacak. Sonuç her şekilde sıfır.

Bu olabilecek en basit anlatım. Aslında sunumu dinleyen yönetim kurulu üyelerinin arasında da sıfır toplamlı oyunlar kurulur. Örneğin bir üye, başkanın yerine geçmek istiyordur, bir başka üyenin çıkarıyla sunumcunun çıkarı bire bir aynıyken, sunumcu ve üyenin ortak çıkarı yönetim kurulunun ortak çıkarına uymayabilir vb... *Ama bu kitap bir Rus edebiyat klasiği değil ve fazla karakter yığıp konuyu iyice anlaşılmaz hale getirmeyelim.*

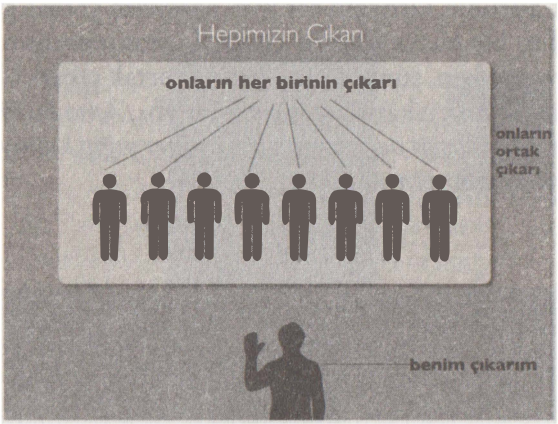
WIN WIN OYUNU



Neumann şöhretinin zirvesindeyken yanına bir delikanlı gelir ve ona otuz sayfalık bir dosya verir. Neumann dosyayı okuyunca şaşkına döner. Yeni yetme bir genç, sıfır toplamlı oyun teorisini otuz sayfada yıkmayı (veya kökünden değiştirmeyi) başarmıştır. Gencin adı John Nash. "Akıl Oyunları" diye filmi yapıldı, izlemişsinizdir.

Nash diyor ki: Her oyun sıfır toplamlı olmak zorunda değil. Eğer modeli sürekli büyütürsek, herkesin çıkarına yeni bir oyun yaratabiliriz.

NASH DENGESİ



Yani öyle bir fikir söyleyebilirim ki bu fikir beni dinlemeye hazırlanan CHP kurulundaki herkesin işine gelir, sabotajcının bile. Hem yönetim kurulu (MYK), hem üyeler tek tek ve hem de ben başlangıç noktasına nazaran daha avantajlı bir konuma geçeriz (Yani seçimi kazanırız).

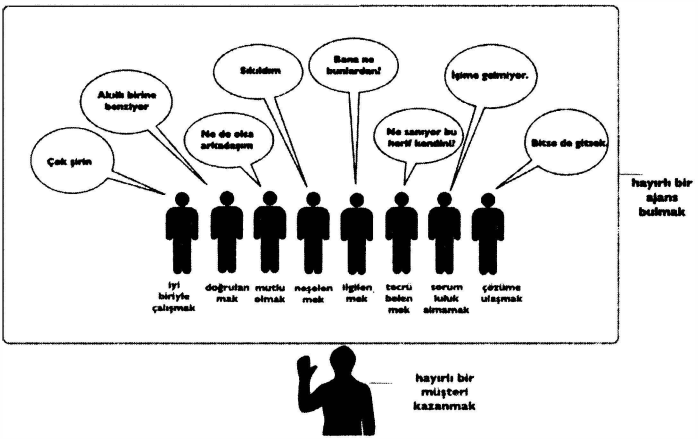
İşte buna Nash Dengesi deniyor. John Nash, Wittgenstein'ın şu sorusunu kulak vermiş: "Ortak bir şey olmalı yoksa ona 'oyun' demezler demeyin; herkes için ortak bir oyun olabilir mi, ona bakın."

Wittgenstein doğru yere işaret ediyor: Herkes için ortak bir oyun var ama "herkes" bu yönetim kurulunun üyesi değil. İşler burada karışıyor.

Yine benim sunum yaptığım salona dönelim. Karşımda beni dinleyen, beni değerlendiren veya yargılayan kitlenin her birinin, iç sorgulamalarına verilecek yanıt var. Öyle bir söz söylemeliyim ki sadece benim değil bu salondaki herkesin çıkarına olsun.

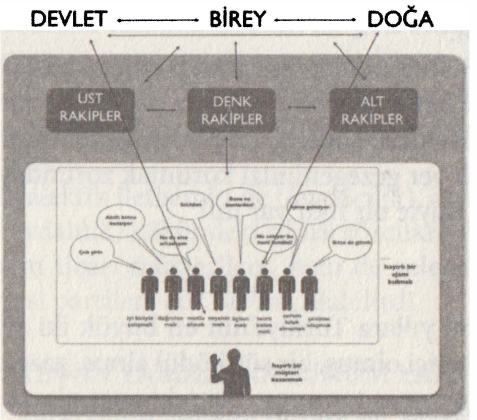
Reklamcılığa başladığım ilk günden beri bunu düşünüyorum. Öyle bir fikir önereyim ki bu müşteri yönetim kurulundaki her bir bireyin, yönetim kurulunun yönettiği

şirketin, rakiplerinin ve sektörün hatta ülkenin hatta dünyanın yararına olsun.



Son yüz yıldır filozoflar belki de en çok bu konuda kafa yoruyor... Herkes için ortak bir kazanç sağlayabilir miyiz?

Şimdi biraz daha yükseğe gidelim ve sunum yaptığım salondan çıkalım.



1 Bulacağımız fikir, müşteri kuruluştan küçük olan, büyük olan ve ona denk olan firmalara da yararlı olmak zorunda. (Bu örnekte, sadece CHP'ye değil, AKP, MHP, İYİ, HDP, SP ve meclis dışı tüm siyasi parti ve oluşumlara yararlı olmayı gözetmek.)

2 Tüm sektör bayram ediyor olabilir ama bu sırada devlete vergi ödemezsek, kazanım sürdürülebilir olmaz. Devlete komisyonumuzu (vergimizi) ödeyip, onu da yanımıza çekebiliriz.

3 - Ama bu kez de belki emek sömürüsü yaparak topluma zarar veririz veya kötü bir üretimle tüketiciye zarar veririz.

4 - Modeli daha da geliştirelim ve günümüz kapitalist ulus devletlere gelelim. Bu devletle ucuz emeğin ülkelerine girmesine (göçlere) izin vermiyorlar ama diğer üretim aracı olan sermayeleriyle dünyanın her yerinde korkunç koşullarda üretilen ürünleri üç kuruş paraya ülkelerine getiriyorlar. Ayrıca sermaye ile bir diğer üretim aracı olan toprağı satın alıp, dünyanın her yerinde endüstriyel tarım veya madencilik yapabiliyorlar. Modeli sadece o ülke özelinde kurarsak, fikrimizle ülkedeki kapitalistler, şirket çalışanları hatta tüm vatandaşlar memnun olabilir.

5 - Oysa tıpkı sermaye gibi doğa da ulusal sınır tanımıyor ve cici ülkeler tüketim çılgınlığıyla dünyanın tüm doğal kaynaklarını tüketince, hepimizin en büyük değeri, dünyamız yok oluyor.

6 - O halde modeli kurarken, sadece şirketleri, sadece devletleri hatta sadece insanları değil, ağaçları, kumları, taşları, böcekleri; sonsuz uzay boşluğunda hayatın olduğu bilinen tek yer gezegenimizi korumak zorundayız.

Peki... Böyle bir fikir var mı?

FAYDA

İki binli yıllara Türkiye'nin en büyük iki ajansında üst düzey yönetici olmuş, bir sürü ödül almış, gazetelere röportajlar filan veren tanınmış bir reklamcı olarak girmiştim. Ertuğrul Özkök'ten beri kabım hayli dolmuştu. Her gün bir

başka yönetim kurulu salonunda, bazen İstanbul İkitelli'de, bazen Kayseri Organize Sanayi'de, bazen İzmir Bornova'da sunumlar yapıyordum.

Sunum yapacağım salonlara girer girmez, kimin zeki, kimin aptal; kimin şirketin çıkarını ve kimin kendi çıkarını düşündüğünü kolayca anlıyordum. Hemen her toplantıda illa bir sabotajcı çıkardı ve bu kişinin başka bir ajansla anlaşmalı olduğu, bir yerlerden para götürmeye çalıştığı filan zamanla anlaşılırdı.

Yaptığım sunumlar genellikle başarılı geçerdi. Bunun basit bir nedeni vardı: Patrona ve çay getiren ablaya eşit saygıyla davranırdım, güç hiyerarşisini ben belirlerdim. İnanmadığım bir işe hiç bulaşmazdım. Salonları terk etmekten daha çok yaptığım şey o salonlara hiç girmemekti. Eğer bir sunumu yapıyorsam bu, sunduğum fikrin o şirketin ve toplumun faydası olduğuna inandığımın kanıtı olurdu. Müşteriler de bunu bilirdi. Sadece ahlaksal olarak değil mantıklı bir kişi olarak da eyyamcılık, mürailik, yalakalık yapmazdım. Çünkü bu tip karakterleri şirketlerde ara eleman olarak tutarlar ama böyle bir insanın fikrine güvenip kimse markasını madara etmek istemez.

Çalıştığım şirketlerde patronlarıma, kazandığımın onlarca misli para kazandırdım. Bütün huysuzluğuma rağmen beni kara kaşlarım için değil, bu "sihirli" özelliğim nedeniyle tutabildikleri kadar tuttular. Derken bir gün başkasının gemisinde kaptanlık yapamayacağımı anladım ve kendi şirketimi kurdum. Adını da "Fayda" koydum. Her türlü ismin tescilini alan perakende firmaları "Fayda" sözcüğünü almayı düşünmemişler.

Fayda, diyalektik iletişimin de (faydacılık), diyalojik iletişimin de (faydalılık) kökündeki sihirli sözcüktü. Bu ayrımı anlatmak hem ticari müşterilere, hem de gelecekte benle çalışacak siyasi partilere çok faydalı olabilirdi.

TÜRKİYE'NİN TAMAMINA SUNUM YAPMAK

Bir gün "Türkiye'nin tamamı devasa bir salona gelse ve onlara bir sunum yapsam, ne derdim?"" diye düşündüm.

Acaba bu grubun tamamının katılacağı ortak bir fikir bulabilir miydim? Onların hepsini bir fikre ikna edebilir miydim?

Bu soruyu yanıtlamadan önce sunum yapacağım grubu tanımlamam gerekiyordu.

82 milyonu karşıma aldım ve onları gruplara ayırmaya başladım.

Önce doğuşun.

Sonra oluşun. Kendini erkek gibi hisseden bir kadın da olabilir mesela. Sağlıklı olmak yaşlandıkça fark edilen bir oluş. Ayrıca kaç yaşındasın, her yaşın oluşu başka.

Üçüncü sıra karakterin, huyun, suyun. Birkaç tane birden alabilirsiniz, çekinmeyin.

Dördüncü sırada cemiyetteki yerin.

İnanışların; artık her neye inan(dırıl)mışsan. Bir istisna, sosyal olmadan da sosyalist olabilirsin ama kapitalin olmadan kapitalist olamazsın, bir gün bana da çıkabilir diye ömür tüketen bir "kapitalizmsever" olabilirsin ancak. Gerçek kapitalistler güçlerine ters orantılı şaşırtıcı bir azınlıktadırlar, listeye almaya bile değmezler.

Ve altıncı sıra politik seçimlerin. Diğerlerine kıyasla en az anlamı olan halka bu. Bu kadar anlamsız bir şey için benim kitap yazmam ve sizin de okumanız, ortak ahmaklığımıza ilişkin küçük sırrımız olsun.



KADIN - ERKEK

KADIN - ERKEK - YAŞLAR - ENGELLİ - HASTA - SAĞLIKLI

NEŞELİ - YAPICI - ÜMİTSİZ - DALGACI - TEMBEL - UMURSAMAZ - BAĞIMLI - KISKANÇ - KİNCİ - KURALCI - ÖFKELİ

ÖĞRENCİ - MEMUR - ESNAF - KÖYLÜ - İŞSİZ - EMEKLİ - İŞVEREN - SİYASETÇİ - BÜROKRAT - TEKNOKTRAT -ASKER - POLİS - HIRSIZ - KATİL

TÜRK KÜRT DİNCİ LAİK KAPİTALİZMSEVER SOSYALİST APOLİTİK ATATÜRKÇÜ

OYVERENLER (AKP - CHP - HDP - İYİ - MHP - SP - KÜÇÜK PARTİLER) - OYVERMEYENLER



İşte tüm Türkiye karşıma çıksa bu kategorilerin çeşitli karmalarına sahip milyonlarca kişilik dinleyicim olacak. Karşımda 80 küsur milyon kişi var ve bunların her birine bir sunum yapıp tamamını ikna edebilir miyim?



Herkesi ortak bir faydaya inandırdım varsayalım: Bu ortak fayda komşu ülkeler ve bölgesel aktörlerin de faydasına değilse sürdürülebilir olmaz. Hemen tepemizde dört küresel güç pike yapıyor, onların da kazancı olmak zorunda. Elbette bir de sınırsız ihtiyaç ve sınırlı kaynak sorunsalı var.

Şimdi tüm dünya karşımda ve onlara kurtuluş fikrimi söylüyorum:



Dinleyiciler suskun. Bu suskunluğun sebebinden bahsetmiştim, insanlar sussa bile akılları konuşur. Dünyanın karşısına çıkıp "Kurtuluş radikal sevgide" desem acaba insanlar ne düşünürler?



Pek iç açıcı yorumlara benzemiyor değil mi? Sunumun başında çuvalladım mı yoksa? Ne yapacağım şimdi?

Hem kuzum, ne oldu bana? Niye tüm "yönetim kurulu"nu ikna etmeye çalışıyorum ki? %51'i alan Üsküdar'a geçmiyor mu?

18 Nisan'da CHP'nin genel merkezindeyim hâlâ... Birazdan bir sunum başlayacak.

Bugün anlatacaklarım bana hayatımda ilk kez bütün ülkeye bir sunum yapma fırsatı verebilir. Eğer dinleyicileri iyi gözlemler, bozguncuları etkisiz hale getirebilirsem belki mümkün olan herkesi memnun edecek bir Nash Dengesi yaratabilirim. Anlatacak çok konu var: Saplanıp kaldığımız diyalektik iletişim bataklığı, diyalojik iletişimin yararları, hipoktatörlerle baş etme yolları, Hacivat tipi muhalefetinin anlamsızlığı ve bir sürü kavram daha.

Her şey yolunda gider ve Türkiye'ye yaptığım sunum başarılı olursa, (mesela İstanbul, Ankara, Antalya, Adana, Mersin CHP'ye geçerse) elimde 2009'dan çok daha güçlü

bir deneyim olur. Bu deneyime dayalı bir kitap yazabilir ve gelecek nesillere siyasal iletişimde çatışmanın değil bağ kurmanın önemini aktarabilirim.

Daha yazacak koca bir kitap ve anlatılacak onlarca kavram var. Merakla bekleyen iyi niyetli insanlar ve "Sana ne bunlardan, reklamcı" diyen kötü çocuklar karşıma dizilmiş. Kalkış öncesi biraz vaktinizi aldım ama ne yapalım, havaalanı çok büyük.

Bu sıfır toplamlı oyun, diyaloji konularından MYK'ya bahsetmiş olamazsın...

Kılıçdaroğlu'na bire bir yaptığım sunumlarda 2012'den beri anlatıyordum. Yıllardır CHP örgütlerine anlatıyorum. MYK'ya ise konuyu AKP'ye bağlayarak ve sınırlı sürede ne kadar anlatılabilirse o kadar anlattım.

Canları sıkılmadı mı?

Bu konular biraz sıkıcı, haklısın. Diyalektik ve diyalojik sözcükleri bile çoğu insana ürkütücü geliyor. Bir de bazıları hiç ilgilenmezken, bazıları da bunaltıcı sorular soruyor. Yazarken bile endişe duyuyorum. Muhtemelen hiç önemsemeyen, okuyunca sıkılan insanlar olacak ve bir yandan da sorular soranlar olacak. İkinci grup için CHP sunumlarında sıkça gelen soruları da metne ekledim ama dediğim gibi, dileyen atlayabilir.

Şu atlama faslına biraz fazla takmadın mı kafayı? Kim hangi kitabı alıp baştan sona okuyor ki? Sıkılan sıkılsın, okuyan okusun, okumayan kitaplığına süs olarak koysun.

Peki öyle olsun, tamam, bir daha açmayacağım bu konuyu...

İnşallah canım ya:) Söylesene, MYK'da karşı çıkan oldu mu sana?

Orası CHP... Orada karşı çıkılmayan herhangi bir şey olabilir mi?

Bölüm 2

Diyalojik İletişim

AKP'NİN OYUNU

AKP ilk günden beri "sıfır toplamlı oyun"u oynuyor. Tipik bir AKP söylevi dinleyicileri ötekilerden ayırmakla başlar. Bir yanda lideri alkışlayan bizim çocuklar vardır, bir yerde de buna itiraz eden hainler, kötüler, teröristler.

Konu ne kadar karışık olursa olsun AKP'nin söylemi her zaman net:

Ya biz (vatan evlatları, müminler, AK Parti sevdalıları) kazanacağız. Biz +1, onlar -1

Veya onlar (faiz lobisi, büyük oyunu tezgâhlayanlar, onların maşaları, cehape zihniyeti) kazanacak. Biz -1, onlar +1

Her şekilde toplam sıfır.

Konuları sıfır toplamlı oyun anlayışına uygun ele alınca her konuda bir sözünüz olabilir.

Kürt? Terörist.
Türk? İnönü kafası.
Alevilik? Dersim.
Kanıt? Dünya lideriyim.
Hesap? Ben hesap vermem.
Adalet? Başarı.
Şüphe? Hainlik.
Eeeeh! Alın bunu, götürün.

SEDA SAYAN FOREVER



"Sen insanlara belden aşağı vuracak kadar alçak bir adamsın. Senin akıl hocaların, kendi karılarının çektiği pornolara baksın."

Hangi sözü söylerseniz söyleyin bir "sıfır toplamlı oyun" ustası sizi büyük olasılıkla yener. Sıfır toplamlı oyun bir önerme (veya bir cümle) içinde geçerlidir, ötesi oyuncuyu ilgilendirmez. Bu nedenle peş peşe sıralanınca hiçbir man-

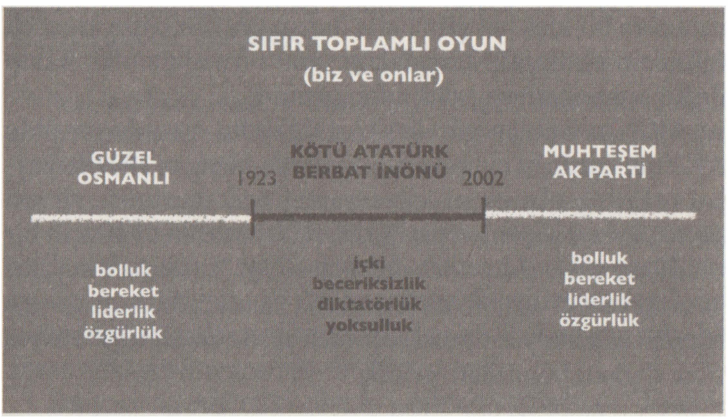
tıksal dizge yaratmasa da her bir cümle için bağımsız bir sıfır toplamlı oyun kurulabilir.

Kızgın bir Seda Sayan, Türkiye'deki en müthiş sıfır toplamlı oyuncu olabilir. Seda Sayan'ı tartışarak yenmek imkânsız çünkü o kurulmuş ve kurulacak tüm cümleleri zorlu bir ligin ayrı maçları gibi değerlendirir ve her bir cümlede golü atan taraf olur. Sayan, paragrafın sonuna geldiğinde karşıdaki hiçbir şey anlamasa da bir şeyi gayet iyi anlar: Her cümlenin bitiminde bir kez nakavt olmuştur.

Ben Seda Sayan'ın programlarını rakip takımın maçlarını izleyen bir teknik direktör gibi izlerim. Nasıl izlemeyeyim? Son yirmi beş yılda onun kadar çok "Türkiye'nin en güvenilir insanı" seçilen başka biri yok.

SIFIR TOPLAMLI TARİH

Sıfır toplamlı oyunda karmaşaya lüzum yok. AKP'nin tarih anlayışı bu nedenle göz kamaştırıcı bir netlikte:



Her şey çok iyiydi, sonra birden çok kötü oldu ama şimdi yine çok iyi.

Eskiden (ne zaman eskiden?) tüp kuyrukları vardı, yol yoktu, kağnılarla geziyorduk, çöpler toplanmamıştı, ekmek karneyle alınıyordu... Biz geldik hepsi bitti.

Daha da eskiden Osmanlı vardı, çok güzeldi, bolluk bereket vardı, dünya lideriydik, her yeri fethettik, insanlar zengindi... Sonra (ne kadar sonra?) dinsizler geldi, Osmanlı battı, tüp kuyrukları vardı, yol yoktu, kağnılarla geziyorduk, çöpler toplanmamıştı, ekmek karneyle alınıyordu...

Biz kazandık (+1), onlar kaybetti (-1) sonra onlar kazandı (+1) biz kaybettik (-1) ve en son biz tekrar kazandık (+1) ve onlar yeniden kaybetti (-1).

Sonuç her şekilde sıfır. Sıfır Toplamlı Tarih okuması, sadece AKP'nin medyasına ulaşan dev bir kitlenin AKP'yi sevmesinde en önemli etkenlerden biri. Bölüm 5'de "Peri ve Cadı Masalları" başlıkları altında bu konuyu daha detaylı ele alacağım.

SIFIR TOPLAMLI OYUNA GELMEK

Kutuplaşma sözünü hep duyarız ama kutuplaşmanın altında ustaca kurgulanmış binlerce sıfır toplamlı oyunla yaratılan bir algı olduğunu pek bilmeyiz. Sıfır toplamlı oyunda usta olan bir kişi, her gün hatta her an yeni bir oyun kurarak (gündem yaratarak) karşıdakini yanıt vermeye zorlar. Rakip de bu oyuna teşneyse tadından yenmez.

AKP kurulduğu günden beri CHP bu oyunda yer aldı. AKP'nin kurduğu oyunda oynamanın başlangıcı 2002'de Baykal ve Erdoğan'ın seçim öncesi yaptığı açık oturumsa, zirvesi de 2014 yerel seçimleriydi. 30 Mart 2014 tarihi CHP için bir tür dibe vurma oldu. Yıllardır söylediğim "zıtlaşma"nın yarar getirmeyeceği tezi büyük kayıplarla kanıtlandı. Ama tempo hiç inmedi, her yıl yapılan seçimler, arada darbe teşebbüsleri filan derken bugünlere geldik.

İKİ İLETİŞİM TARZI

İnsanlar konuşa konuşa anlaşır diye bir söz var. Genel olarak doğru bir söz ama eksik. Çünkü yazıyla da anlaşabiliyoruz. Birbirimize bakarak, gülümseyerek, mimiklerimiz ve jestlerimizle de anlaşabiliyoruz. Bir de sevdiğimiz insan güzel kokar, yani bazen koklaşa koklaşa da anlaştığımız olur.

Bireyler veya kurumlar kendilerini ifade ederler, dışavurum yaparlar. Yaygın iletişim yöntemlerimiz iki gruba ayrılır.

DİYALEKTİK İLETİŞİM

Modern hayatın işlevselliği yüceltmesi bizi bir düşünce kalıbına sokuyor: "İhtiyaca odaklı hareket"

Canımız su isteyince bardağa uzanıyor ve suyu içiyoruz. Durup dururken (susamadığımız halde) bir bardak suyu elimize almak sıkça yapılan bir hareket değil.

İhtiyaca odaklı hareketleri en verimli şekilde düzenlemek "ilerleme"nin yapıtaşı. Bu düzenlemeler olmasa ne modern kentler olabilirdi ne de modern endüstri. 20. yüzyılın başında Henry Ford'un keşfettiği seri üretim bantları hiçbir şeyi boşa harcamamak amacıyla kurgulanmıştı: Ne tek bir vida boşa gitmeliydi ne de ücreti ödenmiş işçi mesaisinin tek bir saniyesi.

İhtiyaca odaklı hareketler, insan iletişimine de bir tür endüstri standardı getirdi. Gitgide sadece bir talebimiz, bir çıkarımız olduğu zaman konuşur olduk. Nezaket bile bu standardın bir parçasıydı:

"Alo, merhaba, nasılsın? Ben de iyiyim sağ ol, sana bir şey soracağım: Yarın akşam Ebru'yu bize yollar mısın, biz yemeğe çıkacağız, çocuklara göz kulak olsun."

Konuşmanın amacı Ebru'nun yarın çocuklara bakmasını sağlamak. Çünkü eşiyle yemeğe çıkarken birinin çocuklara bakmasına ihtiyacı var. Öte yandan en başta selam verdi, hal hatır sordu çünkü sürdürülebilir dostluk ilişkisi için kaba bir insan gibi görünmemeye de ihtiyacı var.

İhtiyaca odaklı hareketler hayatımızı kapladıkça "diyalektik iletişim" neredeyse bir monopol haline geldi.

Diyalektik iletişim en basit tanımıyla, "sonuç alma" iletişimi. Ebru'nun çocuklara bakmasını talep ettik, karşı taraf buna tamam dedi. İletişim işlevini yerine getirdi.

Ticari markaların ve siyasi partilerin halkla iletişimindeki temel sorun, karşıdan sürekli bir şey talep etmeleri. Daha doğusu iletişim eylemlerinin başka hiçbir amacı olmaması.

"Biz sizi düşünüyoruz, bizim markamızı tüketin."

"Müthiş bir indirim yaptık, hemen ürünümüzü satın alın."

"Biz en iyi partiyiz, lütfen bize oy verin"

Bunların Ebru için yapılan konuşmadan hiçbir farkı yok. Vaatler ve sevgi sözcüklerinin hepsinin altında tek bir hedef yatıyor, karşıdaki kişiyi ikna etmek. Öyle bir cümle bulalım ki bizim ürünümüzü alsınlar (veya bize oy versinler).

Her marka ve her siyasi parti reklam yapıyor. Her marka ve her siyasi parti tıpkı benim CHP Yönetim Kurulu'na yaptığım gibi hedef kitlesine bir sunum yapıyor.

Bu sunumda başarılı olmanın yolu, tüketicinin (veya seçmenin veya yönetim kurulu üyelerinin) taleplerini dinlemek. Araştırmaların amacı da bu. Tüketici (veya seçmen) ne istiyor ve sattığım şeyle onu nasıl buluşturabilirim?

Diyalektik İletişim "beni sev ve beni satın al" diyor.

Karşı taraf, "Hayır seni sevmiyorum çünkü yalan söylüyorsun" derse, şehvetli bir insanın partnerini ikna etmeye çalışması gibi diller döküyor.

– Bana sevgini (oyunu) ver,

– *Hayır olmaz.*

– Ama neden?

– *Çünkü geçmişte beni aldattın,*

– Hayır açıklayabilirim o bir hataydı, ben hep seni düşündüm, bana inanmıyor musun?

– Y*a yine yalan söylüyorsan*?

– O zaman bana bir şans daha ver ve sana olan aşkımı kanıtlayayım.

Tez, anti tez, sentez... İhtiyaca odaklı sonuç alma iletişimi veya diyalektik iletişimin şeması böyle kuruluyor. İşte, okulda, evde sürekli bu iletişime maruz kalıyor, kendimiz de bu iletişimi kullanıyoruz.

İTAAT: Diyalektik iletişimin temelinde, tartışmaya açan tarafın diğer kişiyi ikna çabası ve bu iknanın bir itaat düzlemi

bulana kadar devam etmesi var. Bu iletişim tarzında amaçsız, hedefsiz tek bir cümle kurulmuyor.

MODEL DARALTMA: Diyalektik iletişim, bir sıfır toplamlı oyun. Tıpkı sıfır toplamlı oyunda olduğu gibi diyalektik iletişimde de model sürekli daralmak zorunda. Hedefimiz neyse onu ele geçirmek için diğer faktörleri mümkün olduğunca soyutlamalıyız. Bu soyutlama da diğer faktörleri sabit kabul etmek demek, pek sevilen Latince ifadeyle: ceteris paribus... Hedefinin, cinsel organına odaklanmış birinin, bu hedefe ulaşmak için her türlü yalanı söyleyip diğer tüm faktörleri görmezden gelmesi gibi.

Diyalektik iletişim ihtiyaç odaklı bir sonuç alma iletişimi olduğu için, iletişimin başladığı an ve bittiği an arasında mutlaka bir fark oluyor. Bu farkla taraflardan birinin dediği oluyor (+1), ötekinin dediği olmuyor (-1). Toplam sıfır.

Daralan modelin mitlere, kurtarıcılara, liderlere ihtiyacı var. Sürekli çatışma ve sınanma evreninde, orduların başında güçlü bir kahraman olması gerekir.

DENGESİZLİK İÇİNDE DENGE: Diyalektik iletişim genel bir dengesizlik içinde denge arayışı. Her cümlesi berbat bir romanın içinde tek bir cümleyi düzeltme girişimi. Amacına ulaşsa bile roman hâlâ berbat kalacak. Adaletsiz bir dünya, diyalektik iletişimin doğduğu rahim.

Tarafların bir senteze ulaştığı varsayılsa da pratikte bu sentezlerin sürekliliği pek mümkün değil. Sentez daha çok "arada soluklanma" gibi bir şey. Lübnan'da tarafların silahlanmak ve yeni "şehit"ler doğurmak için geçirdikleri zamana "barış" demeleri gibi.

ZITLAŞMA: Her diyalektik iletişim çabası belirli bir konudaki zıtlaşmanın ürünü. "Beyaz istiyorum, hayır siyah olmalı, o halde gride anlaşalım." Her sentez yeni bir savaş alanı, yeni bir sıfır toplamlı oyun. Taraflar istediklerine kavuşamadıkları ve bir sentezde uzlaştıkları için, anlaşma ilk fırsatta boğulmaya mahkûm. Bu bir "bitmeyen kavga"... Model ne kadar daralırsa daralsın küçüklük ve büyüklüğün sınırı

olmayan bir fizik gerçeklikte her iki tarafın da kazandığı bir sonuç oluşması imkânsız.

AYRIŞMA: Söylemeye gerek yok belki ama "diyalektik materyalizm" ve "diyalektik iletişim" aynı kökten gelseler de aynı kavramlar değiller... Diyalektik materyalizm, Marksizm'in temelindeki bir kavram olmakla beraber bu tamlamadan Marx'ın bile haberi yoktu. Marx "tarihsel maddecilik" kavramını açıklıyor ve emek ve sömürü zıtlaşmasının tarihi oluşturduğunu söylüyordu. "Diyalektik materyalizm" kavramı Marx öldükten yıllar sonra kullanılmaya başlandı. Emek dönüştürür, dönüşen yeni varlık dönüşmeyenle çelişir: tezle antitezin çarpışması ve sentezin doğmasına yol açar.

Diyalektik materyalizm üretim araçlarıyla ilgili; diyalektik iletişimse dışavurumlarla. Diyalektik iletişimde tez, antitez ve sentezin oluşumu maddesel gerçekliğe değil, ikna kabiliyetine dayanır. Sokrates tartıştığı kişinin ifade ettiği düşünceyi "bir başka deyişle" diye yorumlamaya başlar ve bambaşka bir noktaya getirirmiş. Tezlerin antitezleri "Sen yanılıyorsun" demektense, yeni şüpheler, yanlış anlamalar ve çatışmalar yaratma araçları. Her açılan parantezle konu paradoksal biçimde daha da daralıyor. Diyalektik iletişim için sürekli olarak ayrışmak gerekiyor. (Richard Sennett – Beraber 31)

DİYALOJİK İLETİŞİM

Gezi'ye "Bahtin Baharı" demiştim. Rus filozof bu tanımı duysa tevazuuyla reddeder ve "Rabelais Karnavalı" dememi rica ederdi.

Mihail Bahtin "diyalojik (aslında "diyalogcu", "diyalogsal") iletişim" kavramının babası sayılır. Türkiye genelinde CHP örgütlerine yaptığım tüm sunumlarda Bahtin'in "Sözcükler kiralıktır" sözünü kullandım. Hiçbirimiz hiçbir sözcüğün sahibi olamayız, sözcükler insanlardan çok daha uzun ömürlüdür. Kullanılmadığı için ölmüş bir sözcüğü bir kütüphaneden çıkarıp kurtarmak mümkün ama ölmüş bir insanı kimse diriltemez. Diyaloji ölümsüz anlatının muhteşem hayatının biz ölümlüler tarafından anlaşılma çabası, bir görme şekli.

Bu dünyada kiracı olduğumuzu anladığımız anda, iki elimizle sımsıkı tuttuğumuz maddeyle olan ilişkimizi tekrar gözden geçiririz. Bu gözden geçirme fakiri zengin, zengini fakir yapmaz ve sınıfsal çelişkileri yok etmez ama bu çelişkileri yok etmek için bize farklı bir yol önerir.

Diyalektik iletişim skor tablosunu gözümüzün içine sokar. Her diyaletik iletişim girişimi yeni bir kazanan kaybeden simülasyonu yaratır.

Diyalojik iletişimi su dolu bir bardağı susamadığımız halde elimize alıp, bardağın yapısını, içindeki suyun hareketini incelemektir. Bu hareket ihtiyaca odaklı değil ve görünürde bir sonucu da yok. Ama belki de hayatımızda hayati bir önemi olan suyu ve onu içebileceğimiz ebatta elimizde tutmamızı sağlayan bardak denilen aracı daha iyi tanımamıza yol açabilir.

Diyalektik iletişim bizi sürekli sonuç almaya, satın almaya, karar vermeye zorlarken, aynı zamanda hızlanmamızı da ister. Diyalojik iletişim ise çemberinde koşan bir hamster gibi hızlanmaktansa, yavaşlama ve o çemberden çıkma çağrısıdır.



Gezi'de kalabalık bir eşcinsel grubun içinde yer aldım, eşcinsel bir şair dinleyicilere şiirler okudu... Birkaç dakika

sonra akşam namazı için hazırlanan dindar bir grubun içindeydim. Başka bir yerde bir akademisyen bağdaş kurmuş çevresindekilere kısa vadeli kar güdüsüyle kurgulanan tarım politikalarının zararlarını anlatıyordu.

Roman farklı insanlar gibi düşünmenin sihirli bir yolu. Bir roman okurken romandaki tüm karakterlerin iç sesine tanık olursunuz, karakter davranışlarının geçmişteki sebebi okura ustaca anlatılır veya hissettirilir.

Çağrıldığım okullarda bana "Nasıl iyi reklamcı olunur?" diye sorduklarında iki şey söylüyorum: Dışavurum cesareti ve roman okumak... Roman bir sunumdur, iyi bir roman yazarı iyi bir sunumcu da olabilir. Bahtin'den Nabakov'a, Eco'dan Kundera'ya kadar pek çok 20. yüzyıl bilgesi romanı Batı medeniyetinin yapıtaşı olarak nitelerler. İlyada ve Odysseia kahramanlık destanlarıdır ama roman sayılmazlar. İlk roman ilk destanlardan binlerce yıl sonra yazıldı. "Batı" dediğimiz kavramsal ülke, epik yüceltmelerle dolu tanrısal yazıtları aşıp, ağlayan, horlayan, çişini yapan gerçek insanı gördüğü anda "batı" oldu.

Okullarda ilk romanın Cervantes'in "Don Kişot"u olduğu öğretilir. Mihail Bahtin buna karşı çıkar ve Cervantes'ten elli yıl önce doğmuş François Rabelais'i ilk romancı sayar. İlk roman da "Don Kişot" değil, Rabelais'in yazdığı "Gargantua ve Pantagruel"dir. Rabelais'i destan yazarlarından ayıran, roman kahramanlarının berbat tipler olmasıdır. Kitap onlarca absürd komedi unsuruyla sımsıkı sarıldığımız "değerlerimizi" parçalar. Roman itaat etmez, isyan eder.

Gerçek hayat, tahrifli tarihlerdeki yüceltmelere benzemez. Aksamalar, düşmeler, kalkmalarla doludur. İnsan toplulukları tıpkı roman kahramanları gibi sürekli düşünür, her biri ayrı ayrı kararlar alır ve sonra bu kararları değiştirirler.

Bir ressam gördüğü manzarayı en küçük detayına kadar tuvaline yansıtmaya çalışırken, bir yazar insan denilen varlığın sosyal ilişkilerini, düşüncelerini, hırslarını, aptallıklarını kâğıda yansıtmaya çalışır. Bu okura yapılan bir sunumdur.

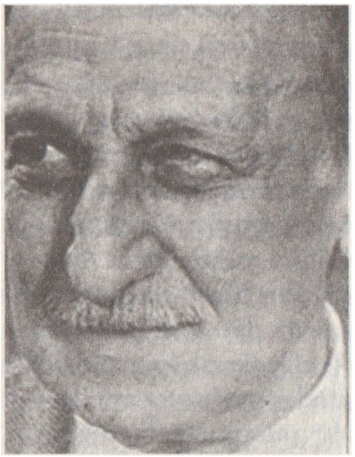
Diktatörlerin veya kralların olduğu toplumlarda hagiografi vardır. Yani destanlar, kahramanlaştırmalar, tapınmalar. Bu tip tapınmalar dalkavuğa birkaç altın, kralaysa destan kazandırır. Dalkavuklar ve krallar, tavuk ve yumurta gibidir. Görkemli binalar, dev heykeller ve kutsallaştırmalar; her şeyi bilen tanrısal bir gücün, yardıma muhtaç sefil köleleri yönetmesi gerektiğini meşru kılar.

Romanda böyle bir hiyerarşi olmaz. Romanda bir kralı tüm zayıflıkları, korkuları, hatalarıyla görürken, kimsenin önemsemediği bir kölenin etkileyici özelliklerine de tanık olabiliriz. Destan yandaş medyaysa, roman tarafsız gazetecilik.

Romanlardaki anlatımlar demokrasiyi, sivil toplumu, beraber yaşama inancını, karşılıklı saygıyı yaratır. Neyse ki bu ülkede yaşamış ve yaşayan Yaşar Kemal, Nazım Hikmet, Orhan Kemal, Fakir Baykurt, Aziz Nesin, Ahmet Hamdi, Sabahattin Ali, Kemal Tahir, Rıfat Ilgaz, Oğuz Atay, Turgut Uyar, Yakup Kadri, Reşat Nuri, Halikarnas Balıkçısı, Orhan Veli, Muzaffer İzgü, Can Yücel, Sait Faik, Yusuf Atılgan, Cemal Süreya, Peyami Safa, Sevgi Soysal, Adalet Ağaoğlu, Selim İleri, Ahmet Altan, İhsan Oktay Anar, Latife Tekin, Orhan Pamuk, Tahsin Yücel, Mehmet Eroğlu, Ahmet Ümit, Gürsel Korat, Hakan Günday, Hakan Bıçakçı, Murat Uyurkulak, Ahmet Büke, Melisa Kesmez, Irmak Zileli gibi kıymetli anlatıcılar ve onların kitaplarından yeni nesillere uzanan paha biçilmez sunumlar var.

Sinema ile roman birbiriyle çok ilişkili anlatım biçimleri. "Bizim Aile" filminde Münir Özkul'un canlandırdığı Yaşar Usta karakterinin meşhur repliğini neredeyse herkes ezbere bilir. Bu repliği kim yazmış sorusuna doğru yanıt verecek kişi bir hayli azdır. Eski büyüleyici filmleri sanki kendiliğinden yapılmış gibi izler, filmlerin arkasındaki ekiplere genellikle haksızlık ederiz.

Bu kitabı Sadık Şendil'e adadım. Bir ömre iki yüz film sığdıran bu kutlu insan, Türkiye'nin kolektif bilinçaltını oluşturan onlarca kült filmin ve yüzlerce unutulmaz karakterin yaratıcısı.



"Bizim Aile", "Senede Bir Gün", "Salako", "Köyden İndim Şehre", "Hababam Sınıfı" serisi, "Sev Kardeşim", "Mavi Boncuk", "Süt Kardeşler", "Şaban Oğlu Şaban", "Neşeli Günler", "Kanlı Nigar", "Yedi Kocalı Hürmüz", "Banker Bilo", "Gırgıriye", "Süper Baba" ve daha nicesi. Billy Wilder veya Frank Capra ile beraber anılması gereken Şendil, tek başına Milli Eğitim Bakanlığı'ndan daha fazla (ve daha kaliteli) öğrenci mezun etmiş olabilir. Bugün sokaklarda birbirimizi gırtlaklamıyorsak, bunu sanırım en çok Sadık Şendil'e borçluyuz.

Onun kadar kıymetli Ertem Eğilmez, Ömer Lütfi Akad, Halit Refiğ, Sırrı Gültekin, Metin Erksan, Atıf Yılmaz ve Orhan Aksoy'un, bu izden devam eden Yılmaz Güney, Şerif Gören, Yavuz Turgul, Tunç Başaran, Ümit Ünal gibi isimlerin de hakkı ödenemez. Elbette onların senaryolarına ve filmlerine can veren Münir Özkul, Adile Naşit, Şener Şen, Türkan Şoray, Zeki Alasya, Metin Akpınar, Fatma Girik, Müjde Ar, Kemal Sunal, Müjdat Gezen, Halit Akçatepe, Tuncel Kurtiz, Kadir İnanır, Tarık Akan gibi dev oyuncuları da unutmadan. Berbat örnekleri bulmakta da pek zorlanmayız ama bir bütün olarak Türkiye'de sinema genellikle güzel konuşan bir diyalogcu oldu.

Günümüzde Cem Yılmaz, Ata Demirer, Yılmaz Erdoğan, Şahan Gökbakar, Gülse Birsel de büyük kitlelere büyük diyalog alanları açıyorlar. Dizi ve sinema sektöründeki sorumluluk sahibi yapımcılar, yazarlar, yönetmenler ve oyuncuların tamamına minnettar olmalıyız. En berbat kanaldaki, en leş amaçlarla yapılan dizide bile araya sihirli bir söz koymaya çalışan sinema emekçilerini hissedersiniz. Türkiye'de üretilen diziler, sadece ülke içinde değil, özellikle Arap halkları için dönüştürücü bir diyalog ihracı.

Paltosunun cebinden çıktığım Oğuz Aral'ın, saman kâğıdı dergilere Türkiye'yi yansıtan yüzlerce mizahçının bu ülke üzerindeki emeği de tartışılmaz. Gırgır, Fırt, Avni, Çarşaf, Pişmiş Kelle, Limon, Leman, Penguen ve Uykusuz'un ülkedeki birçok insanın kişisel gelişiminde ebeveynleri kadar emeği olabilir. Bir kuşak "çizgi roman" kavramını önce İlban Ertem ile öğrendi. Engin Ergönültaş, Behiç Pek, Bülent Arabacıoğlu, Kemal Aratan, Metin Üstündağ, Galip Tekin, VÖ, Bahadır Baruter, Birol Bayram, Yılmaz Aslantürk, Sait Oktay, Serdar Gilkal, Kaan Ertem, Ahmet Yılmaz, Gani Müjde, Latif Demirci, Aptülika, Soner Günday, Tuncay Akgün, Ramize Erer, Suat Gönülay, Mehmet Çağçağ; daha yenilerden bu kitaba üç güzel çizim kazandıran Ersin Karabulut, Memo Tembelçizer, Üstün Biraderler, Oky, Emrah Ablak, Cem Dinlenmiş, Selçuk Erdem, Yiğit Özgür, Uğur Gürsoy, Cem Güventürk, Fırat Budacı, Cihan Ceylan, Özer Aydoğan, Cihan Kılıç, Nisan Hakan ve Umut Sarıkaya... Türkiye'yi anlamak için bu isimlerin her biri, Halil İnalcık veya Can Kozanoğlu kadar kıymetli bence.

Ve şarkılar... İlk göçmenlerin arabeskle, onların çocuklarının taverna müziği, torunlarının pop müzik ve rap'le ifade ettiği hisler, bazen kıskançlık ve kinlerin, bazen adalet arayışının dışavurumları oldular. Halk türkülerinin anonim mirası Âşık Veysel, Neşet Ertaş, Ali Ekber Çiçek, Musa Eroğlu, Arif Sağ gibi ustalarla taçlandı. Arap, Acem, Ermeni, Rum ve Balkan ezgileriyle harmanlanıp yeni bir tür olarak doğan Klasik Türk Müziği, Münir Nurettin, Saadettin Kaynak, Müzeyyen Senar, Zeki Müren, Ziya Taşkent gibi besteci ve

yorumcularla en azından hayallerde "mesud" geçen yıllara ayna tuttu. Ardından Cem Karaca, Moğollar, Barış Manço, Erkin Koray, MFÖ, Edip Akbayram, Ersen ve Dadaşlar, Orhan Gencebay, Esmeray, Selda Bağcan, Müslüm Gürses, İbrahim Tatlıses, Sezen Aksu, Nilüfer, Adnan Şenses, 3 Hürel, Zülfü Livaneli, Tüdanya, Seyyal Taner, Ajda Pekkan, Yeni Türkü, Ezginin Günlüğü, Tanju Okan, Kibariye, Ferdi Özbeğen, Ümit Besen, Nükhet Duru, Grup Gündoğarken, Fikret Kızılok, Bülent Ortaçgil, Bulutsuzluk Özlemi, Ahmet Kaya, Mozaik, Grup Yorum... Onları dinleyerek büyüyen üçüncü kuşak: Mor ve Ötesi, Duman, Athena, Teoman, Rashid, Siya Siyabend, Kurban, Feridun Düzağaç, Burhan Öcal, Hüsnü Şenlendirici, Ciguli, Azer Bülbül, Hakan Taşıyan, Model, Üç Nokta Bir, Korhan Futacı, Vega, Umay Umay, Volvox, Mirkelam, Kumdan Kaleler, Haluk Levent, Yıldız Tilbe, Özlem Tekin, Cartel, Sertap Erener, Hayko Cepkin, Nekropsi, Baba Zula, Pentagram, Tuna Kiremitçi, Kesmeşeker, Nazan Öncel, Kazım Koyuncu, Aylin Aslım, Malt, Tarkan, Redd, Şebnem Ferah, Ceza, Rober Hatemo, Onur Akın, Sagopa Kajmer, Kenan Doğulu, Ozan Doğulu, Ersay Üner, Murat Boz, Melis Danişmend, Kardeş Türküler... Günümüzde Gazapizm, Ezhel, Murda, Büyük Ev Ablukada, No Land, Yüz Yüzeyken Konuşuruz, Fuat Ergin, The Ringo Jets, Adamlar, Khontkar, Kila Hakan, Şanışer, Aga B, Heyejan, Dj Artz, Da Poet, Ben Fero, Flört, Anıl Piyancı, Pinhani, Peyk, Aleyna Tilki, Sansar Salvo, Hedonutopia, Palmiyeler, Jakuzi gibi genç ustalar yeni nesillere bayrağı taşıyorlar. Dijital platformların artmasıyla geçmişle kıyaslanamayacak kadar çok farklı ses duyuyoruz. Onlara kimileri şarkıcı, kimileri besteci diyor; ben genel olarak "öğretmen" demek istiyorum. Şarkıların öğreticilik yeteneği, unuttuğumuz tüm derslerden daha fazla.

Bu başlık altında edebiyat, sinema, mizah ve müzik dünyasından bizle konuşan ustaları saymaya çalıştım. Atladıklarım bağışlasın lütfen. Kuşkusuz tüm eserler iyilikten bahsetmiyor. Tüketim gibi üretimin de çoğunluğu diyaloglardan değil, kulakları tıkalı bencillerin bitmeyen monologlarından

ibaret. Birçok dışavurum "ben" derdine düşmüş insanların, olağanüstü bencilliğini sergiliyor: Ben çok seviyorum, ben sana sahip olacağım, benim üzüntüm, benim kıskançlığım vs...

Klişe örnekte olduğu gibi yarım bardak suya bakanların bazıları "yarısı dolu", bazıları "yarısı boş" der. Ben "bardağın yarısı hava, yarısı su dolu" diyenlerden olmaya çalıyorum. Eşsiz yazarlarımız, çizerlerimiz, yönetmenlerimiz ve müzisyenlerimiz var. Romanlarımız, şarkılarımız, filmlerimiz, kısacası kültürümüz kadar bireyiz, biriz ve beraberiz. Doğru seçilmiş her nota, iyi yazılmış her cümle bizi daha zengin ve daha umutlu bir toplum haline getiriyor.

KARNAVAL TOPLUMU

Mihail Bahtin, romanın kökeninin Orta Çağ karnavalları olduğunu, bu karnavallarda "kürsü" olmadığı, herkesin birbiriyle aynı düzlemde sohbet ettiği, krallarla ve din adamlarıyla dalga geçildiği ve bu nedenle "roman"ın anarşist köklerini karnavallara borçlu olduğunu savunur.

Bahtin'e göre diyalojik iletişim de tıpkı romanlar gibi karnavallardan doğmuş. İnsanların bir araya gelmesi, konuşma modelinin sürekli gelişmesi, bir sonuca varmak için değil birbirinin farkına varmak için konuşması karnavalın doğası. Karnaval toplumunda her şey var, iktidar yok; bu nedenle "iktidar olsun da başka bir şey olmasın" diyenler, karnavallardan nefret ediyor. Gezi'yi bizim için muhteşem, iktidar sahipleri için korkunç yapan, Gezi'nin bir karnaval olması. Minberler, kürsüler ve balkonlar yoksa, herkesin herkesle eşit ve herkesin bir kiracı olduğu anlaşılır ki iktidar sahipleri için daha dehşetli bir kâbus olamaz.

Diyalektik iletişim, iktidarların ve iktidara tehdit oluşturmayan sembolik muhaliflerin işine gelir. Tezin de antitezin de garantili müşterisi vardır ve sentez nerede olursa olsun, her makama bir sekreter, bir şoför, iki de danışman atanır.

Diyalektik iletişim itaat ister, itaat hayaliyle çarpışır ve savaşır. Diyalojik iletişim muhabbet ister ve muhabbet arttıkça itaat sevdalıları yalnızlaşır.

Diyalektik iletişimde model sürekli daralmak zorundayken, diyalojik iletişimde tam aksine model hep gelişir. İletişim ihtiyaç odaklı kurgulanmadığı için talepkar değildir.

Diyalojik iletişimde bataklık olmadığı için sinek de olmaz. Bu nedenle önderlere, ahkam kesenlere ihtiyaç yoktur. Bir konuyu bilen kürsüden değil, olduğu yerden konuşur ve bilgisini paylaşır.

Diyalektik iletişim dengesizlik içinde denge arar, fırtınadaki bir gemide ayakta durmaya çalışır. Diyalojik iletişim fırtınalı denize hiç girmez, ulaşmak için değil ilerlemek için yola çıktığından buz dağına çarpmaz, dengesini hiç bozmaz.

Diyalektik iletişim zıtlaşmaya mecburdur. Bu nedenle tez, antitezle çarpışır ve vektörlerin gücüne göre konumu değişen yeni sentezler oluşur. Diyalektik iletişimden güç alan iktidarlar sürekli yeni gerilim senaryoları yaratırlar. Zıtlaşma onları güçlendirir... Diyalojik iletişimde tez veya antitez olmadığı için sentez hiç olmaz. Hatta diyalojik iletişimin "sentez" sözcüğüne gıcık olduğunu bile varsayabiliriz. Sentez diyalogdan vazgeçip sessizliğe bürünmektir.

Diyalektik iletişim ayrışmalar yaratır, diyalojik iletişim ise beraberlikler. Diyalektik iletişim ayrıştırmak için böler, diyalojik iletişim farklı olan insanların ortak paydalarını keşfetmesine yarar.

Marx, Komünist Manifesto'da "Bütün dünya işçileri, birleşin" der. Bu sözü hepimiz biliriz de, şunu pek düşünmemişizdir: Bütün dünya işçileri nasıl birleşir? Elbette konuşarak, haberleşerek, tanışarak, birbirini dinleyerek... İlk bakışta sakin ve sessiz görünen "diyaloji" işte bu nedenle korkunçtur egemenler için. Ezilenler birleşse, ezenler vücuttaki sivilce kadar kalır. Tüm fakirler birbiriyle konuşsa, zenginlerin hali nice olur?

HALAY

İlk bakışta diyalektik iletişimin toplumsal çeşitliliğe daha saygılı olduğu yanılsamasına düşülebilir. Oysa bu farklılık kurulan her bir sıfır toplamlı oyundaki karşıtların birbirini tanımasından ibarettir. Bir boksörün öteki boksörün saldırı

ve savunma tekniklerini tanıması gibi... Diyalojik iletişimse iki boksörün farklı tekniklerini birbirlerini döverek değil, konuşarak veya göstererek anlatması.

CHP, AKP'yi diyalektik iletişimle yenemezdi ama diyalektik iletişimle sonsuza dek yaşamaya devam edebilirdi. Her çatışma bir rütbe yaratır, her karşıtın birbirine ihtiyacı vardır.



HDP %13 oy aldığı 2015 haziran seçimlerinde herkesin el ele halay çektiği bir reklam filmi yayınlamıştı. Mükemmel bir reklamdı... Herkes halay çekerse, herkes birbiriyle konuşursa, herkes birbirini tanırsa, silahla rütbe kazananlar ne yapacaklar? Demirtaş'ın güler yüzüyle "Diyalojik İletişim"e davet edilen Türkiye'ye, peş peşe patlayan bombalar, açılan hendekler ve ölen yüzlerce masum insanla tekrar "diyalektik iletişim" dayatıldı. Halay, vampirler için gün ışığı kadar korkutucu olmalı.

ŞİMDİ DİYALOJİ ZAMANI

CHP yaptığı muhalefet tarzının en çok iktidara yaradığını yıllarca göremedi. Daha doğrusu bu gösterilmedi. CHP içinde "muhalefetçilik"ten rütbe kazananlar etkiliydi. Mesai saatlerinde AKP'nin her tezine karşı bir antitez üretmekten ibaret muhalefet tarzı tehdit içermez ve kazancı da boldur. Böyle bir muhalefet en çok AKP'nin işine gelir. "AKP Neden

Kazanır? CHP Neden Kaybeder?" adlı kitabımda Ankara'daki bakanlık binalarının arasında yükselen CHP binasına "Ana Muhalefet Bakanlığı" tabelası koymayı önermiştim.

AKP'yi yenmenin tek yolu var: "Diyalojik İletişim"i mümkün olduğunca yaymak. 31 Mart seçimleri, işte bu makas değişiminin sonucu. Benzer bicimde de AKP için de tek bir kurtuluş reçetesi var: Diyalektik iletişimi hemen bırakmak.

Bizim yeni liderlere, farklı balkonlarda nutuklar atacak yeni Tanrılara ihtiyacımız yok. Bizim hindi gibi kabarmadan, insan gibi konuşacak arkadaşlara ihtiyacımız var. Bizim, hepimizin, ülkemizin ve dünyamızın.

İki binli yılların başından beri bu konuda yazıyorum, üç kişinin katıldığı toplantılara bile gidiyorum. Bir insan neden ister, neden sever, neden nefret eder? Tek bir ağaca bakarak bütün orman anlaşılabilir mi veya ormana bakarak tek bir ağacı anlayabilir miyiz?

Ağır kuramsal tartışmaları, basit, anlaşılır ve kullanılabilir kavramlarla haplaştırmalıydım. Siyasetsiz Seçmen, Hipoktatör, Fast Mood, Satın Alma Kabiliyeti, Orta Dünya Birliği, Radikal Sevgi gibi "daha anlaşılır" kavramları bu yirmi yıl içinde geliştirdim ve ülkenin her yerinde insanlara anlattım. "Bunlar anlamaz" denilen insanların çoğu "ben her şeyi anlarım" diyen insanlardan daha anlayışlı çıktı.

2009'da Antalya'ya çağrıldım ve yerel seçim kampanyasında tüm bu fikirlerimi uygulamam istendi. Oradaki CHP eliti beni uzaklaştırmak için her yolu denedi ama aday ve çevresindeki birkaç kişi her zaman yanımda durdu ve beraberce başardık. Diyalektik iletişime karşı diyalojik iletişim ilk zaferini 2009'da Antalya'da kazandı.

2019'da tüm Türkiye'de CHP iletişimini yapma görevi bana verildi. İlk istediğim "inanmadığım insanların aday gösterilmemesi"ydi. Diyalojik iletişim yapacaksak, kendisi de kentiyle diyalog içinde olan mütevazı ve uzman insanlar aday gösterilmeliydi. Neyse ki tam olarak bu yapıldı. İlçelerin ve illerin hepsini bilmiyorum ama bildiğim her yerde ittifak bariyerlerini de dikkate alarak, olası en "diyalojik" kişiler aday gösterildi.

Çalışmaya ileride açıklayacağım nedenlerle bütün ülkeyi gezerek başladım. Bu gezi boyunca mümkün olduğunca çok CHP'liyle konuştum. Ötekileştirici, alaycı, tepeden bakan, öfkeli "diyalektik iletişim" alışkanlıklarını silmeye çalıştım. İçimizdeki şeytanlara zülfikarlarla saldırdım.

Bu seçim fanusların içinde geçmeyecekti. Bu seçim CHP, Hacivat olmayacaktı. Bu seçim CHP seçmenini edilgen durumda bırakıp, seçmenden alınan güce ihanet etmeyecekti. Türkiye'de büyük bir sosyolojik değişim vardı ve bu bize aynı oranda büyük bir fırsat sunuyordu: Şimdi diyalojinin zamanıydı.

Not: Diyalojik iletişimle ilgili sıkça sorulan sorulara vermeye çalıştığım yanıtlar için, kitabın sonunda "Ek 1"e bakabilirsiniz.

Peki tüm bu bilgiler sana gökten mi indi? "Kentim İstanbul"dan niye bahsetmiyorsun?

O kısmı internette paylaşsam?

Hayır bence "Kentim İstanbul" ve "Kentine Güvenen Kentler" önemli. Antalya'dan ve Gökhan Günaydın'dan bahsetmeden bugünlere gelemezsin.

Antalya'yı ilk kitabımı okuyanlar biliyor.

Bu kitabı alanlar o kitabı hiç okumamış varsay... Birkaç sayfalık tekrardan zarar gelmez.

Bölüm 3

Kentim İstanbul

NEW YORK'TAN SEVGİLERLE

Diyalojik iletişim kavramıyla New York'a yeni gelenlerin (geçici veya kalıcı) kent hayatına adaptasyonu konusunu araştırırken karşılaştım. O sırada yirmili yaşlardaydım ve diyaloğun bir iletişim sistematiği olarak ele alındığından haberim yoktu.

New York da İstanbul gibi bir göçmenler kentiydi. (New York'a "göçen"lerin önemli bir kısmı farklı ülkelerden gelen insanlar olsa da ABD içinden de "taşı toprağı altın" bu şehre taşınan çok fazla insan var. Bu kitap boyunca göçmen

sözcüğünü IOM'in tanımladığı resmi terim anlamıyla değil, bir kentten bir başka kente göçen, taşınan kişi anlamıyla kullanacağım.) Göçmenler kente aidiyet duygusu hissetmedikleri için vandalizm, ayrımcılık, şiddet New York'un tarih boyunca belası olmuştu. New York'ta yaşayan insanlar uzun zamandır bu sorunu çözmek için çalışıyordu. Yaptıkları belki de en önemli iş "New Yorker" kavramını icat etmekti. New Yorklu olmak havalıydı ve bu kentte yaşayan herkes New Yorklu olmayı bir onur madalyası gibi taşımalıydı. Kavram zamanla, siyahların Porto Rikolu, Kübalı, Meksikalı, Polonyalı, Rus vb yeni göçmenlerin mahallelerinde yayıldı. Devlet kuruluşlarından bilgi istedim ve bana ansiklopedi büyüklüğünde kitaplar hediye ettiler.

Doksanlardan söz ediyorum. Henüz 9/11 olmamıştı. Güzel Sanatlar Saatchi'n Saatchi'de çalışıyordum. Bir sürü perakendeci müşterimiz vardı ama "bilinen İstanbul" dışındaki İstanbul'u hiç tanımıyorduk... Reklamın çalışma alanında paran kadar varsın. Marka alışverişi yapamayacak kadar yoksul olanların analizlerine hiçbir reklam ajansı kafa yormaz.

O dönem en ilgimi çeken konulardan biri bu "yeni gelenler ve adaptasyon" konusuydu. İstanbul da göç baskısı altında eziliyordu. "1 Mayıs'ta çiçekleri tekmeleyen gösterici" görüntüsü burjuva medyası tarafından en rezil biçimde kullanılıyor ama bu psikolojik halin sosyolojik analizi pek yapılmıyordu. Gösterici kız çiçekleri neden tekmeliyordu? Saksıdaki çiçekten bu kadar nefret etmesini kim sağlıyordu? İstanbul için de New York'ta yapıldığı gibi uzun soluklu büyük bir sosyal kampanya yapılmalı ve İstanbul'da yaşayan herkes İstanbullu olmanın gururunu yaşamalıydı.

Arkadaşlarımdan biri askerde komando olmak istemiş. Gerekçesini sorduğumda: "Bizden önceki kuşaklar gibi Bekaa Vadisi'nde eğitim alamayacağım, bari bu işi orduda öğreneyim" dedi. Bundan etkilenerek ben de şöyle düşünmeye başladım: "İnsanları tüketime özendirip şirketler kâr etsin diye çalışıyorum. Edindiğim bu iletişim bilgilerini neden halkın yararına da kullanmayayım?"

Askerliğimi Ankara'da yaptım. Kimse bana komando olmak isteyip istemediğimi sormadı. Akşamları çevremdekilere göç ve "Yeni İstanbullular"dan bahsederken benim gibi bir er yanıma geldi ve tanışmak istedi. Anlattıklarım ilgisini çekmişti, İstanbul Büyükşehir Belediye Başkanı Ali Müfit Gürtuna'yı tanıyordu, bu konuda Gürtuna'ya bir sunum hazırlayabilir miydim?

Bana bu teklifi yapan şimdilerde en meşhur AKP yüzlerinden İhsan Aktaş'tı ama o zamanlar daha AKP filan yoktu ortada.

BURADA BİLE MÜSLÜMANLAR VAR

Askerden sonra İhsan işyerime geldi. Konuya olağanüstü ilgi göstermesi bir yana bizzat kendisi kente adaptasyon konusunun öznesi gibiydi. O sıralar Türkiye'nin en büyük ajansı Cenajans Grey'e geçmiştim... Cenajans Hacı Osman'da orman kenarında, içinde barlar, sinema salonu, spor salonu hatta sauna olan muazzam bir binaydı. İhsan beni ilk ziyaret ettiğinde bahçedeki barda (adı Cenajans'a göndermeyle Cennet olan barda) oturduk. Garson "Eyvallah" deyince İhsan, "Bak burada bile Müslümanlar var" dedi. "Ramazan'da bu insanların üçte ikisi oruç tutuyor" dedim.

İhsan, Bayburt'tan göçmüş bir Anadolu çocuğu olarak İstanbul'u ve İstanbulluları uyduruk dini filmlerin klişelerindeki gibi düşünüyor olmalıydı. Kim bilir belki ben de onu uyduruk laik filmlerin klişelerindeki gibi düşünüyordum. İkimiz de ayrı fanuslarda yaşıyorduk.

Ali Müfit Gürtuna'ya bir sunum yaptım. Gürtuna sözlerin tekrar edilmesinden hoşlanmayan, net konuşan, mühendis gibi bir adamdı. Sunumun birinci dakikasında İhsan'la yaşadığımız bu deneyimi anlattım, kalan iki dakikada da "Kentim İstanbul" fikrini. Üç dakikada her şeyi aktarmıştım, o da üç saniyede kabul etti.

İLİM KENTİNİ BİLMEKTİR

"Kentim İstanbul" adını Yunus Emre'nin çok sevdiğim şiirinden almıştım:

"İlim ilim bilmektir,
İlim kendini bilmektir,
Sen kendini bilmezsen,
Ya nice okumaktır"

Kendini bilmeyen, kentini de bilemezdi, kentini bilen kişi kendini o kente ait hissederdi.

"Kentim İstanbul" kampanyası yapılalı neredeyse yirmi yıl oluyor. O günden beri "Kentim" ismini kullanmayan kalmadı, "Kentim" bir tür jenerik marka haline geldi. İlber Ortaylı'dan Haluk Şahin'e yüze yakın akademisyenin danışmanlığında, sanırım iki bin civarı personelle yapılan, o güne dek ve o günden beri eşi benzeri görülmeyen hacimde bir sosyal kampanyaydı. Ben bir başka ajansta yaratıcı yönetmenlik yapıyor, bir yandan da "Kentim İstanbul"a dahil oluyordum. Ortak filan değildim, maaşlı çalışan bir personeldim. Kampanya merkezi Akmerkez'in yanında müstakil bir binaydı.

Konumuz kente göçen insanları bir an önce kentli yapmaktı. Bu nedenle sürekli göçmenlerin arasındaydık. Bir kente göçen insan neler yaşar, neler hisseder, neye sığınır ve neden kaçar sorularını uzmanlar eşliğinde kaynağında yanıtlıyorduk. Bu projede çalıştığım iki yıl boyunca, bugün AKP'nin oy deposu olan ilçelerin doğuşuna tanık oldum. Oradaki insanlarla yaşadım.

Çalıştığım cici ajanstakilere, Sultanbeyli veya Güngören'de tanık olduğum hayatlar masal gibi geliyordu. Öte yandan bu bilgiler çalıştığımız perakendeci şirketler için de işe yarıyordu. İstanbul'un çevresinde İstanbul'dan daha büyük bir İstanbul soğan halkaları gibi büyüyordu.

Köpeğimiz Bıcır her nedense şemsiyeden korkardı. Bir yerde bir şemsiye görürse kafasını başka yöne çevirirdi. Reklam ajansındaki TÜSİAD çevresi markaların yöneticileri de bu ilçeleri tıpkı Bıcır gibi görmezden geldiler. Belki korkuyor, belki aşağılıyorlardı. Hepimiz altı üstü bir iki nesildir kentli olduğumuzu gizlemeye çalışan, dünyanın Alain Mikli gözlüklerle bakınca değişeceğini düşünen aptallardık.

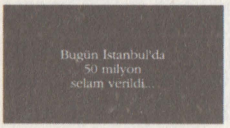
28 Şubat korkusu mu yoksa Ali Müfit Gürtuna'nın vizyonerliği nedeniyle mi bilmiyorum ama kimseye siyasi mesaj verilmedi. İsveç Sosyalist Partisi nasıl bir kampanya yapacaksa öyle yapıldı. Belki de bu nedenle kampanya Birleşmiş Milletler'den Sorbonne'a kadar onlarca kurumdan ödül aldı.

"Ben İstanbulluyum" sözünü Rahmi Koç, Sakıp Sabancı, İbrahim Tatlıses, Pelin Batu gibi ünlülere söylettik; böyle onlarca reklam filmi yaptık. İstanbul bu insanların billboard ve ilanlarıyla doldu.





SELAM

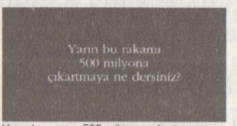


Bugün İstanbul'da 50 milyon selam verildi.









Yarın bu sayıyı 500 milyona çıkartmaya ne dersiniz.

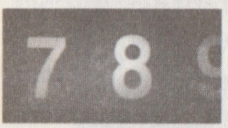




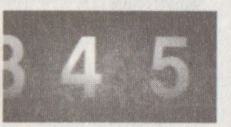




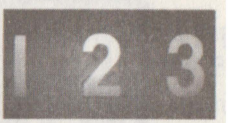
İKİ İSTANBUL



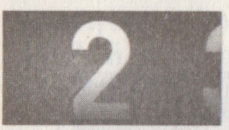
Asya Avrupa... Doğu Batı...



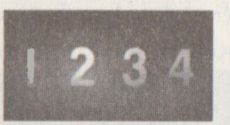
Eski yeni...



İstanbul için bir rakam seçmemiz gerekse...



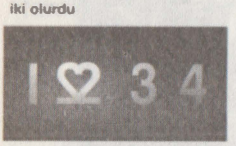
Bu rakam hiç şüphesiz iki olurdu



İki kıta...

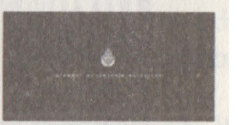


Ve iki yaka birleştiği oranda...



İstanbul sevgisi de artacak.





HEMŞERİM



"Çok yalnızım"

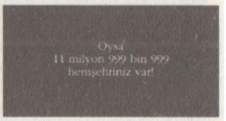

"Çok yalnızım"



"Çok yalnızım"


"Çok yalnızım"

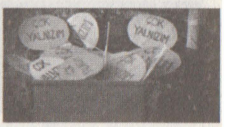

"Çok yalnızım"



Oysa 11 milyon 999 bin 999 hemşehriniz var.







KUCAKLAŞMA




Kültürler...


Gelenekler...

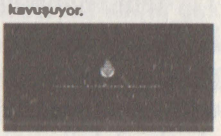

Aşıklar...


İnançlar...


Hatta kıtalar bile İstanbul'da kavuşuyor.


Neden siz de kavuşmayasınız?







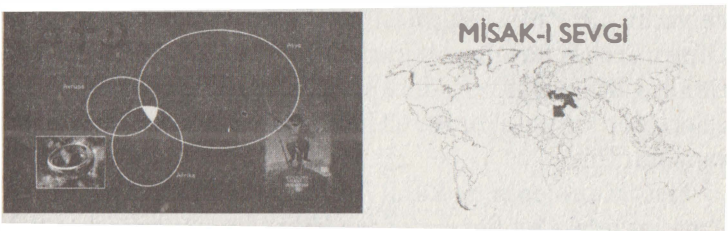
Belediyelerin reklam yapması o zamana kadar nadir görülmüş bir durumken, "Kentim İstanbul" her fazıyla gündemi belirleyen 360 derece bir kampanya oldu. İşin bütçesi "sky is the limit" denen cinstendi. Yaptığımız her üretim televizyonlarda, sinemalarda, yüzlerce kahvehanede ve ziyaret edilen evlerde projeksiyonlarla gösteriliyordu. Gürtuna, Türkiye'nin en popüler isimleri listesinde birinci sıraya oturdu ve koltuğu devredene dek de öyle kaldı. Bu arada AKP kuruldu ve Ali Müfit'e bu popülerlik yaramadı. Yerine gelen Kadir Topbaş kampanyayı durdurdu.

"Yeni İstanbullular" kavramını ilk kez bu kampanyada kullandık. Topbaş, "Hizmette devamlılık" diyerek bu kampanyaya devam etseydi, bunun bugünkü İstanbul seçimlerine etkisi olur muydu? Topbaş on beş yılda on beş milyon lale ekmiş olabilir ama biraz da kent varoşlarındaki çocuklara ekim yapsaydı İstanbul'da AKP günden güne mum gibi erimeyebilirdi.

Yeni İstanbulluların AKP'yi terk edişi hızlanınca TÜRGEV benzeri kuruluşlar bu gidişi durdurmak için servet harcamaya başladılar ama artık iş işten geçmişti.

Göçmen nesillerin sosyo politik etkileri hakkında öğrendiklerimi ve deneyimlerimi herkesle paylaşmaya devam ettim ama böyle sıkıcı bir konuyu dinlemeye hevesli pek fazla insan yoktu.

2005'de kendi ajansımı kurdum. Bu ajansı kurarken bildiğimiz reklamın son yıllarını yaşadığının farkındaydım. Milyonlarca benzerim gibi işimi saygıyla ve şevkle yapıyordum ama kitle iletişimi konusunda edindiğim deneyimleri, başka alanlarda da kullanacağımı biliyordum.



Kendime uzun vadeli iki hedef belirledim: Birinci hedefim Doğu Roma ve Osmanlı havzasında laik parlamenter bir birlik kurmaya çalışmaktı. Hayalimdeki bu ülkeye Orta Dünya Birliği adını vermiştim, sınırlarını da Misak-ı Sevgi sınırları koymuştum... Kuracağım en görkemli Nash Dengesi bu projeydi.

Turkcell için çalışırken Balkan, Kafkas ve Orta Doğu ülkelerine, gündelik sosyal hayatlarına tanık olacak kadar çok gitmiştim. Bu ülkeleri birleştirmek hem bölgenin hem de tüm dünyanın faydasına olacaktı. Yüzyıllardır bir arada yaşayan bu halklar bir insan ömründen kısa sürede birbirlerini gırtlaklayıp bölünmüşler ve aradan yüz yıl geçmesine rağmen hâlâ birleşememişlerdi. Araplar, Acemler, Ermeniler, Kürtler, Türkler, Balkanlarda ve Kafkasya'da yaşayanlar, İsrailliler, herkes hâlâ yüz yıl önceki kararların faturasını ödüyordu... İhtiyacım olan tek şey yeterince büyük bir sunum salonuydu. Bu konuda sayısız sunum yaptım, onlarca makale yazdım. Antalya'da İsmail Cem TV Ödülleri adlı bir organizasyon

başlattım ve temel hedefim İsrail Filistin, Azeri Ermeni, Türk Yunan televizyoncularını bir araya getirmekti; getirdim de. Bu topraklara akıl ve huzur gelmesi için "beyaz adam"ın yüz yıl önce çizdiği sınırları yok edip, tekrar birbirimizi tanımamız ve kucaklaşmamız gerekli. Ömrümün sonuna dek de bu hedef için uğraşmaya devam edeceğim.

İkinci konu yeni kentlilerin davranışları ve bu davranışların siyasete (hatta ticarete) etkisiydi. Köklü perakendeciler onlara bu konuları anlattığımda daha fazla ciddiye alsalar LCW, BİM gibi markalar bu kadar agresif büyüyemezdi. Burjuvazinin "aşağılara" bakmayan gözlerinin aynısı CHP'de de vardı. CHP'nin değişmesi gerekiyordu çünkü ben Orta Dünya Birliği hayalleri kurarken birileri çocukların birbirini boğazlayacağı ve sadece silah tüccarlarının kazanacağı gelecekler kurguluyordu. CHP'ye ulaşabilirsem, bir şeyler yapabilirdim.

Her iki projenin de kilidi "Radikal Sevgi"yle açılıyordu. Ama insanlara bu fikirlerimden bahsedersem tımarhaneye atılacağımı da biliyordum. Derken bir telefon geldi ve diyalojik iletişimin seçim kazandıracağını kanıtlama fırsatı buldum.

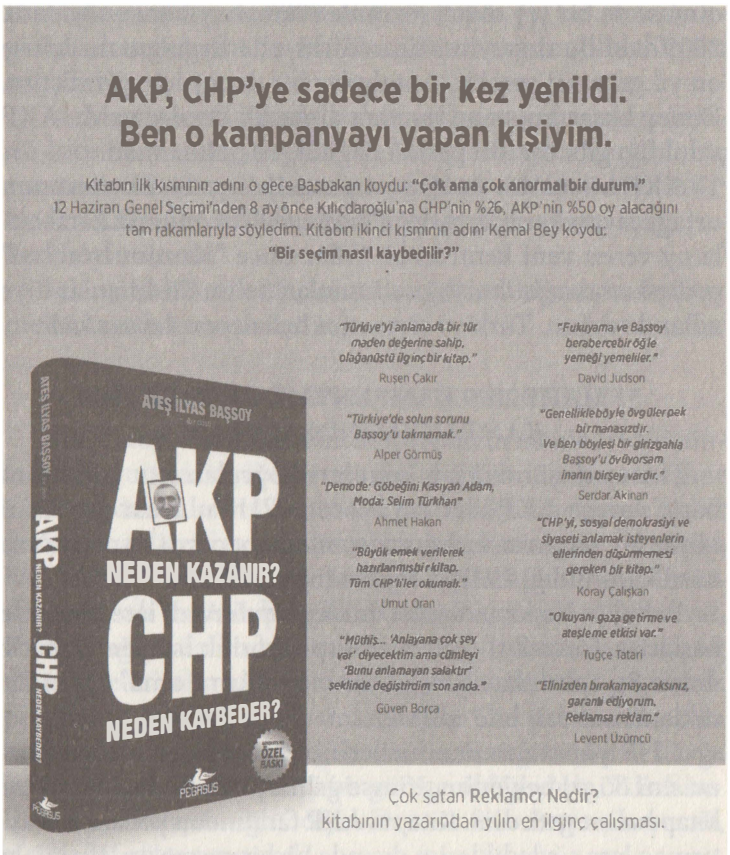
PASTEUR ANTALYA'DA

2008 aralıkta bir başka asker arkadaşım Çetin Balanuye (ne askerlikmiş) Antalya'dan aradı ve beni Antalya'daki CHP adayının reklamlarını yapmam için davet etti. Antalya'nın o zamanki mevcut AKP'li başkanı papyon takan, piyano çalan, Antalya'nın kurucu ailelerinden gelen tanınmış bir insandı. CHP adayı ise Antalya'ya yakın zamanda göç etmiş Çorumlu bir profesör.

Anketlere göre AKP adayı açık ara farkla öndeydi. İşim World of Warcraft'ı challenge mode'da oynamak kadar zordu ama bu süreç bana bir sürü kahır ve belanın yanı sıra "AKP Neden Kazanır? CHP Neden Kaybeder?" kitabını kazandırdı.

Antalya'ya ilk geldiğimde arkadaşım beni şöyle takdim etmişti: "Pasteur Antalya'da. Ve ilk deneyini burada yapacak"

Gerçekle ilgisi olmayan bir rivayete göre Pasteur kuduz aşısını kendi üzerinde deneyerek bulmuş. Antalya'dan kudurarak kaçtığım için bu benzetme benim adıma ironik oldu. Antalya'da CHP kazanmıştı ama ben kaybetmiştim. Bu o zaman acıklıydı, şimdi sadece komik geliyor.



29 Mart 2009 AKP'nin, CHP'ye yenildiği ilk seçimdi. Her yeri kazandığı halde sadece Antalya'yı kaybetmek Erdoğan'ı balkona çıkartmamaya yetmişti. Seçim gecesi örneği olmayan bir şekilde üzgün bir ifadeyle konuşmuş ve Antalya hakkında "Bu yenilgi nasıl oldu anlayamıyorum. Çok ama çok anormal bir durum" demişti.

"Çok ama çok anormal bir durum" sözü, "Hiçbir şey olmasa da bir şey oldu" sözünden tam on yıl önce söylendi. 2009'daki bu deneyimi tüm Türkiye'de uygulamam içinse on yıl geçmesi gerekti. Antalya'ya bir deney için gelmiştim. Deney başarılmıştı ve bundan alınacak dersler vardı: AKP sanıldığı gibi bir din partisi değildi. Hiç olmamıştı.

AKP büyük bir koalisyon partisiydi ve bu koalisyonun ortağı, siyasi kararlarla değil kısa vadeli ekonomik kararlarla oy veren yeni kentlilerdi. Yıllar önce "Kentim İstanbul" projesi sırasında tanıştığım insanlar. Selim Türkhanlar diye adlandırdığım, Türkiye siyasetini belirleyen devasa kitle.

31 MART 2019 KAMPANYASI, 29 MART 2009 KAMPANYASININ TEKRARI

Deney düşündüğüm konuları doğrulamıştı. İşin aslını bana sadece AKP'liler soruyordu. CHP'nin üst yönetimi böyle bir bilginin varlığından bile habersizdi. Antalya'nın nasıl kazanıldığı CHP'yi ilgilendirmiyordu.

Belediye başkanı olanlar aniden siyah Audi'lere binmeye başlarlar. Çevreleri iş, ihale ve sponsorluk isteyen kişilerle dolar. Bu ışıltılı kalabalığın yanında, "Ama, ama" diyen bir reklamcının lafı bile edilmez.

CHP yönetiminden birilerinin gelip bana sorular sormasını iki yıl bekledim. Kimse gelmeyince bu deneyimi bir kitap haline getirdim. Kitapta AKP tarafından yollanan araştırmacılara söylediklerim dışında hiçbir şey yoktu. Bu kitabı yazmasaydım bilgiler sadece AKP'de kalacaktı. Yazdım ve beni görmezden gelen CHP yönetimini aşıp CHP seçmenine ulaştım. O kitabı yazdığımda benden imza alan üniversite öğrencileri on yıl sonra CHP kampanyasını yapmam için belirleyici isimler haline geldiler.

2014 yılında yapılan seçimden sonra kazanan onlarca belediye başkanı "Seçimi kitabınızda yazan stratejiler sayesinde kazandım" diye bana teşekkür etti.

31 Mart 2019 seçim kampanyasının stratejisi, 2011'de basılan kitapta yazılanların aynısıdır. 2009'da Antalya'da ne yaptıysam, 2019'da İstanbul'da, Ankara'da ve ülke genelinde aynısını yaptım. Ülke geneli kampanya da tek tek adaylara özel kampanyalar da 2009'un kopyasıydı. İyi bir okur, hangi ilde, hangi hafta ne reklamı çıkartacağımı bile tahmin edebilirdi.

31 Mart gecesi ülkede bahar coşkusu yaşanırken Selami İnce beni arayıp şöyle dedi: "Ateş, altı aydır kendini hiç yormasaydın ve genel merkez adaylara sadece senin 'AKP Neden Kazanır?' kitabını hediye etseydi de sonuç aşağı yukarı böyle olurdu"

Selami yakın arkadaşlarımdan biri olduğu için muhtemelen taraflı konuşmuştur.

KILIÇDAROĞLU'NU NASIL BİLİRSİNİZ?

Kılıçdaroğlu'na yakın olmak için onu övmenin iyi bir yöntem olduğuna dair şüphelerim var. Her devrin adamı meşhur CHP yağdanlıklarının onun hakkında hiçbir belgesel, hiçbir dramatik anlatı filan yapmamaları şunu kanıtlıyor: Övmenin hiç "efektif" olmadığı bir insan Kılıçdaroğlu. Mahallenizdeki bakkalı övseniz bir gazoz bedava içme olasılığınız var, Kılıçdaroğlu'nda bu bile mümkün değil. Yalakalara atacak altın keseleri olmadığı için Kılıçdaroğlu ile vakit geçirmek pragmatik insanlar için zaman kaybı. Öte yandan biraz da bu nedenle, canınız sıkıldığı her anda, örneğin eşinizle kavga ettiğinizde veya ofiste kötü bir gün geçirdiğinizde, "Allah belanı versin Kılıçdaroğlu" diyebilirsiniz. Size dava açmayacak, sizi hedef göstermeyecek.

25 Ekim 2010'da CHP Genel Merkezi'nde Kılıçdaroğlu ve ekibine ilk kez sunum yapmıştım. O zaman beni ne kadar tanıyordu çok bilmiyorum. Sanırım esas "tanışma" bundan bir yıl kadar sonra bir canlı yayında gerçekleşti. Yalçın Bayer yerinden kalkıp Kılıçdaroğlu'nun yanına gitti ve elinde tut-

tuğu kitabımı Kılıçdaroğlu'na uzatıp "Oku bunu, oku" dedi.

Kılıçdaroğlu'nun ne düşündüğünü kestirmek öyle kolay değil. Poker oynasa asla karşısına çıkmazdım. Bu adama yıllardır devletin haber ajansından, maaşlı trolüne örgütlü biçimde saldırılıyor. Bildiklerimizin yanında bilmediğimiz kim bilir neler yaşıyor. Üzerine ateş açıldı, önüne mermi bırakıldı, yumruklandı ve yine de yoluna devam etti.

Kitabın sonunda söyleyeceğimi başında da söyleyeyim: 31 Mart seçim galibiyetinin mimarı Kemal Kılıçdaroğlu. O aday göstermese ne İmamoğlu olurdu ne Yavaş ne de diğerleri. O en kritik göreve getirmese Seyit Torun da sıradan bir vekil olarak devam ederdi. Ve o "evet" demese ben de kampanyanın başı değil, saçı bile olamazdım.

Mağlubiyet zamanı "Yazıklar olsun Kılıçdaroğlu" diyenler, İstanbul ve Ankara dahil yüzden fazla büyük seçim bölgesi AKP'den CHP'ye geçince, "Helal olsun Kılıçdaroğlu" demediler.

Yıllardır birçok yazımda kendisini yerdiğim halde, bana ne zaman istesem randevu verdi. Uzun süren sunumlarımı bile sonuna kadar sabırla dinledi. Her yıl en az bir kez Kılıçdaroğlu'na teke tek sunum yapar oldum. Kılıçdaroğlu, Yalçın Bayer'in canlı yayında verdiği kitabımı okumuş olmalıydı.

2012 sonbaharında Kılıçdaroğlu'na yıllar önce İstanbul Büyükşehir Belediyesi için yaptığım "Kentim İstanbul" projesini anlattım. Büyük kentlerde temel sorunun kente adapte olmamış göçmenler olduğunu, AKP'nin esas olarak bu "kentte yaşayan ama kentli olmayan" kitleden oy aldığını söyledim. AKP bir hemşericilik partisiydi ve enerjisini kente tutunmaya çalışan birinci ve ikinci nesil göçmen ailelerden alıyordu. 2009'da İstanbul Büyükşehir Belediye Başkanı adayı olarak tam da bu kitlenin nefret edeceği bir kampanya yaptığını Kılıçdaroğlu'na anlattım ve bu hatayı tekrarlamazsak önümüzdeki dönem İstanbul'u, Ankara'yı alabileceğimizi söyledim. Mesele kafaları değiştirmekti. 2009 Antalya seçimi kafalar değişince her şeyin değişeceğinin kanıtıydı.

Kılıçdaroğlu beni dinledi ve tek bir cümle söyledi: "Gökhan'la çalışın".

BAŞLANGIÇTA GÖKHAN GÜNAYDIN VARDI

31 Mart 2019 seçim galibiyetinde Kılıçdaroğlu'ndan sonra en çok emeği geçen kişi Yerel Yönetimlerden Sorumlu Başkan Yardımcısı Seyit Torun'sa, Seyit Torun'un da öncüsü aynı görevi 2014'e kadar yapan Gökhan Günaydın'dır.

İki ablam benden yıllar önce, ebeveynlerimin bariyerlerini buzkıran gemileri gibi kırmışlardı. Günaydın'ın da Torun'a böyle bir "abilik" etkisi olduğunu düşünüyorum. Belediyelerin merkezi idare tarafından denetlenmesi, adayların araştırmayla belirlenmesi gibi tembel belediye başkanlarının hiç hoşuna gitmeyecek fikirler ilk kez Günaydın zamanında telaffuz edildi. Bu fikirler söylenmemiş ve uygulanmamış olsa Seyit Torun onca cesur kararı kabul ettiremeyebilirdi.

ÖDP'nin bir etkinliği için Ankara'daydım. Çeşitli sol partilerden yetkililer tek tek kürsüye çıkıp ÖDP'yi tebrik ediyordu. Derken CHP adına konuşacağı söylenen çatık kaşlı bir adama sıra geldi ve Lenin'i mozolesinden kaldıracak sertlikte bir konuşma yaptı. Gökhan Günaydın'ı ilk o zaman tanıdım.

Daha sonra da beraber çalışmaya başladık. "Kentim İstanbul"dan hareketle "Kentine Güvenen Kentler" adlı bir konsept geliştirdik. Sloganımız "Kentime güveniyorum"du.

Bugün CHP'de kimsenin sorgulamadığı rutin bir görev haline gelen "belediye başkanları buluşması" ilk kez bu etkinlikle gerçekleşti. Oflayanlar, puflayanlar, "Genel Merkez'den bize ne?" diyenler, araştırılmak denetlenmek istemeyenler oldu. Bu tip belediye başkanları ayrıca Günaydın'a da düşman oldular. Buzları kırmak o kadar zordu ki bir süre sonra Gökhan Günaydın her yerden bıçaklanacak bir Sezar haline geldi.

Tüm engellere rağmen "Kentine Güvenen Kentler Buluşması"nı yaptık. Televizyonlarda küçük bir kızın "Kentime güveniyorum" dediği reklamlarımız çıktı. O zaman CHP için İstanbul demek Kadıköy, Beşiktaş ve Bakırköy demekti. Tüm sorumluluk bu üç belediyedeydi. Ateş Ünal Erzen mekânı ayarladı, İsmail Ünal organizasyonu üstlendi ve Selami Öztürk hem bireysel itibarını hem de başkanlığını yaptığı Sodem'in gücünü kullanarak Genel Merkez'le anılmak istemeyen gönülsüz başkanları tek tek ikna etti.

Şimdi inanılmaz geliyor ama o tarihlerde durum bu kadar acıklıydı.

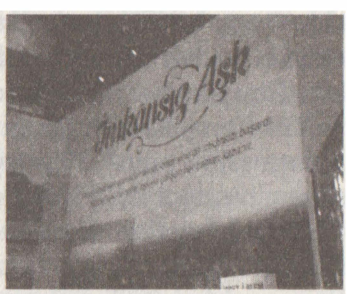
AKP'NİN ŞİFRESİ

Buluşma, Gezi'nin patladığı güne denk geldi. Mekân üçüncü bölgede ve araçsız ulaşılamayan bir yerde olduğu için, otobüs ve tramvay seferlerinin durdurulması fuara gitmeyi imkânsız hale getirdi. Açılıştan hemen önce Melih Gökçek'in avukatları olduklarını söyleyen ve bellerindeki silahları gizlemeyen bir grup insan, Gökçek'in Pinokyo gibi olduğu ilanı bahane ederek fuarı kapatmaya çalıştı.

"Kentine Güvenen Kentler Buluşması", o dönemdeki CHP'nin içindeki atalete rağmen yapıldı. Birçok başkan fotoğrafını bile zorlukla verdi. "Böyle bir saçmalığa fotoğraf vermem" diye bizi aylarca uğraştıran bir başkan, fuarda fotoğrafını görmeyince olay çıkardı. Belediye başkanlarının çoğunluğuna karşı tiksintim de bu fuarda başladı galiba. Birçoğu o kadar küstah, o kadar burnu havadaydı ki bu ruh hallerini seçim bölgelerine yansıtmamaları imkânsızdı.

Fuara CHP'lileri zorla getirdik ama bir süre sonra da şunu fark ettik: İçerdeki kalabalığın büyük bölümü AKP'lilerden oluşuyordu. AKP tarafını tedirgin etmiş olmalı ki fuarda CHP'liden çok AKP'li vardı. Gazeteler "CHP sonunda AKP'nin şifresini çözdü" diye haber yaptılar.






SİGARA VE ALKOL YOK,
SPOR VAR, HAREKET VAR


BİR ÇOCUK BİR SÜPER KAHRAMANDIR


KENTİNE GÜVEN CANIM TÜRKİYEM
KENTİNE GÜVEN CANIM İSTANBULUM


ÇALIŞAN KAZANIR
CANIM TÜRKİYEM
Türkiye yıllarca şu sözle korkutuldu: "Yerel yönetimde bizi seçin yoksa kentinize yatırım yapmayız."
Korkutmalara rağmen Sosyal Demokratlara güvenen kentler inanılmaz başardılar.
Eskişehir, Antalya, Mersin, İzmir, Ordu, Aydın, Edirne... Örnekler o kadar çok ki.
Onlara Ankara'dan "abiler" değil, sadece müteahhitler gitti. Başarısız olmaları için her türlü baskı yapıldı. Sonuç; ne oldu? Sonuç; ortada.
Bir İzmir'e bakın, bir İstanbul'a... Hangisi daha başarılı?
Bir Antalya'ya bakın, bir Bursa'ya... Hangisi yaşanılır, yatırım cenneti olmaya açıyor?
Bir Eskişehir'e bakın, bir Ankara'ya... Hangisi cömertçe cömert?
Bir Mersin'e bakın, bir Adana'ya... Hangisi çekim merkezi?
Diğer kentlerimiz ise, olağanüstü potansiyellerine ve onca güzelliklerine rağmen mücadele gerisinde kalıyorlar. Hatta bu kentlerin bazılarında on yıllar akan çeşmeler sonucu, ecdadımızın emaneti yedi yüz yıllık camiler çirkin binaların gölgesinde kaldı.
Kentine güvenen kentler, Sosyal Demokratları seçti. Kentine güvenen kazandı.
Yakında Türkiye'de hiçbir kentine güvenemeyecek, Türkiye'nin tüm kentleri kazanacak.

"Kentine Güvenen Kentler Buluşması" herkes için öğretici bir deneyim olabilirdi. Ama fuarın başladığı gün Türkiye'nin beş yıl sürecek amok koşusunun başlama günüydü.

Fuarla aynı gün Gezi patladı ve beş yıl sürekli olaylarla geçti. Üst üste seçimler, darbe girişimleri, harala gürele derken Michael Bay filmi gibi bir beş yıl yaşadık. Hepimiz bir blenderın içinde gibiydik, birçok arkadaşımız Türkiye'yi terk etti, birçok insan hapislere girdi.

Haziran 2013 – Gezi
Aralık 2013 – 17/25 süreci
Mart 2014 – CHP'nin birçok ili kaybettiği felaket bir yerel seçim
Temmuz 2014 – Gizemli bir çatı adayı ve tuhaf bir Cumhurbaşkanlığı seçimi
Haziran 2015 – Genel seçim, koalisyon pazarlıkları, terör, patlamalar, hendekler...
Kasım 2015 – Muhalefet adına hezimet bir genel seçim
Temmuz 2016 – 15 Temmuz
Nisan 2017 – Referandum
Haziran 2018 – Cumhurbaşkanlığı ve parlamento erken seçimi

Bu süreçlerin hepsine değindiğim bir yazımı web sayfamda bulabilirsiniz.

Artık şu sunuma dönsek mi ne dersin? Hâlâ 18 Nisan 2018'deyiz.

Ondan önce Cabbar ve Cafer'den bahsetmek istiyorum. Ve Bülent Ersoy'dan, bizim mahalleden...

Dostum internet medyası gibi cümleler kurma. İnsanlar merak etsin diye alakasız özel isimleri yan yana sıralama.

Peş peşe sıralayınca öyle oldu haklısın... Birinci nesil, ikinci nesil göçmen konusu seçim kampanyasının merkezindeydi. Bu kısım biraz daha kişisel olacak.

Bölüm 4
Kökler



CABBAR

Atına araba çarpan arabacı Cabbar'ın umudunda değil, kininde kendimizi buluruz. Sinema salonundaki insanlar Cabbar yankesiciyi döverken koltuktan kalkar. O yumruklar yankesiciye değil "mayolu kadınlarla havuzda yüzen" ağalara gidiyordur. Umut'u izlediğiniz sinema salonundan umutla değil, öfkeyle çıkarsınız.

Arabesk müzik babadan, hocadan, onbaşıdan ve patrondan dayak yiyen adamın duasıdır, dua ama beddua... Arabeski yenilginin kutsanması, adaletin ilaha havale edilmesi olarak yorumlayanlar yanıldı; arabesk bir kin kovanıdır.

İnsanları köyünden edip, kente yığmak, kentin çevrelerindeki cılız evlerde kin tohumları ekmek demek.

Bu kin, halis muhlis sınıf kini. Yetmişlerde Cabbar'lar birleşip bir devrim yapabilirdi. Amerika ve "oğulları" bu devrimi engelledi. Cabbar'ı öldürdüler, umudu boğdular.

Solcu olmasın da dindar olsunlar, diye tarikatların önü açıldı. Dindar olmadılar, kindar oldular. Zaten kin içindeydiler, kinlerini tarikat odalarında anımsadılar. At arabalarını kurtarmak, gecekondularına tapu almak ve sonra da kondunun üstüne kat çıkmak istiyorlardı. Buna engel olan herkese kızgındılar.

Konducular birleştiler ve bir belediye başkanı seçtiler. Yeni başkan, konducuların kat çıkmasına izin verdi. Gecekondularının üzerine yığma tuğlayla ikinci katı çıktıklarında tuhaf bir şey oldu. Kapı çalındı. Kravatlı, gözlüklü, zayıfça bir adam utana sıkıla bir şey sordu konducuya:

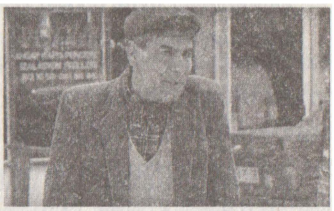
"Üst katınız kiralık mı?"

Hikâye böyle başladı.

CAFER

Yılmaz Güney'in yoksul arabacı tiplemesi, Tarık Akan ve Kadir İnanır'ın birçok filminde de yakalanmaya çalıştı. Hiçbiri Yılmaz Güney'in Cabbar'ı kadar başarılı olamadı; Akan ve İnanır ne yapsalar kentli geçmişlerini ele veriyorlardı, Güney'in görüntüsü ise canlandırdığı karakterin ta kendisi gibiydi. Güney, sevdiği kızı bulmak için gittiği diskoda tüm zengin çocuklarını döverken, onu izleyen birinci nesil göçmenler hayatın anlamını bulmuş gibi mutlu oluyorlardı.





Yılmaz Güney'in filmlerini, Aziz Nesin'in öykülerinden fırlayan bir başka karakterin filmleri takip etti. Kahraman yine kente gelmiş bir köylüydü ama bu köylü tüm cahilliğine rağmen zenginleri alt ediyordu: Döverek değil kandırarak. Hanzo, Şaban, Zübük gibi isimleri olan bu karakterleri canlandırmak Kemal Sunal'a düştü. Konuyu en iyi anlatan rolü Zeki Ökten'in "Kapıcılar Kralı" filminde canlandırdı. Köyden kente gelip kapıcı olan Kapıcı Seyit, zengin apartmandaki herkesin yüzüne gülüp, arkalarından iş çevirerek yolunu buluyordu. Bu filmi sunumlarda derslerde anlatırken kapıcının adını sorduğumda çoğunluğun "Kapıcı Cafer" dediğine tanık oldum. "Kapıcılar Kralı"ndan çok sonra yayınlanan Bizimkiler dizisinde Ercan Yazgan'ın canlandırdığı karakter, kolektif bilinçaltına Kapıcılar Kralı'nın da adı olarak yerleşmişti.

Sonuçta Türkiye'nin yakın tarihini bu iki karakter belirledi: Cabbar ve Cafer...

Bir yanıyla Cabbar gibi bıçkın, öfkeli; bir yanıyla Cafer gibi işini bilen, üçkâğıtçı... Bu iki tip yeni siyasetçi imgesinde birleşti. Tarzları farklı olsa da alt etmek istedikleri düşmanları aynıydı: "Şımarık oğulları diskoda dans eden, kızları bikiniyle havuza giren ve kentin tümü nimetlerini yiyen aşağılık zenginler."

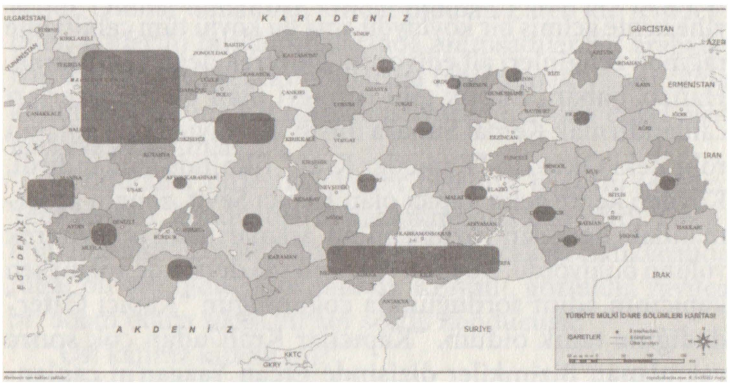
"Banka cüzdanlarını koyunlarına sokan konducuların yüreklerine şıp şıp sevinç damladı. Sevinç şıpırtılarından sonra Çiçektepeliler arasında bitmek bilmeyen bir eşya yarışı başladı. Kim kondusuna ne aldıysa ötekilerin bir kere görmesi yetti. Kısa zaman içinde satıcılar Çiçektepelilerin huyunu keşfetti. Bir satıcı Çiçektepe'nin tüm

kadınlarına likör takımı satmayı başardı. Bir başka satıcıdan da konduların tüm kadınları kırmızı tül perde aldı."

Berci Kristin Çöp Masalları – Latife Tekin

ÇARPIK ÜLKELEŞME

ABD'nin nüfusu 320 milyon ve sadece 10 şehrinde nüfus bir milyondan fazla, Almanya'nın nüfusu Türkiye kadar ve sadece 4 kentinde nüfus bir milyonu aşıyor. Türkiye'de ise tam 24 şehrin nüfusu bir milyondan fazla.



Bu ne demek? Haritada gördüğünüz siyah alanlar dışında Türkiye bomboş demek.

Köyler boşaltılmış, köylüler ekmek parası veya can güvenliği için kentlere yığılmış. Anadolu'daki kentlerin çoğunda, o kentin yerlilerinin önemli kısmı İstanbul'a veya "Batı"ya taşınmışken, kentlere dağlardan yaylalardan gelen köylü nüfus yerleşmiş.

Türkiye'nin sorununun "çarpık kentleşme" olduğu söylenir. Aslında sorun "çarpık ülkeleşme" diye tanımlanmalı. Popülist iktidarlar köylüyü köyünde tutamayıp, kentlere yığma; kentteki vasıfsız, eğitimsiz, çaresiz milyonları oy deposu haline getirmekten başka bir şey başarmış değil. Ben de o çarpık mahallelerde büyüdüm ama biraz şanslıydım...

GÜNEŞ SOKAK

Bursa Küplüpınar Mahallesi Güneş Sokak'ta doğdum. Anne ve babam ben doğmadan birkaç yıl önce yarım dönüm kadar bir arsa almışlar, sonra bu arsaya altı dükkân, üstü de ev olan bir bina kondurmuşlar. Bu bina anne ve babamın Hürriyet mahallesindeki ilk evlerine benzemiyor çünkü bahçe içinde değil, çatısı yok, ileride kat çıkılabilir diye çatı düz bırakılmış (yetmişlerin sonunda üstüne iki kat daha çıkıldı)... "Bitişik nizam" tanımını bu mahallede duyuyorlar. Binalar arsanın kuzeyine yapılacak, bitişik nizam binalar birleşince burada bir sokak doğacak. Sokağın doğabilen bir şey olduğunu fark eden muhtar, "O halde adı Güneş Sokak olsun, güneş gibi doğsun" diyor.

Küçükken sokakta hatırladığım ilk sözcüklerden biri, "Çocuk özendi"ydi. Biri bir şey alınca sanki bir kusur işlemiş gibi açıklama getirirdi: "Aldık çünkü çocuk özendi..." Ablamlar Hey Dergisi okuyordu ve sürekli bir şeylere özeniyorlardı. Babam kaşlarını çatıyor ve "Hayır alamayız çünkü arkadaşlarınız özenir" diyordu. Herkes her şeyi çocukları için alıyordu çünkü çocuklar ha bire özeniyordu.

Gerçekten özeniyor muyduk bilmiyorum, bir çocuğu herhangi bir şeye özendirmek zor olmasa gerek. Komşularımızdan biri o zamanlar pek görülmeyen katlamalı bir merdiven almıştı ve babam "Güle güle kullanın" deyince komşu tam da beklendiği gibi, "Ya almayacaktık ama çocuk özendi" dedi... Komşumuzun çocuğunun bir merdivene neden özendiğini zerre anlamadığım halde, her nedense ben de bir anda kendimi bu merdivene özenirken buldum ama bu özencim kursağımda kaldı. Babam bu isteğimi kabul etmedi.

Birçok insan babasını sever ve hele de babası ölmüşse, onun ardından yalan yanlış bir sürü efsaneler üretilir. Babamı çok küçük yaşta kaybettiğim için bana söylediği sözlerin belleğimdeki yanılsamalar olup olmadığını tam anlayamıyorum. Hafızanın kurguculuğu şüphelerimi daha da artırıyor. Öte yandan babamın eve bir suç aletiymiş gibi kese kâğıdında gizleyerek muz veya çikolata getirdiğini çok net hatırlıyorum.

"Bunları dışarıda yemeyin" derdi, "Arkadaşlarınız özenebilir." File yerine kese kâğıdı geliyorsa içinde kıymetli bir şey olduğunu anlıyorduk: Bir şey kese kâğıdına sarılmışsa değerlidir.

Mahalle duvarlarında çok güzel yumruk yıldız çizerlerdi. Yazılanları heceleyerek okurdum: "Kah rol sun fa şi fa şi şi şizzzzz mmmm." Burası devrimcilerin mahallesiydi. Döşemeci Hasan Abi, Bakkal Nejat Abi, Marangoz Şaban Abi, hepsi devrimci olmalıydı. Herkes Orhan Gencebay dinliyordu, her tamirhanede Müjde Ar kart postalları vardı. Orhan Gencebay ve Müjde Ar da devrimciydi. Makasçı Cevat Amca'dan korkuyordum, o devrimci olamazdı.

Camide Kuran kursuna giderdik. Kuran kursu camilerin yanındaki kulübede olurdu. Namaz olmayan zamanlarda camiye girmeye bayılırdım. Burası kocaman bir oyun alanıydı, halılar üstünde taklalar atardık, kimse bize kızmazdı. Teravih namazında hep beraber "Allahümmesallialla"yı söylediğimizde tüylerim diken diken olurdu ve bunu duyan herkesin gavurluğu bırakıp anında Müslüman olacağını düşünürdüm.

Okula giderken bir gün Ayhan Abi ile karşılaştım. Benden altı yedi yaş büyüktü, ben sekiz yaşındayken, o da on beş yaşındaydı. Ayhan Abi diğerleri gibi değildi, o hakiki devrimciydi. Gece bizim sokakta bir duvara yazı yazdığını görmüştüm. "Merhaba" dedi bana. Sanırım o güne kadar hiç kimse bana böyle ağız dolusu bir "Merhaba" dememişti. İnsanlar genellikle "Naber lan" veya "Kerata seni" filan derdi ama Ayhan Abi "Merhaba" demişti, sanki büyük bir insanmışım gibi.

Karşı komşumuz Çerkesti, onun yanındakiler Arnavut, Macırlar dedemin sözleriyle "her yeri sarmıştı", biz Gürcüydük ama annemin Pomak olduğunu niye kimse dikkate almıyordu? Yan komşularımıza Kürtik diyorlardı, oğulları da "Biz halis Türküz yahu, Polatlı'dan geldik" diye cevap veriyordu. Bir de hiç meyve satmadıkları halde "Manav" denilenler vardı.

Henüz "Alevi" sözünü duymamıştım bile ama bize "Sünni, Hanefi" olduğumuz öğretilmişti.

Kahvelerde bira içiliyordu, sokak aralarında bira içiliyordu, kına gecelerinde çengi kadınlar da bira içiyordu ve sokak dü-

günlerinde her yer anason kokuyordu. Komşu bir tamirci çıplak kadın fotoğraflı takvim bastırmış, babamın kalfalarından biri de takvimi duvara asmıştı. Babam takvimi çıkarınca bir arkadaşı "Bunlar delikanlı, bırak fotoğrafa baksınlar bari" demişti. Delikanlılar niye fotoğrafa bakıyor, bunu da anlamıyordum.

Ayhan Abi duvara yazı yazarken bir polis sessizce gelip sırtından vurmuş. Hastaneye getirildiğinde ölmek üzereymiş. O hastanedeyken biz büyüdük. Çocukluğumda Ayhan Abi'yi hasta yatağında ziyaret etme rutini diye bir şey vardı. Kurşun belkemiğine saplandığından Ayhan Abi'nin ayakları bir daha tutmadı. Hastaneye geldiğimizde veya evinde ziyaret ettiğimizde her seferinde bizi gülerek karşılar ve sohbete önce "Merhaba" diyerek başlardı.

Biz yürüdüğümüzden koştuğumuzdan utanarak büyüdük. Ya Ayhan Abi bizi görürse? Ya bize özenirse? Yürüyüşlerimizi kese kâğıdına sakladık.

Akın Abi'nin muhasebe dükkânında çalıştık, satranç oynadık, Ayhan Abi bize bağlama ve gitar çaldı. Suat ve İsmail Abi'lerle Eagles, Styx, BeeGees dinledik. Cumhuriyet Gazetesi'ni bitirene kadar okurduk. Marx'ı, Engels'i, Lenin'i Güneş Sokak'ta tanıdım. Aziz Nesin'in kitaplarına orada güldük, Steinbeck'le California'ya, Gorki'yle Rusya'ya gittik.

Büyüdükçe sokakta kimse kalmadı, kimi öldü, kimi Nilüfer'e, Mudanya'ya taşındı. Biz çocuklar üniversiteyi kazandık ve İstanbul'a "kapağı attık."

Binalar yükseldikçe sokağımıza da güneş doğmaz olmuştur herhalde, yıllardır gitmiyorum. Mahalle kentsel dönüşüme girdi, anne babamın ömürlerini verip yaptıkları evin tamamına, İstanbul'da balkon alamayacağım bir değer biçildi.

Sadece Ayhan Abi kaldı orada, Facebook'ta yazılarımı beğeniyor. Bazen de çok kısa bir mesaj atıyor: "Merhaba."

TESETTÜRE ÖVGÜ

Kimse bir otele giderek göçmez.

Sizi çok az idare edebilecek bir parayla büyük şehre göçtüğünüzü hayal edin. Herkes önce o kentte yaşayan bir ak-

rabasının yanına gider. Akraba yeni gelen göçmeni evine buyur eder. İlk günler geçtikçe sorunlar başlar. Erkek bir an önce iş bulmalıdır ama onu evine kabul eden akrabasının da doğru dürüst bir işi yoktur. Hamallık, inşaat işçiliği gibi vasıfsız işlerde çalışılır. Kadınlar eğer bulabilirlerse temizlik işlerine giderler ama bunların hiçbiri kolay değil, hepsi için tanıdıklara ihtiyaç var. Kaptı kaçtı işler, minik tezgâhlarla işportacılığa terfi eder. Burada da iş zordur.

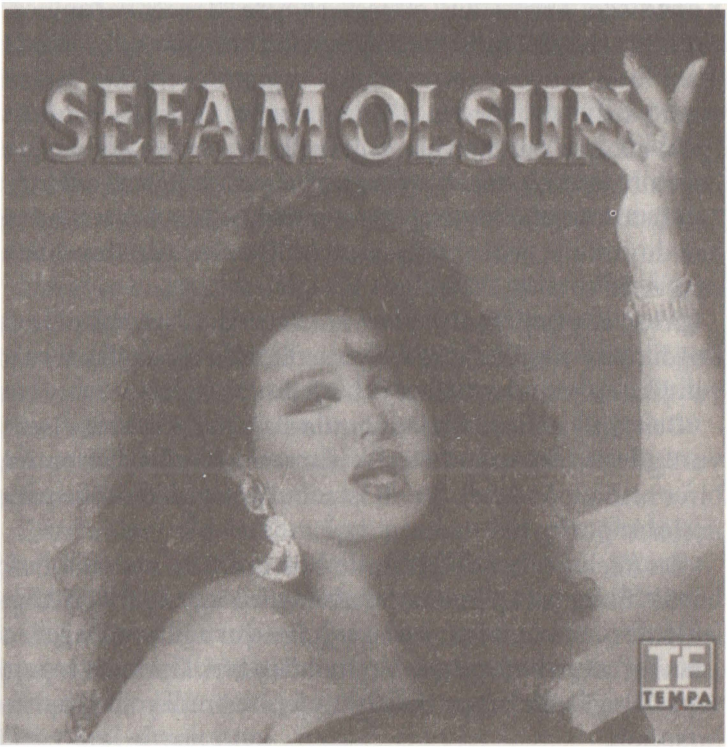
Bir başka evde konuk olarak kalmanın bir limiti vardır. Akraba ne kadar yakın olursa olsun, hatta öz kardeş olsun fark etmez. Bir süre sonra eltiler, görümceler, bacanaklar arasında husumetler oluşur. Yeni göçen, daha önceki göçeni kıskanır. İnsanların birbirinden aldıkları küçük maddi borçlar, yıkıcı iktidar ilişkileri doğurur.

Şehir göçmenler için bir korku tüneli gibidir. Kentte yaşayan sıradan insanların huzuruna tanık olan göçmen, bir yandan o hayatı yaşama hayali kurarken, bir yandan da o hayatı yaşayamadığı için hınç dolar. Kalabalık evlerde akraba erkeklere karşı bile korunmak zorunda olan kadınlar, sokağa çıkınca kendilerini büsbütün savunmasız hissederler. Her köşe başı, her karanlık sokak bir tehlikedir. Yeni göçmenin çaresizliği duydukları hikâyelerle artar, falancanın kızı orospu olmuş, filancanın oğlu bıçaklanmıştır.

İşte bu korunmasız insanlar için din bir limandır. Tesettüre girmiş bir kadın sadece dışarıda değil, evin içinde de koruma kalkanları içindedir.

Yoksulluk görmemiş "laik"lerin, şeriatçı, yobaz diye aşağıladığı genç kız, çevresini saran barbarlıktan korunmaya çalışan yaralı bir kuştur gerçekte.

Yoksul bir kız öğrencinin annesiyle konuştum. Kadın "Ben kızımın okumasını değil, örtünüp evlenmesini istiyorum" demiş ve eklemişti: "Çünkü biz fakiriz. Zengin kızları hata yapsa da aileleri örter, bizim başörtüsünden başka örtümüz yok."



"Sefam olsun. Helal olsun. Düşmanlarım çatlasın"
Bülent Ersoy

"Almanlar bizi kıskanıyor"
Anonim

Ömer Faruk'un bilgece tahlillerle dolu "Aşk ve Ereksiyon Aşkı" kitabında köy (ve kasaba) ile kent arasında yaptığı karşılaştırma, kentte yaşayan köylüler ve onların kentlileşen çocukları arasındaki hayatı algılama farklılıkları hakkında da ipucu veriyor: "Köyde herkes birbirini tanır, selamlaşır, yardımcı olur, misafirliğe gider. Tanıdıklık ve selamlaşma birbirini izlemeyi, gözetlemeyi, bilgi sahibi olmayı, gerektiğinde

yargılamayı da beraberinde getirir. Statüko aksamadan işler. Köyde "sen", kentte "siz" etkindir; köyde "benzer ve topluca" yaşanır, şehirde "farlılık ve bireysellik" tercih edilir. Köyde ilişki "aile" normu çerçevesinde sağlanır, şehirde "aşk"ın şansı vardır. Bu yüzden köyde anarşist, eşcinsel, feminist (pek) çıkmaz; bar, meyhane, mahalle evi, dans salonu, gece hayatı (pek) yoktur... Bu yüzden "yer altı kültürü" şehirde, "yer üstü kültürü" köyde güçlüdür. Köy başkasının acısından haz duyanlara, şehir başkasının varlığından haz duyanlara esin verir."

AKP, köyünü kentte yaşayan insanların partisi olarak doğdu, yeni nesiller kentle kaynaştıkça da ideolojik ve sosyolojik zeminini kaybetmeye başladı.

Ben üniversiteye başladığımda Bağcılar, Esenler, Esenyurt gibi ilçeler yoktu. Küçükçekmece, Pendik, Ümraniye birer mahalle kadardı. Şimdi İstanbul'un ağırlıklı nüfusu bu ilçelerde oturuyor.

Bu ilçelerin kendi içlerinde bile mahalle mahalle fark büyük. Esenyurt'un Pınar Mahallesi'nde yaşayanlarla, gökdelenlerde oturanların arasında da gelir uçurumu var. Bağcılar, İstanbul'un en hızlı gelişen ilçelerinden biri. Gaziosmanpaşa veya Güngören'e beş yıl önce gittiyseniz, şimdi yolda kaybolursunuz.

Yetmişlerde yapılaşmaya başlayan Kâğıthane, Gültepe, Kartal sırtları artık orta sınıf mahalleler haline geldi. Bir yandan da Sultangazi, Arnavutköy, Sultanbeyli gibi daha yeni ve çok daha yoksul ilçeler var ki buralarda ikinci nesil göçmen bulmak bile zor; bu ilçelerdeki insanlar AKP iktidara geldiğinde köylerindeydiler.

Haset ve kıskançlık çok benzese de farklı iki his. Melani Klein'e göre haset arzulanan bir şeyin başka birine ait olduğu ve bize değil ona haz verdiği inancının yol açtığı kızgınlık duygusu, kıskançlık da öyle. Aralarındaki fark: Haset bir kişiye (veya gruba) duyulurken, kıskançlık kendi hakkının bir başkası tarafından alınmasıyla ortaya çıkıyor. Haset insan "o benim hakkımdı" derken, kıskanç insan "benim hakkımı şu aldı" diyor. (Haset ve Şükran – 24)

Spinoza haseti, insanı başkasının mutluluğu yüzünden kederlendirecek ve tersine, başkasının mutsuzluğu yüzünden rahatlık duyacak şekilde duygulandıran kin olarak tanımlar. (Ethica – 187)

Reklamcılıkla ilgili basit ama temel sırlardan birini paylaşayım: "Kedilerin ulaşamadıkları ciğere mundar dedikleri doğrudur ama pirzolaya hiçbir şey demezler. Çünkü pirzola ciğer gibi ulaşılır yerde durmaz. Varlığından haberin olmayan bir şeyi arzulayamazsın"

Haset ve kıskançlık daha süt emdiğimiz anlarda benliğimize kazılan hisler. Hasetler ve kıskançlar miyop olur, uzağı görmez yakını görürler. Kente yerleşen yeni göçmen, önce kendinden evvel göç etmiş abisini kıskanır, sonra teyzesinin kızını, sonra köylüsünü, sonra hemşerisini. Bu duyguların kent merkezinde şarabını yudumlayan burjuvaya ulaşmasına daha uzun bir yol vardır.

Filmler bu yolu kısaltır. İşçi, patronu her gün gördüğü için bir esnafa oranla çok daha öfkelidir. İşsiz ise patronu değil, işçiyi kıskanır. Sosyalizmin yolu en barbar şekilde kapandığı için bu kin ve haset duyguları toplumu dönüştürücü bir sınıf bilinci yaratmaz. Marilyn Manson'un epigraf olarak kullandığım sözündeki gibi: Köleler özgür olmak istemez, köleler kral olmak ister.

Kentin çeperleri birbirinin bileziklerini kıskanan eltiler, birbirlerinin arabasını kıskanan bacanaklar ve bu duygulara büyüyen yeğenlerle doludur. Normalde sürekli içine patlayan, zenginler için tehdit oluşturmayan kin, bazı özel durumlarda örgütlü bir güce dönüşebilir: Mesela "çarpık ülkeleşme" olan ülkelerde, mesela hemşeri dernekleriyle ve mesela insanların şefaat dilemek için gittiği, olabilecek en güvenli mekânlarda: camilerde.

SHABANİ NONDA'NIN TÜRK SİYASET VE TİCARET HAYATIYLA İLGİSİ

Baba dedem Artvin'den Bursa'nın bir köyüne göçmüş. Babam bu köyde doğmuş ama köyle büyük bir aidiyet ilişkisi yok çünkü on iki yaşında evden kaçmış ve İstanbul'da akücü

çırağı olmuş; 1940'ların sonları. Dedemin de geldiği Artvin'le bir aidiyet bağı yok çünkü onun büyükleri de Gürcistan'dan göçmüşler. Dedem ve babaannemin Bursa'da yaşadığı köy Ermeni köyü. Evleri bir Ermeni evi, mükemmel Ermeni işçiliği: çivisiz ahşap, alt katında üç büyük zeytin havuzu var. Bugün köylülerin bazıları "Ermeniler ve Türkler bu köyde beraber yaşardı" diyor, bazıları da göçlerden önce köyün bomboş olduğunu söylüyor. Bilinen bir kayıt olmadığı için (veya kayıtlar tahrif edildiği için) gerçek ve efsane birbirine karışıyor.

Benzer hikâye annemin köyü için de geçerli: Gemlik'e çok yakın bir dağ köyü. Orada da Ermeniler varmış. Anne dedelerim Yunanistan Bulgaristan sınırında bir köyden, can havliyle kaçmak zorunda kalmış. Kaçarken Bulgar çeteler tecavüz etmesin diye kız çocuklarının saçları kısa kesilirmiş. Büyük büyükannemin kurşunlardan korunmak için göğsünde taşıdığı bakır tabağı hâlâ saklarız. Köylüler Bulgaristan'dan geliyor ve bomboş bir köye yerleştiriliyorlar. Çocukken bize bu köyde yaşayan Ermeniler'in aşağıda bir vadide topluca öldürüldüğü övünerek söylenirdi. Büyüyüp bir "yabancı" olunca bu hikâyeyi köyün yaşlılarına bir daha sordum, bana "güvenilmez bir insan" gibi bakıp, "Hayır, hepsi yalan" dediler. Babamın köyünde de bir ahırda Ermeni kızlarına günlerce tecavüz edildiği ve sonra kapıyı kilitleyip ahırın ateşe verildiği anlatılırdı. Büyük kızlar on yaşlarında bir kız çocuğunu vücutlarını siper edip bir delikten dışarı çıkarmışlar. O küçük kız devasa yanık izleriyle 1960'ların sonuna kadar köyde yaşamış. Köye olaydan yıllar sonra gelen köylüler bu "hilkat garibesi" kıza sahip çıkmışlar. Ermeni kadının gerçekten yaşadığını en yakın akrabalarımdan biliyorum ama ahır hikâyesini kanıtlayacak bir delil yok elbette.

Annem de babam da çocukluklarını Bursa'da geçiriyor. Sonra babam usta oluyor, Bursa'da dükkân açıyor, evleniyor. İkisinin de köyle bir bağları yok, köydeki akrabalarının da o köylerle bağları yok. Baba köyündeki Ermeni mezarlığının adı "Çingen mezarlığı" oluyor, mezar taşları yeni yapılan berbat binaların inşaatlarında kullanılıyor.

Babam 1950'lerin bitimine doğru eski Bursa garajı civarında bir tamirhane açıyor. İlk işi Şoförler Derneği, Tamirci-

ler Odası, Bursa Ticaret ve Sanayi Odası gibi kurumların o tarihlerdeki versiyonlarına üye olmak. Bütün akranları böyle yapıyor o zamanlar. Esnaf olmak kolay değil, her isteyen esnaf olamıyor, vergiler ve şartlar ağır. Ama yine de geçmişten beri süre gelen kurallar var: Seni zorlukla "esnaf" yapan sistem, ayrıca seni merdiven altı kaçak esnaftan da koruyacağına dair güvence veriyor. Esnafsan ahlaklı olmalısın. Müşterini kazıklayamazsın, odadan atılırsın; müşterine saygısızlık yapamazsın, derneğe giremezsin... Üzerinde hem hukuksal hem de moral yaptırımlar var. Eğer bu yaptırımları kabul ediyorsan, sistem de seni korumayı üstleniyor.

Babam bir Artvin göçmeni. Bursa'da onun gibi göçmen binlerce Artvinli var ama ne babamın ne de diğer Artvinlilerin aklına bir "hemşeri derneği" kurmak gelmiyor. Çünkü hemşerilik doğuşunla ilgili bir şey, kentte yaşıyorsun "doğuşunla değil oluşunla" yer edinmelisin.

O esnada yetmişler seksenler derken Bursa'ya göç şirazeden çıkmaya başlıyor. Yeni gelen göçmenlerin bir mesleki becerisi yok, vasıflı değiller. Eskiden vasıfsızlar hamal olurmuş, şimdi herkes hamal. Büyük kente göçmüş insanları "oluşu" ile sahiplenen hiçbir kurum yok...

İşte bu sırada seni oluşunla değil, doğuşunla kabul eden yapılar doğmaya başlıyor: Hemşeri dernekleri... Artvin'den mi göç ettin? Artvinli olmak, bir cemiyete girmen için yeter nitelik. Artık tamirci ustası veya terzi veya tesisatçı olman gerekmiyor... Eğer Artvinliysen arkadaşlar sana yardımcı olacak.

Nasıl olacak bu iş? E bizim Artvinli Hasan Ağa'nın oğlu ticaret lisesi okumuş, onu mebus yaparsak o da bize koltuk çıkar.... Nasıl koltuk çıkar? Muhtar tapularını resmi tapu yapar, kamu arazilerindeki kaçak gecekondularımız yasal statü kazanır. Sonra da üstüne kat çıkar, öğretmene memura kiraya veririz.

Babam bu aşamaları hiç göremeden 1983'te öldü. Ama son yıllarında sık sık "Bana ne Artvinliler'den" diye söylendiğini anımsıyorum.

Zamanla Karadeniz'den, Doğu'dan ve Güneydoğu'dan göç çılgın bir seviyeye ulaştı. Sadece Bursa'ya değil, İstanbul, İzmir,

Ankara, Kocaeli gibi kentlere milyonlar akıyor. Hiçbirinin mektep veya loca terbiyesi yok. Her birinin sahip olduğu tek şey var: Doğuştan ve hazırdan elde ettikleri "memleket", "din" ve "mezhep" kimlikleri. Bu kimliklerin her biri siyasete kote. Her kalabalık kendi siyasi temsilini, her siyasi temsil kendi kalabalığını yaratıyor.

Türk sağının yükselişinde tapu meselesi yapısal öneme sahip. Bunun kadar önemli olan ve eşgüdümlü şekilde gelişen bir diğer konu hemşeri dernekleri.

Babam bir hemşeri derneğine hiç girmedi çünkü bir meslek erbabıydı. Babam meslek erbabı olduğu için biz kentli gibi büyüdük. E.T.'nin arkadaşları gibi bisiklete bindik, Pal Sokağı'nın çocukları gibi yardımlaştık, ne biz ne de komşularımız kentle sorun yaşamadı, çevremizde kimse "memleket" türküsü okumadı. Ama babamın neslinden sonra gelen vasıfsız işgücü bu hemşeri derneklerinin üzerinden yükseldi. Kaçak evlerde yaşayan kaçak esnaflar, kendileri gibi siyasetçiler yarattılar.

Göçlerin olmadığı ve nüfusun kontrollü büyüdüğü dönemlerde, esnaf dernekleri kaçak esnafı, yani merdiven altı ekonomiyi baskılayabiliyordu. Zamanla merdiven altı ekonomi, ticaretin belirleyicisi oldu. Eskiden "helali kadar olan kâr" miktarı, kısa sürede "kazıkla kazıklayabildiğin kadar"a döndü. Hiçbir şey denetim altında olmadığı için denetimsiz yeni esnaf, eski esnaf yapısını çökertti. "Kör tuttuğunu, topal yakaladığını" kazıklamaya girişti. Bu yeni sosyal sınıfın gözünde "değerlerden", "ahlaktan", "dürüstlükten" bahseden herkes "tepeden konuşan", "iş bilmez", "tuzu kuru", "beceriksiz" mahluklar olmaya başladı. Cehalet güçlendikçe acımasızlaştı. Sürekli ağlayan arabesk, evde karısını kızını, atölyede işçisini ağlatan zalimlerin müziğine dönüştü.

Kaçak evlerde yaşayan ve kaçak esnaflıkla gelir elde eden kişiler, kaçak katlar çıktıkları gecekondudan bozma apartman dairelerine "namuslu" (veya keriz) memurları kiracı aldılar. Bir yanda ev sahibi olmuş, dolayısıyla "başarmış" köy kentli ev sahibi; öte yanda okumuş ve bu nedenle parasız kalmış, dolayısıyla "beceriksiz" memur kitlesi. Kısaca bir yanda AKP, bir yanda CHP...

Her seçim dönemi imar afları ve vergi afları peş peşe çıkarken, bunun aslında imarı düzgün evlerde yaşayan ve vergisini düzenli ödeyen nüfusa haksızlık olduğunu da kimse dile getirmedi... Çünkü çoğunluk "kaçakçı"ydı ve "dürüstlük kerizlikti", çoğunluğun dediği olurdu... Büyük kaçakçı veya küçük kaçakçı fark etmiyordu. Neticede herkes elhamdülillah kaçakçıydı ve sabredenlere Allah mutlaka verirdi... Zımni anlaşma böylece oluştu. Üstelik olabilecek en kutsal mekânda: mahalledeki caminin avlusunda.

CHP yöneticileri yıllarca "dürüstlük" sözcüğüne sarıldı. Dürüst olmaktan bahsetmiyorum, bir seçim vaadi olarak "dürüstlük" sözcüğünden medet umulmasından söz ediyorum. Kendi yapmadığı evlerde doğan, kaçak evlerde büyüyen, kaçak işlerde çalışan, bu kendi suçları olmasa da kendi "kaderleri" olan milyonlar için "dürüstlük" ne ifade eder?

Hemşeri derneklerinin vakıflaştığı, siyaset ticaret tarikat ağının iyice güçlendiği doksanlı yılların sonunda DSP hükümeti "Temiz eller" diye bir uygulama başlattı. Bu uygulama kamu ihaleleri süreçlerinden, tapu işlemlerine kadar bir dizi alanda reform yapma ve piyasayı kara paradan temizleme amacını taşıyordu. Kara para gidince ortalıkta para kalmadı ve Türkiye tarihin en büyük krizine girdi. Robert Kolejli duygusal şair Bülent Ecevit'in komprador Türk burjuvazisini alt etme planı bir kez daha başarısızlığa uğradı ve "dürüstlükten bahseden solcular ekonomiyi batırır" inancı daha da güçlendi.

CHP eliti yine de "dürüstlük"ten vazgeçmedi. (Üstelik tüm CHP'li belediyeler dürüstlük abidesi sayılmazdı ve belediyen varsa alengire bulaşmamak da pek mümkün değildi.) Bu ısrar, kaçak mahallelerde kaçak evlerde yaşayan çoğunluğu CHP'den bütünüyle uzaklaştırdı. CHP yakın geçmişe kadar (ve kısmen halen) "kaçak saray", beyaz çay, altın kadehle başlayıp ayakkabı kutularına kadar giden süreçleri diline dolayarak seçim kazanacağını düşündü.

Alternatif bir sağ parti olsaydı, kendi %25'ini bu söylemlerle diri tutabilirdi ama bu %25 hiçbir söylem birliği hissetmese de (bezen küfrederek de olsa) CHP'ye oy veriyordu zaten... CHP'nin dürüstlük söylemiyle oy istemesi, odunculukla geçinen

köylülere "Bana oy verirseniz ormana girmenizi engelleyeceğim" demek gibi bir şeydi.

Erdoğan Türkiye Cumhuriyeti tarihinde oluşuyla değil, doğuşuyla iktidara gelen ilk lider. Aldığı oy, onun bu kimliğinin oy temsili kadar.

AKP elitinin lüks tutkusunun geniş halk kitlelerindeki yansımasını Shabani Nonda örneği ile anlatırım. Shabani Nonda'nın Galatasaray'da oynadığı günlerde, sarı kırmızılı tribünler ilginç bir şarkıyla sallanıyordu: "Shabani Nonda, Shabani Nonda, 30 santimlik ... var onda!"

Velev ki Shabani'nin böyle bir özelliği olsun. Her biri erkek olan futbol taraftarları bu durumdan neden böylesine memnunlar? Başka bir erkeğin penis boyu, diğer erkekleri niye mutlu eder?

Esnaf odalarının yerini hemşeri dernekleri alınca, AKP'nin yürüyüşü başlamıştı zaten. Siyaset, ticaret, diyanet sarmalının kökenleri bir seçimle düzelmeyecek kadar derinde.

Bu ülke yüzyıldır göçüyor. Tarihi unutulmuş köylerden aidiyet hissi duymadan kolayca göçtük; dün kurulan mahalleleri terk etmek de zor olmadı, pasaportu olan dostlarımız da göçmekte sınır tanımadı. Göçenlerin kini, göçenler kadar göçmeyenlerden de kaynaklanıyor. Bazı "ah"lar yüz yıl sonra bile bitmez ve ne ekilirse o biçilir.

Erdoğan'ın sarayı çok büyükmüş... Ne mutlu bize... İşte bizden biri sahada ve 1100 odalı saray var onda.

CAMİ DERNEKLERİ

Türkiye'de yaklaşık 85.000 cami var (25.000 de ilkokul). Alevileri ve çocukları çıkartırsak 300 civarı erkeğe bir cami düşüyor. Camilerdeki imam, müezzin ve bazı durumlarda kuran kursu öğretmeni devletten maaş alıyor. Türkiye'de kış nüfusu yirmi kişi olan köylerde bile bir, bazen iki cami var ve buradaki cami personeli aileleriyle birlikte köy nüfusunu oluşturuyor. Yani bazı köylerin nüfusu, o köydeki maaşlı diyanet personelinin aile nüfusu kadar. Birçok boş köyde kendi kendine namaz kılıp üstüne maaş alan imam var.

Ülkemizdeki bu cami bolluğunu İslam'ın sosyal hayattaki gücüyle ilişkilendirmek doğru ama bu tek başına yeterli mi emin değilim. Camiler cami derneklerinin yardım toplamasıyla yapılır ve bu dernekler daha sonra kurulacak Kuran kurslarını yönetirler. Hayırsever işadamları, cami inşaatlarına bağış yapar ve bazı durumlarda tüm camiyi bir işadamı inşa eder. Bazı inşaatlar bir yıllık imam, müezzin maaşı ve cami giderleri kadar düşük paralara mal olur ama bunları konu etmek yakışık almaz; adına cami denilen her dört duvara imam derhal tayin edilir.

Camiler Sünni İslam'ın devlet tarafından dizayn edilme projesi ve AKP bu projeyi başlatan parti değil. Türk Devleti'ni kuranlar imamlara maaş ödeyerek geniş halk kitlelerinin dinsel inanışını yönlendirebileceklerini düşündüler. Düşünmedikleri ülke içi nüfus hareketleri, kentlere yığılma ve hemşeri dernekleri döngüsüydü. Hemşeri dernekleri cami dernekleriyle el ele büyüdü, her hemşeri derneği yöneticisi aynı zamanda bir cami derneği yöneticisi oldu. Camileri yapan hayırsever müteahhitler, hayırlarının karşılığını bonkörce aldılar. Tarikatlar bu ekonomi politik üzerinden yükseldi ve Erdoğan meşhur şiiri okurken camilerin bu muazzam sosyolojik gücünü yansıtıyordu.

Türkiye Cumhuriyeti devletinin camileri idare etme projesi, AKP zamanında tersine döndü. Devlet camiyi değil, cami devleti yönetir oldu. Selalar kimin için okunuyor?

TÜRKİYE GAZETESİ'NİN ÇOCUK SAYFASI

Küçük bir tamirci çırağıyken bulduğum her şeyi okurdum. Babamın dükkânındaki kalfalar öğle yemeği siparişleri için beni her gün pideciye veya köfteciye yollarlardı. Köfteci ve pidecinin ortak özelliği Türkiye Gazetesi'ne abone olmalarıydı. Siparişlerin hazırlanmasını beklerken hemen Türkiye Gazetesi'nin çocuk sayfasını açardım.

Tercüman Gazetesi'nin berbat bir gazete olduğunu öğrenmiştim ama Türkiye'nin bir itibarı vardı. Benim için Türkiye'yi müthiş yapan gazetenin çocuk sayfasında her gün yayınlanan "Kıssadan Hisse" bölümüydü. Burada Hz Muhammed'den,

Hz Ali'ye, Osmanlı dönemindeki bilge ihtiyarlardan, Kıbrıs'ta şehit olup dirilen askerlere kadar pek çok kişinin ilginç öyküleri anlatılırdı. Kıssadan hisselerde "gavur"lar her zaman hatalı şeyler yaparlar, müminler de onlara dersini verirdi.

Türkiye Gazetesi'nin 1970'lerdeki Kıssadan Hisse bölümlerini arşivden çıkartın. Şu anki tüm görgüsüzlükler, ahlaksızlar; güce, şatafata, mala, betona tapınma ayinleri, o kıssalarda "kötü adam"ların yaptığı şeyler olarak vardır. Barış Atay meclis kürsüsünden bir tek kıssayı okusun, AKP sıralarında kimse oturamaz.

Benimle aynı yıl doğan Türkiye Gazetesi, önce abonelik, sonra elektrikli şofben derken bugünlere geldi. Sanırım o arşive onlar da bakmak istemezler artık.

Konu din olsaydı, bu beton aşkı asla doğamazdı. İlk nesil göçmenler düzenli işlere kavuşup, hemşeri dernekleriyle siyasi güç haline geldikçe inşaat hisselerini, kıssa hisselerine tercih etmeye başladılar. Şehrin taşı toprağı "kafası çalışan" için sahiden altındı. Cami inşaatları kolektifleşmenin yapı taşı haline geldi. Bir cami inşaatı şu nedenlerle yararlıdır:

1 – Burada ben varım dersin.

2 – Her cami çevresini dönüştürür.

3 – Cami yapmayı kimse yasaklayamaz ve bir arazide bir cami varsa, bu emsal oluşturur. Camisi olan mahallede tapu çabuk çıkar.

4 – Cami inşaatı para kazandırır, kazanılan para sermaye birikimine katkıda bulunur. Cami inşaatı yapan müteahhittin işleri açılır.

5 – Minareler süngü, kubbeler miğferdir...

O eski kıssaların hisse değeri pek kalmadı. Üniversite yıllarında ikinci nesil göçmen "mücahit" bir arkadaşım vardı. O şimdi müteahhit.

Kıssalardan birinde peygamberin zamanında çocuklar hurmaları taş gibi develere atıyordu. Sonra çocukların yanına biri geldi ve dedi ki: "Hem hayvana eziyet ediyorsunuz, hem de her hurmada peygamberimizin yarım günlük yemeğini israf ediyorsunuz" Kıssanın hissesi şuydu: "Hurmayı taş yapıp atabilirsin ama taşı hurma yapıp yiyemezsin"

Bir çocuğa pideci kuyruğunda öğütler veren İslam, şu anki beton şatafatından çok daha güçlüydü. Bu ülke tüm saçmalıklara rağmen batmayacaksa bunda inşaatların değil, o kıssaların hissesi olacak.

DARÜL HARP'TAN PRONET'E

Bucaş Antlaşması'ndan dört yüz yıl sonra Türkler fethedilecek yeni topraklar buldu: Kentler. Taşı toprağı altın İstanbul, gözleri yaşartan taşlarıyla Ankara, ufak tefek taşlarıyla Bursa ve çiçek açan dağlarıyla İzmir bu göçlerin favori kentleri oldular.

Son yarım asırda Türkiye %130 büyürken, il geneli nüfuslarıyla Ankara %250, İstanbul ve İzmir %300, Bursa ise %400 büyüdü. Aynı dönemde Berlin %8, Londra %20 büyümüş.

Bizi kıskanan bir Alman varsa, kesinlikle tedavi görüyordur. Hiçbir kent elli yılda üç dört kat büyümenin travmasıyla baş edemez. Bazı arkadaşlarım "Neden bu kadar berbat haldeyiz" derken, nüfus baskısına kafayı takmış biri olarak ben "Nasıl hâlâ bu kadar iyi kalabiliyoruz?" sorusunu daha anlamlı buluyorum. Berlin nüfusu elli yılda İstanbul'un yarısı kadar artsaydı sonuçları nasıl olurdu?

Büyük göç dalgaları, bilinen kentleri değiştirmedi, çevreledi. Kentin çevresindeki boş araziler zaptedildi. Bu büyük kavgaya, kentli okumuş gençler ön ayak oldular. Kimisi gönüllü avukatlık yaptı, kimisi silahlı gerillalık. Boş arsalar, altyapısız kondularla doldu. Dağdaki çobanla birlikte seçme ve seçilme hakkı da kente taşındı. Göçmenler yaşadıkları evleri parayla değil savaşla kazandılar. Nüfus baskısı arttıkça, ilk gelenler kat çıkmaya başladı. Katlar yükseldikçe kafalar değişmeden statüler değişti.

27 Mart 1994 gecesi Sultanahmet'te, bir arkadaşımın çatı katındaki öğrenci evinde bira içiyorduk. Sokaktan korna seslerini duyunca önce asker uğurlama var sandık fakat sesler kesilmiyor, gitgide artıyordu. Anarko komünizme gönül vermiş devrimci gençler olarak elbette ki o gün yapılan saçma muhtarlık seçimine (belediye seçimlerine böyle derdik) katılmamıştık ama bitmek bilmeyen araç

konvoyundaki köylü giysili insanlar galiba bu seçimi kutluyorlardı. Dışarı çıktığımızda 1961 yazı ortalarında Küba'nın resmini görmüş kadar olduk. İnsanlar bir devrim, hayır başka bir şey, bir fetih yapılmış gibi mutluydular. Ayakkabı boyacıları, beyaz eşya hamalları, evlere temizliğe gidenler, pembe yanaklı İmam Hatip öğrencileri bir arada coşkuyla tekbirler getiriyordu.

Bu seçimin ardından 29 Mayıs İstanbul'un fetih törenleri görülmemiş bir coşkuyla kutlanmaya başlandı. Kentin çevresi, merkezi ele geçiriyordu. Kaçak evler önce tapuya, sonra kat hakkına kavuşuyordu.

Gençliğimde sinemada izlediğim ve beni çok etkileyen bir film vardı: Şerif Gören'in "Kan" filmi. Film bir kan davasını anlatıyordu. Final sahnesinde Hakan Balamir, kan davalısı Tarık Akan'ı nihayet öldürür ve o anda hiç duymadığı sesleri duymaya başlar; acaba şu kayanın ardında biri mi vardır, dağın tepesinde bir tüfek onu mu nişan almıştır? Film boyunca avcı olan kahraman, avını avladığı anda ava dönüşür.

AKP'nin 25 yıllık filmi de işte böyle bitti... Son gecekondu tapusunu alalı çok oluyor artık binanın terasında şemsiye açsan, uydu ve drone'larla anında tespit ediliyor.

İslam'da Cihad kavramı, insanın kendi nefsine yaptığı bir savaşla başlar ama o dönemdeki tüm savaşlar gibi cephe kısa zamanda komşu kabilenin su havzasına kayabilir. Türkiye Cumhuriyeti'ni "dinsiz köpeklerin saltanatı yıktığı bir gavurlar ülkesi" olarak gören zihniyet, üniformalarında TC yazan yıkım ekiplerine karşı gecekondusunu koruma mücadelesi veren yoksullarda rahatça karşılık buldu. Sorun şu ki bu savaş çok eskidendi. Artık kimse gecekondu yapamıyor, herkes taksitle TOKİ evi alıyor.

Avcının ava dönüşmesi, saldırganın savunmaya çekilmesidir. Kaybedeceği tek şey zinciri olan köylü, iki tapulu bir kentliye dönüşünce fetih şenliklerinin de havai fişek gösterisinden başka anlamı kalmadı. Darül harbi fethetmek için çıkılan yol, Pronet'le bir yıllık alarm sözleşmesi yapıldığı anda bitti.

Şimdi bu taşları biz çektik değil mi ocaklardan
Bu asfaltı biz döktük, biz onardık değil mi
Bu yapıları on iki kat yapmak bizim aklımızdı
Biz kurduk istersek umursamayız da (...)
Ekmek yiyelim, tereyağı yiyelim, çocukları büyütelim...

Turgut Uyar'ın bu unutulmaz şiiri 2010'larda muhteşem bir grubun da adı oldu. Büyük Ev Ablukada grubu "Güvendiğim tek şey sensin ve kapının kilidi" derken tipik bir kentlinin ruhunu yansıtıyordu.

Büyük evde artık AKP'liler de oturuyordu.

PALTOYU ÇIKARMAYANLAR

"Paltolu bir adam, kendini yabancı hissettiği bir mekâna giriyor. Burada ne işi var? İçerideki insanlar bir an için adama bakıyorlar. Hepsinin yüzünde "Kim bu yabancı?" sorusu.

Biri, "Paltonuzu çıkartın isterseniz" diyor.

Adam paltosuna büsbütün sarılıyor. Sanki, "Ben sizden biri değilim, buraya ait değilim, hemen çıkacağım" der gibi ve palto da bu yabancılığının üniforması gibi.

Bu nedenle sarılıyor paltoya. O artık "paltolu adam", palto onun kimliği oldu.

Aradan saatler geçiyor. Zamanla insanlar paltolu adamla ilgilenmez oluyorlar. Zamanla adam da mekâna alışıyor. Derken biri bir şey ikram ediyor, biri sohbete başlıyor. Hepsi anlıyor ki "yabancı" o kadar da yabancı değil.

Ve adam birdenbire paltonun ona ağır geldiğini fark ediyor. Artık gidici de olmadığına göre paltosunu çıkartıp kapı önündeki askıya asabilir.

Öyle de yapıyor. Şimdi içeridekilerden biri gibi oldu, kalabalığa karıştı. Uzun ve neşeli bir muhabbete katıldı.

İstanbul'un çevre ilçelerinde milyonlarca insan yaşıyor. Bunlar sayıca kent merkezinden çok da olsalar, hepsinin gözü merkezde olduğu için, merkezdeki "hakiki" kente (eve) tek tek bir yabancı gibi geliyorlar.

Köyleri, hemşerilikleri, mezhepleri, etnik kökenleri, dini inanışları, tesettürleri, onları "içerideki" kentlilerden ayıran bir korunak.

Bu nedenle ilk iki nesil, her an geri dönebilecekmiş gibi paltolarını çıkartmadan yaşıyorlar bu yabancı kentte. Onlar kentten korkuyor, kent onlardan.

Ama zaman hızla geçiyor. Bağcılar on yıl içinde bütünüyle kente eklemlenmiş olacak. Büyükler değilse de gençlerin çoğu paltoyla evde durmayı anlamsız görmeye başladı.

AKP bir eve girip paltosunu çıkartamadan bekleyen "yabancı"ların partisidir, bu kırılmanın, bu gerilimin; kişiyi sımsıkı sarıldığı paltosuna sığınmaya iten korkunun ve kaderine isyan eden hırsın partisi. AKP'nin kriptoniti, her geçen gün artan sayıda paltoyla dolan o askılar.

Mesleği olan kişi için etnik veya dini kimlikler anlamsızlaşır. Bir marangoz artık marangozdur, Karslı değil; bir teknisyen de teknisyen olduğu andan itibaren daha az Alevi'dir. İlk iki nesil gitgide irrasyonel biçimde bu kimlikleri taşımaya devam etse, üçüncü nesil bunu yapamaz olur. Nine "Biz Mardin'liyiz" derken, torun "Ben İstanbulluyum" der.

Evine gelen bir "yabancıyı" paltosundan ötürü yargılayamazsın. Sen kafayı paltoya takarsan, o da takar... Aksine, "Gel hele arkadaş, iki laf edelim" diyerek içeri buyur edersen işler değişir.

Ev, insanların paltoya ihtiyaç duymadan durabileceği sıcak ve güvenli mekândır. Kendi evinde hisseden, "Burası benim evim" diyen kişi, ev kapısında paltosunu çıkarır.

Hadi yeni ev arkadaşlarımızla muhabbete.

Konuştukça bir bakmışız, bir palto daha askıya asılıvermiş.

ÜÇÜNCÜ NESLİN AYAK SESLERİ

AKP'nin ıskaladığı konuların başında sosyolojik değişimi analiz edememek geliyor. Hoş analiz etseler de yapabilecekleri pek bir şey yok.

"Değişmemek", "ilk gün neyse o olmak" en çok tekrarladıkları sözlerden biri. Değişmemek, derin ideolojik birlik içindeki küçük örgütler ve küçük partiler için övünülecek bir özellik olabilir ama varlığını ülkenin bir dönemindeki sosyolojik duruma (çarpık ülkeleşme) borçlu oportünist bir parti için çağı ıskalamak anlamına gelir.

"Açlık nedir bilmeyen", "apartmanlarda büyüyen", "hiç zora gelmemiş" üçüncü nesil kentliler, AKP yöneticisi ve seçmenleri için bizzat kendi ailelerinde yaşadıkları canlı bir sorun.

Birinci nesil göçmenler 1960'lardan 1980'lere kadar büyük kentlere yığıldılar. Eğitimsizlik ve vasıfsızlık onları hemşeri derneği, cami, tarikat ve siyaset dörtlüsüne mahkûm etti. İkinci nesil göçmenler ebeveynlerinin ekonomik yetersizliklerini çocuk olarak yaşadılar. Zorluklara rağmen kimisi okudu, birçoğu meslek sahibi oldu; babalarının seyyar arabası ikinci nesilde dükkâna döndü. İkinci nesil aynı zamanda gecekondudan apartmana taşınan nesildi. İlk büyük dalga göçmenlerin torunları da seksenlerde doğmaya başladı. Şu an ilk göçmenlerin torunlarının da çocukları var, yani bir dördüncü nesil de arkadan geliyor.

Apartmanda ve anne babalarıyla karşılaştırılamayacak kadar rahat koşullarda büyüyen bu çocukların, anne baba ve dede ninelerinden en büyük farkı şu: Onlar artık "Ben İstanbulluyum" diyor. Yaklaşık yirmi yıl önce İstanbul Büyükşehir Belediyesi için yaptığımız "Kentim İstanbul" kampanyası artık bir gerçeklik oldu. Artık onlar İstanbullu, Ankaralı, Bursalı, Mersinli... Birisi onları tanımak istediğinde büyüklerinin aksine "Sivaslıyım, Rizeliyim" değil, "Belediyede memurum, karakolda polisim, okulda öğretmenim" diyorlar.

Hemşerilik, din ve köken kardeşliği bağları kentleşen insan için folklorik bir anlam dışında önemli olamaz. Kafasına silah dayasan, her çocuğu kırk yıl İmam Hatip'te okutsan da bu durum değişmez.

AKP'yi kuranlar İmam Hatip'te okudukları için değil, kentte ayakta kalmaya çalışan yoksul köylü çocukları oldukları için birlik oldular. Şu anda her köşe başında İmam Hatip açsalar da sadece yeni birinci nesil göçmenleri etkileyebilecekler ve bu etkinin İmam Hatip müfredatıyla ilgisi olmayacak. Benim neslim bizden önceki ve sonraki hiçbir neslin görmediği türden baskıcı bir "Atatürkçülük" eğitimiyle okudu. Bugün Atatürk'e olan sempatimin bir parçasını bile o eğitimlere borçlu değilim. Gençlerin kaynayan kanları hiçbir çivi tutmaz. Baskı genellikle ters teper.

Göçmenlerin hepsi aynı anda göçmediği için hepsi birlikte "kentli" olmuyor haliyle. Kentlere doksanlarda, iki binlerde göçmüş, bir kısmı ilk nesil, bir kısmı ikinci nesil hatırı sayılır yeni göçmenler var. Aksaray'da dördüncü nesil kentliler okula başladı, Esenler'de ikinci nesil göçmenlerin çocukları oldu, Ajda Pekkan'ın yaşamadığı "öteki" Arnavutköy'de ise henüz sadece ilk nesil göçmenler var.

Göç akışı yıllardır devam ediyor. En yeni ve en yoksul ilçelerde AKP hâlâ birinci partiyken, bir zamanlar AKP'nin kalesi olan pek çok ilçe CHP'ye geçiyor veya CHP açığı kapatıyor.

2004'den günümüze tüm seçim sonuçlarına bakıldığında tablo ortada: Kente yerleşen, kentli olan seçmen AKP'den kaçıyor. AKP kendini değil, sosyolojiyi değiştirmeye çalışıyor ama dünyada bunu başarmış hiçbir parti yok.

YOKSUL, YOKSUL MUDUR?

Bir bankacı arkadaşım ziyarete gelmişti. Beraberce şarap içerken şöyle dedi: "Bu çürümüş üzüm suyuna kaç lira verdin? Yetmiş lira mı, yüz lira mı? Bir şişe üzüm suyuna bu parayı öldürsen vermeyecek milyonlarca insan var bu ülkede. Ve biliyor musun, sen kirada oturuyorsun ama onların büyük bölümü ev sahibi"

Japoncada duruma göre değişen elliden fazla "sevgi" sözcüğü olduğu söylenir. Acaba "yoksul" sözcüğünün de çeşitleri olmalı mı? Bir tek "yoksul" sözcüğü, tüm yoksulları anlatmaya yetiyor mu?

Kuşkusuz Türkiye'de sobasını yakamayan, çocuklarını aç yatıran milyonlarca yoksul var... Öte yandan genel bir "yoksul" kategorisine rahatça soktuğumuz başka milyonlar da var.

On yıl kadar önce İstanbul'da yüzden fazla yoksul evine ziyarete gittim. Kafamdaki yoksul tanımına uygun evler olsa da birçoğunda daha o zaman plazma tv'ler, müzik sistemleri, nofrost buzdolapları filan vardı. Bu insanlar bir yoksul gibi görünüyorlardı ama biraz sorguladığımızda Avcılar'daki TOKİ dairelerinden, Üsküdar'daki dükkânlarından veya köylerindeki bereketli tarlalarından bahsediyorlardı. Bir şişe alkole yüz lira vermeleri, bir kitap satın almaları veya bir akşam ailece sine-

maya gitmeleri asla düşünülemezdi ama en az iki üç taşınmaz mülkleri olduğunu şaşırarak görüyordum.

Bir devlet dairesinde memur olan uzak bir akrabam tek maaşla çalışmayan eşini ve üç çocuğunu geçindiriyordu. Eşi ucuz market ve pazarlardan en hesaplı gıdaları alıyor, bir tavuk bir hafta boyunca yemeklere katık oluyordu. Kültüre, sanata, eğlenceye, sefaya tek kuruş harcamıyorlardı. Karı koca tüm hayatları boyunca bir kez bile baş başa bir restorana gitmemişti. Tek eğlenceleri her zaman açık olan televizyonlarıydı ve uzun kış geceleri hipnoz altında gibi televizyon izlemekle geçiyordu.

Fakat bu akrabamın biri yazlığı ve dört dairesi vardı. İki dairesi kiradaydı; kira gelirleriyle borca girip bir daire daha aldılar. Geçen yıl araçlarını yenilediler ve beş kişilik ailenin tamamında akıllı telefonlar var. Üstelik giyim kuşamları da kötü değil. Nasıl oluyor bu?

Bunun bir açıklaması gıda ve giyim fiyatlarının sürekli düşmesi. Bu tüm dünyada böyle. Global konfeksiyon pazarı azınlıktaki "marka" ürünler dışında kar marjı sürekli düşen ama volümü sürekli yükselen bir fasit daire içinde. Gıdada ise yetmişlerde başlayan GDO, hormon, endüstriyel gıda üretimi, raf ömrünü uzatma taktikleri öyle organize bir hale geldi ki fiyatlar neredeyse hiç yükselmiyor hatta gerçek hane gelirine oranla düşüyor. Bir bisküvi firması ürünlerinin yarısından fazlasının fiyatının on yıldır değişmediğini söylemişti.

Bu bir açıklama ama yeterli bir açıklama değil. Bence genellikle gözden kaçırılan bir konu daha var: Rant. Kişi başı ekonomi hesapları yaparken atlanan ve AKP'yi en başarılı kılan kavramlardan biri de bu: "Rant ortaklığı."

Akrabamın babadan kalma şehir içindeki evi zamanla değerleniyor. Eve bir müteahhit giriyor ve oradan akrabama iki daire düşüyor. Dairelerden birini satıp, bir yazlık alıyorlar ve şehrin biraz dışında bir dairenin peşinatını ödüyorlar. Bu son dairenin taksitleri kira geliriyle ödeniyor ve zamanla dördüncü bir daire daha alıyorlar; kira geliri yine harcanmıyor ve sıra beşinci daireye geliyor.

Bu anlattığım otuz yıllık bir hikâye. Akrabalarım bu otuz yıl boyunca bir yudum şarap içmediler, bir DVD almadılar,

bir romana bir kuruş ödemediler, bir gece dahi bir otelde yatmadılar... Ama aylık gelirleri benim gelirimin çok altında olmasına rağmen, beş daire sahibi oldular. Şimdi bana belli belirsiz bir acımayla bakıyorlar: "Yazık, o kadar okudu ama adam olamadı. Bütün parasını kiralara, kitaplara, tatil yerlerine döküyor."

Tek bir örnekten yola çıkarak genel bir tespit yapılmaz elbette. Size bir örnek aktardım ama çevremde buna benzer çok kişi var. Bu hikâyeleri anlattığım dostlarım kendi akraba ve tanıdıklarından benzer örnekler söylüyorlar. Kiralık evimi temizlemeye gelen ablanın İstanbul'da iki dairesi ve köyde büyükçe bir arsası varmış; seçimlerde oyunu kime vereceğini sorduğumda hiş düşünmeden "Reis'e" diyor.

Rant ekonomisi dediğimizde aklımıza Ağaoğlu gibi para babaları gelir. Oysa kentlerdeki dalga dalga yayılan yerleşimler, bir önceki göçle gelenlerin, bir sonraki göçle gelenlere nazaran zenginleştiği bir titan zinciri oluşturuyor. Karamsar ekonomistlerin aylık hane gelirleri üzerinden yaptıkları hesapların tutmamasının nedeni bu titan zinciri. Hane gelirine rant gelirinin etkisini bulmak hiç kolay değil.

Tekrarla, kuşkusuz bazı insanlar gerçekten yoksul. Ancak bir de "yoksul gibi" görünen ama sahip oldukları taşınmazlara baktığımızda yoksul sayamayacağımız kitleler var. İşin sırrını eskiden 3T ile açıklardım: Tasarruf, tevekkül ve televizyon. Şimdi bir de "telefon" ekleyip 4T'ye çıkarıyorum. Kentin göbeğinde yaşadıkları halde kent hayatının sosyal, kültürel hiçbir nimetini tüketmeyen; ömürlerini televizyon izleyip (şimdilerde telefon kurcalayıp) tasarruf ederek ve tevekkül içinde geçiren insanlardan söz ediyorum.

Gelir uçurumu göreceli olarak her zamanki gibi hatta daha beter devam etse de en alttakilerin temel ihtiyaçlara ve temel sağlık hizmetlerine erişimi her geçen gün artıyor. Yoksul denilince aklımıza acılı bir bağlama sesi eşliğinde çamurlu bir sokakta ağlayan ayakları çıplak çocuk imgesi gelir. Böyle çocuklar var ve ağlamaya devam ediyorlar ama sayıları sandığımızdan çok daha az olabilir.

"Çalıyorlar ama yol da yapıyorlar" cümlesinin modası çoktan geçti. Bu insanların geneli şöyle düşünüyor: "Evet çalıyor, her işten sakalını alıyor ama ekonomi o kadar karışık ve kapsamlı bir hale geldi ki o giderse bu kaosu yönetecek hiç kimse yok. Giderse müteahhit evimizi yapmaz, dairelerimizin değerleri artmaz, kredilerimiz elimizde patlar."

Muhalifler Türkiye seçmeninin neredeyse yarısını oluşturan bu "yoksul görünümlü varsıllar"a tek kelime etmiyorlar. Onların sözlerinin bu kitleler üzerinde etkisi yok. Bu insanlar muhalifler için Gülhane Parkı'ndaki ceviz ağaçları gibi, kimse kimsenin farkında değil.

GDO'lar basıldıkça üzüm her geçen yıl ucuzluyor ama vergiler basıldıkça şarap her geçen yıl pahalılaşıyor. Bu nedenle benden AKP seçmeni olmaz.

Ama ikna edilmesi ve görülmesi gereken de ben değilim zaten.

Sonuçta her şey kentlere yapılan büyük göçten mi kaynaklanıyor?

Zenginler her şeyi sınıflandırır. Otomobillerini, evlerini, semtlerini hatta atlara, köpeklere bile sınıf ayrımı yaparlar ve yolculuklarında her zaman "business class"ı tercih ederler. Gel gör ki biri çıkıp toplumsal değişimi sınıfsal ayrımlara göre okumaya kalksa, hemen burun kıvırırlar ve "Bunların modası geçti" derler. Temel ayrım her zaman borç veren ile borç alan veya sömüren ile sömürülen arasındadır ama sistem bunu görmemek veya göstermemek için tasarlanmış gibidir. Çarpık ülkeleşme ve çarpık kentleşme ucuz emek transferinin kaçınılmaz sonucu. Ve yaşadığımız her şey de bu sonucun sonucu... Sınıfsal arka planını yok saymaksızın bana bir "üç harfli"yle konuyu anlat dersen, gönül rahatlığıyla "göç" sözcüğünü seçerim.

AKP'nin bunca sevilme nedeni, göçmenlerin (borç alanların, sömürülenlerin) kalbini fethetmesi mi?

AKP'nin bir koalisyon partisi olduğunu söylemiştim. Yukarıda Yılmaz Güney'in Cabbar örneğini verirken Güney'in

canlandırdığı yoksul arabacı karakterini inandırıcı kılan varoluşundan bahsetmiştim. Bu tip rolleri Kadir İnanır ve Tarık Akan da oynadı ama ikisi de Güney kadar inandırıcı olamadı. Dönemin en iyi okullarını bitiren İnanır'a en yakışan rol toplumcu bir mühendis olmaktı; üç nesildir proteinle büyümüş bir aileden geldiği besbelli olan Tarık Akan tüm oyunculuk kabiliyetine rağmen bunu gizleyemezdi. Cabbar, Yılmaz Güney'in rolüydü; tıpkı göçmenlerin lideri olmanın Abdullah Gül'e hatta Turgut Özal'a değil, Erdoğan'a yakışması gibi.

Ki aslında Güney, Umut'ta oynadığında İstanbul gazinolarına en ön sırada giren, hayli zengin bir oyuncuydu.

Bu da örneğimize uygun değil mi? Sanırım AKP'nin sevilme nedenlerini biraz daha açmalıyım. Hızlı okurların konuyu "düz bir Erdoğan hayranlığı"na bağladığımı düşünmelerini istemem. AKP'ye olan sevginin temellerine inemezsek, radikal sevgiye de ulaşamayız.

Bölüm 5

AKP Neden Sevilir?

Her şey yalan gerçek sensin
Seni sevmeyen ölsün

Tüdanya

Türkiye'de doğdum, Türkiye'de yarım asır geçirdim. Bir ülkenin yarısının, yaklaşık 40 milyon kişinin neredeyse yirmi yıldır bir siyasi partiye blok oy vermesi sıradan bir vatandaş olarak ilgimi çekiyor. Öte yandan kitle iletişimine odaklanmış biriyim ve bu durum, konuyu benim için daha da özel hale getiriyor. Reklamcılığa başlamam ile Refah Partisi'nin 1994'deki "Yerel Seçim Mucizesi" aynı yıllara denk geldi. Profesyonel

hayatımın tamamı ve ömrümün yarısı boyunca bana eşlik eden bu yükselişi, sevgiyi ve güveni anlamaya çalışıyorum. Bilmeceyi çözmenin ilk adımı da bu: Anlamaya çalışmak.

AKP'Yİ SEVEN ÜÇ SEÇMEN TİPİ

AKP'nin seveni çok. Bu sevgi istatistik bir gerçek.

AKP muhaliflerinin birçoğu "AKP'nin sevilme nedenleri"ni düşünmek istemez. Veya buna verilen yanıtlar toptan ötekileştirmeler içerir. "Çünkü onlar da hırsız, onlar da cahil, onlar da dinci" gibi açıklamalar her zaman revaçtadır.

Bu yaftalar Erdoğan'ın söylemleri, sokak röportajları veya aktroller sayesinde kendine kanıt bulur. Bir sokak röportajında duyduğumuz AKP'yi seven bir insanın sert sözleri, ülkenin yarısının genel düşüncesiymiş gibi bir algı oluşur. Algı bulutu hızla kararır, "Bu kadar çok insan böyle düşünüyorsa, vay halimize" çığlıkları atılmaya başlanır. Çığlıklar içinde daha da sert genellemeler yapılır. Aynı döngü aşağı yukarı karşı tarafta da yaşandığı için, normalde gayet güzel arkadaş olacak iki insan, birbirlerinden nefret eden kişilere dönüşürler.

AKP seçmeninin hepsinin kalbinde aynı sevgi olabilir ama hepsinin cebinde aynı para yok. Sahte selatin camisine vip'den giren müteahhit beyle, hakiki mahalle camisine normal kapıdan giren amele beye melekler bile aynı sevabı yazmıyor olabilir.

AKP'yi sevenleri üç ayrı grupta toplayabiliriz.

(Harika çizimleri için Ersin Karabulut'a teşekkürler.)

1 – YOKSULLAR

Türkiye'de en yoksullar iki partiye oy veriyor: AKP ve HDP... En yoksulların geneli kente adaptasyonu tamamlamamış, kırsalla güçlü bağları olan, başını sokacak ev, karnını doyuracak iş derdinde olan borç içinde insanlar. (Öte yandan her iki partinin de seçmeni yıldan yıla hızla değişiyor. AKP yöneticilerinin 1970'lerin arketiplerine dayalı siyaseti,



üçüncü nesil yeni kentli genç nüfusa her geçen gün daha az hitap ediyor. Yoksulluk değişmese de hayata bakışlar değişiyor. HDP'de değişim çok daha hızlı, HDP seçmeninin ağırlıklı bölümü beraber yaşama, barış ve karşılıklı saygı talep ediyor; ayrım yapmaksınız tüm yoksulların dertlerini dert ediniyor. Bunu anlamak için Demirtaş'ın öykülerini okumak bile yeterli. HDP hızla kentlileşiyor. HDP seçmenini analiz etmeyip ülkenin %13'ünün oy verdiği bir partiyi "terörist" diye yaftalamak ayrı bir kitap konusu olacak kadar önemli.)

En yoksullar AKP seçmeninin neredeyse yarısı ama ekonomik olmasa da sosyolojik olarak her geçen gün azalıyorlar. Bu grupta toplananların kararlarını seçim kampanyalarıyla, herhangi bir diyalektik iletişim tekniğiyle (örneğin tartışarak) değiştirmeye olanak yok. Ortalama CHP seçmenini "Bu insanları nasıl değiştirebiliriz ki" diye umutsuzluğa sürükleyen örnekler hep buradan çıkıyor. Eğer seçim kampanyasını seçime iki ay kala yapılacak creative hokkabazlıklardan ibaret

görüyorsanız bu gruptan oy değil, selam bile almanız mucize olur. Bu insanları ikna etmek uzun sohbetler ve sınanmış yoldaşlıklarla mümkün. Orada onlarla yaşamayan, yakın ekonomik şartlarda olmayan, devrimci terbiyesi kıt bir etiket solcusunun bu yoldaşlığı oluşturmasına olanak yok.



2 – SİYASETSİZ SEÇMENLER

"Siyasetsiz seçmen" terimini sanırım ben icat ettim. Yirmi yıldır kullana kullana, bir tür galatı meşhur haline geldi. Siyasetsiz seçmen "apolitik" seçmen değil. Apolitik siyasetle ilgisi olmayan demek. Siyasetsiz seçmenin ise bir siyasi görüşü, oy verdiği bir siyasi parti var (2002'den beri AKP) ama bu aidiyetin sebebi sanıldığı kadar siyasi değil, Cem Yılmaz'ın ünlü reklamına gönderme yaparak "Tamamen duygusal" da diyebilirim.

Bu seçmen grubu daha fazla risk alabiliyor ve karar değiştirebiliyor, "Bir de bunu deneyelim" diyebiliyor. Genel seçimlerde daha fikri sabitken, yerel seçimlerde daha serbest davranabiliyor. İkinci ve üçüncü nesil göçmen kentlilerden oluşuyor, çoğu vergi mükellefi, düzenli işleri var, genellikle kiracı değil ev sahibiler, son yirmi yılda neredeyse tamamı apartmanlara taşındı. Seçim kampanyalarının etkileyebileceği kesim bu kesim; üçüncü nesil oranı arttıkça AKP'ye bağlılık azalıyor. AKP sahnesinin değişmez figürleri olan, din kardeşliği, hemşericilik gibi kavramlar, bu kesimin gitgide daha az ilgisini çekiyor. Sayısı ve oranı artan grup bu ikinci grup.

3 – AK ELİTLER



Üçüncü grupta ise AKP ile köşeyi dönenler var. En başa büyük inşaat ihalelerinin müteahhit firmalarını koyun; bunların yarattığı ekonomiyle yüksek maaş alan yönetici sınıfı ve AKP bürokrasisinin tepe yöneticileri. Meşhur kaymak yiyenler bu gruptakiler. AKP'nin içinde bile %1'lik oy potansiyelleri yok ama etkileri doğal olarak çok daha fazla. Zenginlikleri göz kamaştırıcı da olsa, toplamda CHP seçmeninin toplam zenginliğine ulaşmaları söz konusu olamaz. Zenginliğin ölçümü sadece mal, mülk ve parayla ilgili değil. Büyük oranda arsa spekülasyonu ve ihale oyunlarına dayanan bu zenginlik, TÜSİAD'ın dipten ve derinden olan zenginliğiyle de boy ölçüşemez. AKP'nin tepesindeki otoriter hiyerarşi, bu otoritenin olmayacağı bir gelecekte ayakta kalamayacak kadar kırılgan ve bağışıklık sistemi zayıf bir zengin sınıf yarattı. Medya yönetimine servet harcamalarına rağmen halk üzerindeki etkililiklerini her geçen gün kaybetmeleri de bununla ilgili.

AŞKIN GÖZÜ KÖR MÜ?

AKP hiç kuşkusuz en çok Erdoğan nedeniyle seviliyor. Erdoğan çoğunluk seçmenin gönül tahtında oturan kişi. Erdoğan olmasa, yeni bir Garibaldi bulunana kadar Türk sağı doksanlı yıllardaki "fetret" dönemini yeniden yaşar ama o taht er veya geç tekrar dolar.

İlk kez gezdiğimiz bir şehirde dolaşırken bir ayrıntıya takılıp, sevinçle "Burası tıpkı doğduğum şehre benziyor" deriz. Bir bebek için en güzel iltifat, ona "Tıpkı anası" veya "Tıpkı babası" demektir. İnsan tanıdığını sever. Liderler ve toplumlar birbirini bulur. Bir önceki bölümde Türkiye'deki yeterli çoğunluğun Erdoğan'ı ve Erdoğan kuşağını neden benimsediğini anlatmaya çalıştım. Erdoğan imgesi kolektif bilinçaltlarındaki birçok temel hisse denk düştüğü için seviliyor veya sevildi.

Bu imgenin yayılması bir kişinin bir başka kişiyle konuşmasıyla olmadı kuşkusuz. Biz Erdoğan'ı kameralar arkasından gördük. Her popüler imge gibi o da özenle ayarlanmış bir

filtreden geçip televizyonlarımıza doldu. Bu konuları öylesine detaylı biçimde yıllardır konuşuyoruz ki bu anlatıya ekleyebileceğim bir sözüm yok. Burada izninizle, daha az konuşulan veya belki hiç konuşulmayan bazı "sevgi sırları"ndan bahsedeceğim.

AKP'yi ve Erdoğan'ı seven milyonlar irrasyonel mi? Sutherland ve Kahneman bir ağızdan "evet" diye bağıracak olsa da onlara bunu CHP'liler için de söylerler zaten.

O zaman soruyu şöyle soralım: AKP'lilerinki bir tür kara sevda mı? Aşkın gözü sahiden kör mü? Veya Malt'ın bir şarkısında söylediği gibi: Aşkın gözü kör olsa da karnı aç olabilir mi?

1 - AHMET HAKAN HAKLI MI?

Ahmet Hakan bir canlı yayında Erdoğan'a, ekonominin iyi durumda olduğunu söyledi. Muhaliflerin geneli bu sözlerden sonra iki ithamda bulundu: Birincisi Ahmet Hakan'ın parası çoktu ve tok açın halinden anlamazdı. İkincisi Ahmet Hakan bir iktidar yalakasıydı. Her ikisi de doğru veya yanlış olabilir, konunun bu kısmı ilgimi çekmiyor.

Üniversitedeki bazı hocalarımız karmaşık konuları çarpıcı örneklerle anlatırlardı: "McDonald's olan iki ülke asla savaşmaz" derlerdi örneğin Friedman'dan alıntılayarak veya "Bir ülkede darbe veya darbe girişimi olursa bunun kime yaradığına bakın, bu tezgâhı tertipleyen odur" derlerdi. Popüler örneklerinden biri Kapalıçarşı'daki Kuru Kahveci Mehmed Efendi'nin dükkânıyla ilgiliydi: "Eğer burada sıra varsa, ekonomi iyidir"

Geçen yıl bütün Türkiye'yi karış karış dolaşırken sadece Sirkeci'deki kuru kahvecide değil, ülkenin her yerindeki kahvecilerde, espressocularda veya giysi mağazalarında sıralar gördüm.

Türkiye ile ilgili tahliller yaparken tüm dünyada sürekli ucuzlayan gıda ve tekstil fiyatlarını akılda tutmak gerek.

Cem Karaca'nın iç paralayan şarkısında vurulan devrimcinin parkasındaki delikleri annesi yaşlı gözlerle dikiyor ve aynı parkayı erkek kardeşi giyiyor. 1970'lerde parka kurşun

delikleri dikilecek kadar ulaşılmaz bir giysiyken, sadece kalantorların giyebildiği süet kaban hayal etme sınırlarını bile aşıyordu. Süet kaban LCW'de şimdi 199 TL, üstelik kredi kartına sekiz taksitle.

Benzer biçimde çocukluğumda sadece zengin evlerin ziyafet masasında durabilen bütün piliç, şimdi markette 20 TL, en helalinden kesilmiş ve yolunmuş halde.

YAVAŞ YAVAŞ ÖDERSİN

Türk milletinin Protestanlarda bile olmayan biriktirme biçimi, "Al da yavaş yavaş ödersin" öğüdüne dayanıyor. On civarı büyük kente hem doğal nüfus artışı hem de bitmeyen göçle devam eden yığılma kendi içinde hesaplanması zor ama muazzam bir rant ekonomisi yaratıyor. Esenler veya Bayrampaşa bir göz odada büyüyen çocuklar Beylikdüzü veya Esenyurt'ta apartman dairesi aldı ve pek kullanmasalar da jakuzileri bile var.

Şu anda yanı başımızda en temel gereksinimlerini bile karşılayamayan gerçek yoksullar da mutlaka bulunur ama televizyon izleyip çekirdek çitleyerek kırk yıldır taksit ödeyen milyonlar da var. Elti görümce, bacanak kayınço ilişkileri devam ettikçe, onları "çatlatmak" için dizayn edilen yaşamlar da devam edecek. Kentli bir insanın gündelik tüketim kalıplarından uzak kitleler, borçlana borçlana evler ve otomobiller alacaklar. Herkes Dickens romanlarındaki gibi yaşasaydı Ahmet Hakan o sözü söylediğinde televizyon binası dışında ellerinde meşalelerle milyonlar toplanırdı.

İki binli yıllara kadar para üretimle doğrudan ilişkiliydi. Şimdi üretim araçlarıyla ilgisi olmayan sınırsız bir spekülasyon parası tüm ezberleri bozuyor. Sadece Türkiye değil, bu ekonomiye bulaşan her ülkede ilginç işler oluyor. Kuzey Avrupa'da yirmi yıl öncesine kadar minicik camlı kalın duvarlı binalar yapılırdı, şimdi tamamı camdan kocaman binalar yapıyorlar. Bunun yeni yalıtım ve tasarruf teknolojileriyle olduğu kadar ortada dolaşan "deli para" ile de ilgisi olmalı.

Ekonomiyle ilgili en sert veya en haklı eleştiriler bile iki noktada tıkanıyor:

1 – Madem öyle kahvecinin önündeki bu kuyruk ne?

2 – Sen gelsen daha iyisini mi yapacaksın?

Birinci maddede muhalifler birkaç ezber yanıt ve birkaç kara kehanetten ileri gidemiyor. Birinci maddeye doyurucu yanıt gelmeyince, ikinci maddede bir seçenek olmak imkânsızlaşıyor.

Aslında ilk soruya net bir yanıt verilebilir ama bunun için "diyalektik iletişim batağındaki" reflekslerden kurtulmak gerek: Evet kahvecinin önünde kuyruk var çünkü satın alma "kabiliyeti" (gücü değil) dünyanın her yerinde olduğu gibi Türkiye'de de artıyor. (Aylık gelire dayalı belirgin bir mali "güç"ten ziyade, şehir rantı ve bu rantı borçlanmayla beraber kullanma kabiliyeti belirleyici olduğu için "satın alma kabiliyeti" adlı bir terim icat ettim.)

Bu cümleyi söyledikten sonra ikinci kısımda "Ben olsam daha iyisini yapardım" da denebilir. Yeter ki birinciyi söyleyecek cesaretiniz olsun. Ekonomik iyileşmeyi görmezden gelip, sürekli "insanlar aç" diye bağırmak, muhalifleri "dünyadan habersiz" gibi göstermez mi?

Bir kısmı halkın tasarruf alışkanlığı, bir kısmı kentin rant halkaları, bir kısmı da Katar'dan gelen nakitle gerekçelendirilse de usta ekonomistlerin bile açıklamakta zorluk çektiği bir ekonomiyi 20. yüzyıldan kalma bir muhalefet tarzıyla eleştiremeyiz. Her cümlesi tutarlı mükemmel muhalif söylemlerimiz seçkin bir akademik dinleyici tarafından dikkate alınabilir ama kenardan toplantıyı dinleyen temizlik görevlisi, "Hadi oradan entel, nereden nereye geldik?" diye söylenebilir.

DEĞİRMENİN SUYUNU DÜŞÜNMEMEK

Otuz yıldır İstanbul'un en yoksul semtlerinde araştırmalar yapan sosyolog arkadaşım Özgür Başpınar, defalarca karşılaştığı bir durumu genelleme yapmadan veya sosyolojik bir sonuç çıkarmadan aktarmıştı: Bir gecekondu ailesinde o güne kadar arada sırada dayak atılmaktan başka işlevi olmayan evin kızı büyür ve akşamları eve geç gelmeye başlar. Bir süre sonra kız eve bolca para getirir olur, AVM'de bulaşıkçı olan bir akranının bir ayda kazandığı parayı bir günde getirir.

İlginç olan şudur ki kimse bu paranın kaynağını sorgulamaz. "Patronum beni seviyor" türünden klişe bir açıklama tüm aile tarafından benimsenir. Cem Karaca'nın pek çok şarkısı gibi Safinaz da günümüz dünyasını açıklamaya yetmiyordur.

Ekonomiyle ilgili bütünüyle haklı tezler üretsek bile sesimiz kendi yankı duvarımızdan bir milim öteye bile gidemiyor. Yüz yıl önceki fabrikayı mı sattık, yüz yıl ileriye doğru mu borçlandık, bu değirmenin suyu nereden geliyor? Toplumun büyük kesimi için bu sorgulamalar anlamsız.

FENA MI OLDU?

Tüm bu açmazlar yetmezmiş gibi, AKP hâlâ "makul"u yakalayacak hamleler yapabiliyor. 2018'in son günlerinde AKP hükümeti tarihte pek örneği olmayan bir iş çıkardı: Ekonomi Bakanı ve yardımcıları büyük perakendecileri telefonla arayıp zam yapmamaları için açık tehditte bulundular. Bu aynen söylediğim gibi oldu. Bakan telefon etti ve "Zam yapmayacaksın" dedi. Karşıdaki "Aman efendim girdi fiyatları..." diye yakınmaya başladığı anda da "Sen bilirsin" diyerek telefonu kapattı.

Büyük illerimizden birinde şöhretli bir perakendeci: "Nazi'ler bile bunu yapmazdı" diye yakınıyordu. "Fena mı oldu?" sözü ağzımdan dökülüverdi. Bu perakendeciler birbirlerine gaz verip enflasyonu on puan daha yükseltecek bir zam furyasına girişebilirlerdi. İdealist gençlerin ve solcu yazarların hayatlarını zindanlarda peynir ekmek gibi harcayabilen hükümet, kedi olalı ilk kez bir fare mi tutmuştu yoksa? Sürekli ağlanıp, sürekli yağlanan bu zenginlere iki tokat atmanın nesi kötüydü? Kenarda 20 milyar dolar nakdi bulunan bir milyarderin, tape kayıtlarında Erdoğan karşısında ağlamasını dinlerken ne hissettiniz? Erdoğan karşısında salya sümük ağlayan o milyarderden çok daha fakir iki kişi: Aydın Doğan ve Dinç Bilgin, başbakanları odalarına getirtip ayar vermeleriyle ünlüydüler, halk adına değil, enerji hatları ihaleleri adına.

Kısa bir süre önce Küresel Sağlık Profesörü Hans Rosling'in "Factfulness" adlı kitabı yayınlandı. İsveçli bilgin yüzlerce sa-

yısal örnekle karamsar insanlara şu korkunç gerçeği açıklıyor: Dünya o kadar da korkunç bir yer değil... Bütün dünyada çocuk ölümleri düşüyor, insan ömrü uzuyor, daha sağlıklı suya, kanalizasyon ağına, daha çeşitli beslenmeye, daha güzel giyinmeye erişim konusunda iyi haberler ağır ağır değil, hızlı hızlı geliyor. Çok yoksullar hâlâ varsa da bunlar otuz yıl öncesine kıyasla hem sayısal hem oransal olarak azınlıktalar. Yani Ahmet Hakan haklı olabilir.

Türkiye Erdoğan'ın ilk seçim başarısından beri geçen çeyrek yüzyılda bir hayli gelişti. Muhalifleri teselli edecek tek şey, aynı dönemde tüm dünyanın da geliştiği. Rusya'da yirmi beş yıl önce açlıktan sokak hayvanlarını yiyen, şehir ortasında soğuktan donan insanların haberlerini okuyorduk, şimdi Rusya'dan gelen doğalgazla kara kışta şortla dolaşıyoruz. Dünyanın yarısından fazlası Asya'da yaşıyor. Çocuk ölümlerinin azalışı ve insan ömrünün uzayışı kesintisiz devam ederek, Asya geneli Avrupa standartlarına yaklaştı.

OLUMLU ANLATI

Rosling yukarıdaki gibi "olumlu" anlatıların pek hoş karşılanmadığını defalarca deneyimlemiş. Bunun nedenini önce cehalete, sonra medya tahakkümüne bağlamış ve nihayet bunlardan daha derin bir sebebin, içgüdüsel itirazların etkisini fark etmiş. Uçurum içgüdüsü örneğin, olumlu istatistik verileri görür görmez: "Şu anda açlıktan ölen veya soğuktan donan yok mu diyorsun?" demek. Elbette kimse bunu iddia etmiyor. İddia soğuktan ölenlerin veya açlık çekenlerin geçmişe nazaran çok az olması ve bu oranların her yıl azalmaya devam etmesi. Yazar olumsuzluk içgüdüsü, genelleme içgüdüsü, telaş içgüdüsü gibi toplam on içgüdüden bahsediyor. Bu içgüdüler nedeniyle toplumun büyük kesimi "olumlu gidiş"ten bahsedenlere içgüdüsel bir itiraz refleksi geliştirmiş.

"Factfulness" kitabı, Türkiye'de hem iktidar hem de muhalefet tarafından yakılabilir. Muhalefet eğer içinde Türkiye varsa, dünyanın daha iyiye gittiğini duymaktan hoşlanmayabilir, AKP de sadece Türkiye değil, tüm dünyada işlerin iyi gittiğini duyunca "Eyy Rosling, kaç paralık adamsın" diyebilir.

Yoksulluğu kafamızdaki aç çocuklar, yanmayan sobalar, köhne gecekondu evleri klişesiyle düşünürsek, bu yoksullar eskisine nazaran daha az var. Öte yandan borçlanma ve bu borcu bunaltıcı biçimde bütün ömrüne yayma, borçsuz bir gün bile geçirememe veya 1970'lerde yaşayan bir kişinin asla anlayamayacağı biçimde avuç içi kadar bir cam parçasına dört aylık asgari ücret kadar para verme gibi tuhaflıklar, günümüz yoksulluğu veya yoksunluğunun gerçekleri. Yoksulluk tanımımız bizi yanıltıyor; "eski kafa" yoksulluk görüntülerinin azalıyor olması, Türkiye veya dünyanın ekonomik bir felaketin eşiğinde olmadığı anlamına gelmiyor. Sürdürülemez bir ekonomik anlayışın, sonsuz uzay boşluğundaki biricik gezegenimizi yok etmesini maç izler gibi izliyoruz.

Konut ve hisse spekülasyonuna bağlı ekonomi, hiçbir zaman olmadığı kadar yüksek bir dengesizlik yaratıyor. On yıldır taksitini ödediğiniz apartman dairesi yarın bütün değerini kaybedebilir ve kentler sizi bir anda kusabilir. Tek tesellimiz herkesin bizim kadar borçlu olmasıysa da böyle bir gerçeklik yok. Gerçek olan bu borcu birilerinden aldığımız ve bunu bize mutlaka ödetecekleri. Büyük ekonomik bunalımlar, insanlık onurunun ayaklar altına alındığı korkunç yılların habercisi de olabilir.

Bunca zamandır AKP yerine CHP iktidar olsaydı da milyonlarca buluşun hayatımızın her alanına getirdiği ucuzlaşma, erişebilirlik ve kolaylıklar değişmeyecekti.

Eskisinden daha iyiyiz ama daha borçluyuz, bu da demektir ki daha bağımlı ve daha pasifiz. Bireysel olarak ve ulusal olarak. Tüketerek üretilen tek şey çöptür.

Ahmet Hakan gibi yorumcular bindikleri atın doğru yöne gitmesiyle mutlu olabilirler ama Sakallı Celal'in dediği gibi ya atın üzerinde olduğu gemi ters yöne gidiyorsa? Türkiye gibi tevekkül toplumlarında böyle evhamların pek anlamı yok, bugünü bir şekilde garantilediysek hemen kuru kahveciye koşup kahvemizi alabiliriz, batarsak da beraber batacağız, konu komşuya rezil olmayacağız. Kahvenin üstüne, yak bir cigara, kül olsun dertler ucunda.

2 – FETİŞ YETİŞ

AKP büyük köprüler, büyük hastaneler, büyük havaalanları yapıyor. Büyüklük kitleleri büyüler. Daha pahalı araba, daha haşmetli uçak, daha uzun bina, kökeni bastırılmış cinselliğe kadar gidecek en ilkel duyguları hareketlendirir.

Ellias Canetti, "Kitle ve İktidar"da "büyüklük" konusuna değinir: "Karmaşa içinde insan büyüklük kavramının temsil ettiği şey olmaksızın yaşayamaz... İnsanın büyüklük kompleksleri sürekli değişir ama insan kendisinin de bunlarla birlikte değiştiği izlenimini edinmez. Megalomaninin merkezinde süreklilik gösteren ve tekrar tekrar başlayan büyüme olduğunu söyleyebiliriz. Büyüklük hem bireysel büyümeyi hem de kitleleri niteleyen güç artışını sembolize eder." (Kitle ve İktidar. 398 – 404)

AKP elitinin gizli kutsal kitaplarından biri Gustave Le Bon'un "Kitleler Psikolojisi"dir. Bu kitap yazıldığında Joseph Goebbels doğmamıştı. Uzun süre tuttuğunuzda ellerinizi yıkama isteği uyandıran kitapta yaşadığımız çağın nasıl inşa edildiğine tanık olursunuz. Le Bon, 1895 yılında 106 yıl sonra tertiplenecek 11 Eylül saldırısını yazmış: "Birkaç yıl önce Paris'te gerçekleşen grip salgınında 5000 kişi ölmüş ama bu halkın imgelemini pek az etkilemişti. Bunun nedeni olayın gözle görülür bir görüntüde değil, haftalık istatistiklerde somutlaşmış olmasıydı. Buna karşın örneğin Eyfel Kulesi'nin yıkılması gibi gözden kaçmayacak bir kazanın çok daha az sayıda, örneğin 500 insanın kamusal meydanda ve aynı gün ölmesine sebep olması kitlenin imgelemi üzerinde sınırsız bir etkiye yol açardı."

Sadece binalar değil, komplolar bile gösterişli olmalıdır. Sayılara indirgediğimizde "grip ölümleri" önemsizleşir ama görkemli tertiplerden efsaneler yaratılır. Haşmetten kudret doğar.

AKP "büyük oyunu" görenlerin partisidir. Onlara göre dünya beşten büyük. 15 Temmuz büyük komplosundan halkın büyük kahramanlığıyla kurtulduk. Reis'imiz büyüktür ve en nihayet Allah en büyüktür.

Olayların ve nesnelerin büyüklüğü karşısında "küçük insan"a düşen titremek ve diz çökmekten başka ne olabilir ki?

Bir dini bayramın ilk günü bolca AKP yöneticisi çıkartmakla ünlü bir Karadeniz kentine yolum düşmüştü. Yoksul köy evlerinin her birinin önünde "gurbet"ten gelen muvaffakiyetli oğulların Audi A8 ve Land Rover'ları park etmişti. Köhne küçük evler AKP yöneticilerindeki hıncın kökenini, son model devasa otomobiller ise seyrek bıyıklarının altından eksik olmayan gülümsemenin nedenini gösteriyordu.

NEDEN ÖNCE DUBLE YOL YAPILDI?

AKP için üretilmiş ve artık neredeyse deyim haline gelmiş bir halk sözü var: "Çalıyorlar ama çalışıyorlar da"

18 yıldır tek başına iktidar olan bir partinin, bugünü vergilendirip, geçmişi satıp, geleceğe borçlanarak elde edilen parayı sadece yiyeceğini ve hiçbir icraat yapmayacağını iddia etmek saçma olur. Ama genel muhalefet tarzı öylesine tek boyutlu ve bunaltıcıdır ki muhalifler "Yapılan her işe muhalefet eden, başka da bir işe yaramayan" kişi pozisyonuna düşerler.

AKP'yi "yolsuzluk" (dürüstlük) söylemiyle yenmek mümkün değil ama "yol" söylemi doğru cümlelerle AKP'ye çok zarar verebilir.

Oransal olarak bakılırsa Türkiye tarihinde iki gerçek yol fatihi var: Atatürk ve Özal. Ülkenin ulaşım ağı sadece bu iki liderin iktidarları döneminde ortalamanın üzerinde büyüdü. Nüfus ve araç sayısındaki artışa oranladığımızda AKP dönemindeki yol artışı cumhuriyet tarihindeki ortalama seviyesinde kalıyor. Bu ortalama ikinci dünya savaşı yılları, yetmişlerin global petrol krizi gibi dönemlerde bile çok geriye düşmemiş. Karayollarında çalışan aslan işçilerimiz ve mühendislerimiz cumhuriyet kurulduğu günden beri karınca gibi hiç yorulmadan çalışmaya devam etmişler.

YOL FATİHİ ÖZAL

Özal, 1983'te göreve geldi, yaklaşık altı yıl başbakan oldu ve 1993'te öldü. AKP'ye nazaran çok kısa sayılacak bir iktidar

döneminde inanılmaz bir yol yapım başarısı gösterdi. AKP detaya girmeden, zararsız bir ikon olarak Özal'ı sahiplenir ama "icraat başarısı"nı asla kıyaslamaz. "Bizden önce her şey kötüydü, her şeyi biz yaptık" efsanesini çürütmek için tek başına Özal bile yeter çünkü.

AKP döneminde yol yapımında oransal bir sıçrama yoksa nasıl oluyor da bu "yol yaptılar" paradigması yayılıyor?

Bunun birkaç nedeni var. Birinci neden, neredeyse yirmi yıldan bahsediyoruz. Erdoğan, Atatürk'ten bile daha uzun zamandır iktidarda. Süre bu kadar uzun olunca haliyle yapılan işler de arttı. Araç sayısı tüm dünyada olduğu gibi Türkiye'de de yükseldi ve araç başına alınan vergiler, akaryakıt vergileri de geometrik oranda arttı. Dönemine, dönemdeki araç sayısına ve ülke nüfusuna karşılaştırma yapılınca normal sayılacak yatırımlar, iktidar süresi uzadıkça sıradan bir vatandaşın gözünde "büyük" yatırım gibi görünür oldu.

Meselenin bu kısmının düz reklamla ilgisi yok ama genellikle gözlerden kaçan bir durum var ki buna bir algı yönetimi ve siyasi propaganda klasiği diyebiliriz:

AKP, yol yatırımlarını ihtiyaçlara göre değil siyasi önceliklere göre yaptı.

Eğer ihtiyaçlara göre yapsaydı, 2002'de öncelik İstanbul, Kocaeli, Bursa, Manisa ve İzmir'i otobanla birbirine bağlamaya verilmeliydi. Bu hatta yaklaşık otuz milyon kişi yaşıyor ve ekonominin yarısından fazlası yine bu hatta. Özal'ın ikinci köprü sürecinde söylemleri var: "2000 yılına dek üçüncü köprü, körfez köprüsü ve İzmir otobanını bitirmek zorundayız" diye. Özal'ın kırk yıl önce hedeflediği bu otoban 2019 yılında nihayet bitti. Hem de 2035'e dek devlet garantili borçlanarak.

İSTANBUL İZMİR OTOBANI NEDEN BU KADAR GECİKTİ?

İstanbul İzmir otobanı neden bu kadar gecikti? Neden yatırımda öncelik verilmedi? Neden Türkiye'nin en kalabalık sanayi kentleri birbirlerine otobanla bağlı değilken, çoğu yerde ihtiyaç önceliği olmadığı halde işe Karadeniz ve Doğu Anadolu'da duble yol yapmakla başlandı?

Ben bu konuya on beş yıldır dikkat çekiyorum ama sesimi pek az kişiye ulaştırdım. AKP'nin ilk dönemindeki duble yol yatırımlarının çoğu, günde bin araç bile geçmeyen yerlere yapılmış.

Karadeniz sahil yolu, Bitlis, Tatvan, Erzurum, Pasinler, Elazığ, Malatya, Bingöl, Diyarbakır Mardin, Siirt, Van, Erzincan, Sivas...

Konu yine "hemşerilik"e ve birinci, ikinci nesil göçmenlerin muazzam oy potansiyeline dayanıyor. Bu kentlerin ortak özelliği hepsinin Batı'daki büyük kentlere göç veriyor olması. Öyle ki bazı illerde mevcut nüfusun on katı insan İstanbul, Bursa, İzmir, Antalya gibi kentlerde yaşıyor.

İstanbul'da yaşayan bir Karslı olduğunuzu düşünün. İstanbul'a göç edeli yirmi yıl olmuş ama hâlâ dikiş tutturamamışsınız. Çocuklar büyüyor, ihtiyaçlar artıyor, geliriniz kısıtlı. Bir işiniz varsa bile akşam kendinizi eve atıyorsunuz. Bol ekmekli bir akşam yemeğiyle karnınızı doyurup, çekirdeği kucağınıza alıp televizyon seyretmeye başlıyor, soranlara "ömür tüketiyoruz" diyorsunuz. Hayatınız evden işe, işten eve geçiyor. Parasızlıktan çocukları parka bile çıkarmaya korkuyorsunuz: Ya çocuk dondurma isterse?

İşte bu evinden çıkmayan Karslı kardeşimizin iki yılda bir yaptığı büyük bir olay var: Memlekete gitmek.

Ailecek Kars'ın yolunu tutuyorlar, bir de ne görsünler? Asfalt kaymak gibi her yer duble yol olmuş. Gerçi araç akımı az olduğu için beton asfalt değil, çok daha ucuz olan satih kaplamayla yapılmış, nüfus baskısı ve arazi rantı düşük olduğu için yolları kamulaştırmak da ucuza patlamış ama kime ne ki bu bilgilerden?

Şimdi Kars'dan İstanbul'a dönen işçinin herkese anlatacağı bir hikâyesi var. Gurur duyduğu, hep özlemle anımsadığı "memleketi"nin yolları "Avrupa yolları" gibi olmuş.

AKP, Cumhuriyet tarihi boyunca kimsenin aklına gelmeyen bir iş yaptı: Yol yatırımında göç veren küçük illere öncelik verdi. Bu hareket örnekteki kent olan Kars'ta oturanları etkiledi elbette ama esas olarak Kars nüfusunun beş katı büyüklükteki İstanbul, Bursa, Kocaeli'nde yaşayan Karslı

seçmeni etkiledi. Kars'tan İstanbul'a göçen "İstanbullu" seçmenin zihnine "AKP iş yapıyor" paradigması, Kars'a yapılan yollar sayesinde kazıldı.

TÜRKİYE'NİN "GERÇEKLERİ"

AKP'yi "büyülü" yapan en önemli hamlelerden birinin bu olduğunu düşünüyorum. Eğer ilk yıllarında planlanan gibi İstanbul İzmir otobanını yapsaydı, bu çok pahalı yatırım organik AKP seçmeni olmayan kentleşmiş İstanbul, Kocaeli, Bursa, Balıkesir, Manisa ve İzmir nüfusu tarafından kullanılacaktı. Bu yatırım çok daha acil olmasına karşın, hemşeri partisi AKP için efsane yaratma potansiyeli duble yollar kadar yüksek değildi.

Otoyollar, asfalt biçiminden tutun da eğim ve viraj sınırlamasına kadar pek çok kalite standardına uyarak yapılır. AKP'nin ilk yıllarında "duble yol hamlesi" en revaçta konuydu. İstanbul-İzmir Otobanı'nın ötelenip duble yollara ağırlık verilmesi mecliste de tartışıldı. CHP bu konuyu ne zaman dile getirse azarlanıyordu. 2005 bütçe görüşmeleri yapılırken AKP'nin Bayındırlık Bakanı Zeki Ergezen, "Neden otoyol yapımlarına ağırlık vermiyoruz?" diyen CHP'lilere bağırmış ve "Türkiye gerçeklerinden haberiniz yok, 1 km otoyol 40 km duble yol maliyetidir. Bu ülkenin otoyola değil, duble yola ihtiyacı var" demişti.

DUBLE YOL DEĞİL "DUBLELEŞTİRİLEN YOL"

Gözden genellikle kaçan bir durum da AKP'nin aslında duble yol yapmadığı, geçmişte yapılmış hatta ileride ekleme olur diye çevre stabilizasyonu da tamamlanmış "tekli" yolları, "dublelelestirdiği" Yani sıfırdan yapılan bir duble yolu değil, otuz kırk yıl önce yapılmış tekli yolların yanına birkaç metre asfalt dökülerek yapılan "dubleleşmiş" yolları konuşuyoruz. 1 km otoyol 40 km duble yol maliyetindeyse, 80 km "dubleleştirme" maliyetinde de diyebilir miyiz?

AKP "Bu yıl şu kadar duble yol yaptık" derken, o yolların genelini sıfırdan yapmadığını, var olan tekli yolların kena-

rına yeni bir şerit eklediğini de söylemedi elbette. Çünkü önemli olan skordu. Bu yollar halka hizmetten önce, rakibe hezimet için yapılıyordu. Ve kalitesiz malzemeyle o kadar hızlı bitiriliyorlardı ki araç trafiği çok az olan ücra yerlerde yapılmalarına rağmen birkaç ay içinde bozuluyorlardı. 2010 yılında bu konuda gelen sorulardan çok bunalmış olmalı ki Binali Yıldırım, "Evet çok hızlı yapmamız, teknik sorunlar yaratıyor" diye itirafta bulundu.

GÖÇ VEREN İLLERE GÜÇ VERMEK

Sonuçta 30 milyon kişinin yaşadığı, dünyanın en kalabalık sanayi bölgelerinden birinde yoldan kavun alarak 2020 yılına dek geldik. Şimdi İstanbul İzmir otobanını ancak toplumun en zenginleri kullanıyor. Fakirler de fotoğrafını paylaşarak gurur duyuyor olabilir.

Şirketler için önemli olan ayakta kalmak ve kısa vadede maksimum karlılığa ulaşmaktır. Bir kimya şirketi devlet tarafından zorlanmazsa pahalı arıtma işlerine girmez çünkü o bölgenin yirmi yıl sonra yaşanamaz hale gelecek olması, yıllık bilançoya kilitlenmiş şirketin umurunda bile değildir.

AKP ülkeyi şirket gibi yönettiğini gururla söylüyor. Bunda haklı. Türkiye'yi bir şirket yönetseydi de 2002 yılında "Önce göç veren kentlere yatırım yapıyoruz çünkü hedef kitlemiz olan metropollerdeki göçmenler için maliyeti düşük fetişler üretmeliyiz" derdi.

KÖPRÜLER ÜZERİNDEN İYİ PARTİ VE SAADET

Facebook'ta Trabzonlu bir vatandaş üçüncü köprünün fotoğrafını çekmiş ve "Fransa'da olsa kıskanırdık, neden Reis'e karşı bu kadar nankörüz?" demiş.

Bu vatandaş gibi o kadar çok kişi var ki. Üçüncü köprünün etkileyici tasarımı bazı vatandaşlarda "kendi köprüsü" gibi bir mal mülk heyecanı doğuruyor.

Üçüncü köprüyü Fransa'da olsa kıskanırdık. Mevzu Fransızları kıskanmaksa burada da kıskanabiliriz çünkü bu güzel köprünün tasarımı Fransız mimarlara ait. Köprüyü yapanlar da İtalyanlar.

Birinci köprü 1972 yılında, Türkiye'de 600 bin araç (traktörler filan dahil) varken borçsuz yapıldı. Köprünün üstüne Edirne'den Ankara'ya uzanan E5 otobanını da ekleyin. Bugün sanki tarihin ilk döneminden beri varmış gibi görünen o uzun yol ve yüzlerce kavşak elli yıllık bir maziye sahip.

İkinci köprü Özal zamanında, Türkiye'de 3 milyon araç varken yine borçsuz bitirildi. Üstüne Edirne'den Ankara'ya uzanan dünya standartlarındaki ilk otobanımız olan TEM'i ekleyin.

Trabzonlu vatandaşın hayran kaldığı üçüncü köprünün ise daha bir ömür ödenecek borcu var. Köprü Türkiye'ye ait değil. Çoğunluk hissesi İtalyan'larda, istediklerine satarlar (ki Çinlilere söylenen toplam maliyetin çok altında bir fiyatla satıldı). Biz de vatandaşlar olarak geçiş ücretimizi tıpış tıpış öderiz. Bu köprü ülkede 23 milyon araç varken yapıldı, yani 1972'nin kırk katı araç varken. Bu hesapla üçüncü değil, kırkıncı köprü yapılmalıydı.

Köprüye hayran olan Trabzonlu vatandaş, o köprüyü ömrü boyunca görmese ve kullanmasa bile vergilerinden bir kısmıyla ödemesini yapacak. Davulu zurnayı kapıp oynamaya başlamak, en doğal hakkı.

MUHALİF SAĞDA "CHP GİBİ MUHALEFET" SAPLANTISI

CHP bu köprü konusunu doğal olarak yağmalanan Kuzey Ormanları ve inşaat maliyeti üzerinden yaptı. Bir sol parti bunu yapar. CHP'nin yanlışı yok.

Türkiye'nin gerçek bir sağ muhalefete bunun için ihtiyacı var. Yukarıda yazdığım türden bir eleştiri İyi Parti'ye yakışır örneğin. İlk köprüyü Demirel, ikinci köprüyü Özal yaptı. Bu mirasa CHP sahip çıkamaz ama İyi Parti çıkar. CHP konuyu ekoloji ve yolsuzluk bağlamından değerlendirir ama İyi Parti sevinçle davul zurna çalan AKP'lilere "Hadi oradan beceriksizler, biz geçmişte bunun hasını yapmıştık" diye muhalefet edebilir.

O zaman CHP'liler İyi Parti'ye de kızar. "Bunların derdi Erdoğan'la yarışmak" filan denir. Sağlıklı olan da bu zaten.

CHP seçmeni, İyi Parti seçmeniyle bire bir aynı düşünmek zorunda değil. Asgari müştereklerde anlaşıp koalisyon yapabilirler ama aralarındaki ilişki aşk değil, mantık ilişkisi olmak zorunda.

AKP yol dediğinde Özal'ın mirasını anmak, havaalanı veya enerji dediğinde de Demirel'in mirasını anmak ve AKP seçmenine "Bu ülkede eskiden de harika işler yapıldı" diye seslenmek öncelikle İyi Parti'nin görevi.

İyi Parti eğitimli CHP seçmeninin yüzdüğü sularda avlanmaya devam ettikçe, hem çok daha verimli arazileri kaçırıyor hem de pastayı büyütmeyip CHP'nin seçmeninden çalıyor.

Aynı şey Saadet Partisi için de geçerli. AKP'nin faiz ve rant ekonomisine karşı "Erbakancı"ların söyleyecek çok sözü var. Refah Partisi'nin kent yoksullarının hafızasında hâlâ kuvvetli bir yeri bulunuyor. Refah'ın geniş kitlelere sağladığı ekonomik avantajları kim anımsatacak? CHP mi? Saadet Partisi, CHP'nin okumuş seçmenine "Vay bu adamlar ne komik reklamlar yapıyor" dedirtmek için mi çabalamalı yoksa üçüncü nesil kentli seçmenlere AKP'li babalarının eski halini anlatmak için mi?

Maksat komik olmak, Twitter'da fırtınalar yaratacak şakacı videolar üretmek değil. Komediyi üretin ama hobi olarak üretin, seçmeninizin çoğu Twitter nedir bilmiyor bile.

YAŞASIN FETİŞİZM

Büyüklük fetişizmi iki nedenle durdurulamaz. Birincisi teknik nedendir:

Her büyük inşaat projesi çok sayıda inşaat aracına ihtiyaç duyar. Yüzlerce dev hafriyat kamyonu peş peşe dizilir, hafriyat işinde olağanüstü paralar döner. Dozerler, inşaat direkleri ve vinçler bir kullanımlık alınmazlar.

İnşaat eroin gibidir. İnşaat hastası bir toplum, inşaat dozunu üzerinde yaşadığı ülke ölene ve tüm kaynaklar tükenene kadar yükseltir.

Dubai'de bir Arap'a sormuştum: "Peki bu binalarda kim oturuyor?" Gülerek "Yeni inşaatları yapan mühendisler" demişti. Dubai nüfusunun büyük bölümü yeni inşaat, altyapı,

dekorasyon ve peyzaj projelerinde çalışan Avrupalı ve Uzak Asyalı teknik ekipten oluşuyor. Bunca kamyon, bunca vinç, bunca dozer boşta duramaz. Yap boz sonsuza dek devam etmeli.

Büyüklük fetişizminin durdurulamamasının ikinci nedenini de Freud'a sorabiliriz. Açlık hissini doyurmayı beceren yok dünya tarihinde. Açlık ve tokluk bir mide sinyaliyle sınırlı değil; aç tokken de aç, tok açken de tok.

Travmatik açlığın doyumsuzluğu "büyüklük" ölçütünün her gün daha da büyümesiyle sonuçlanıyor. En büyük havaalanını yaptık. Doyduk mu? Hayır şimdi de en büyük geçidi yapmalıyız. Doyacaklar mı? Elbette doymayacaklar. Bir sonraki proje ne olacak?

3 – AKP'NİN ADALETİ

Kılıçdaroğlu "Adalet" yazılı pankartıyla yürüdü ve kendi seçmeninin beğenisini kazandı. CHP fanusundan bakınca "adalet" ve "AKP" sözcükleri gece ve gündüz gibi uzakta. CHP'nin bu düşüncesini doğrulamak için hapishanelere, medyanın haline, üzerimizdeki korku basıncına bakmak yeter zaten.

Peki bu "gerçek" herkes tarafından böyle mi hissediliyor? Bir şeyin kabul edilmiş bir gerçek olması için var olması her zaman şart mı? Sıradan bir ateist "Tanrı yok" demekle yetinirken, iletişimci bir ateist: "Tanrı yok ama gerçek" demeyi tercih eder.

Ben bir kente gittiğimde pahalı restoranlarda veya başkan makamlarında filan vakit harcamam. Esnaf çocuğu olduğum için esnafın arasına rahatça karışırım, kenar mahallerde kadınlarla laflarım, köşe başındaki gençlere sorular sorarım. Halkımız da beni buyur eder ve rahat rahat anlatırlar. Bu da bana paha biçilmez bir "kalitatif" gözlem şansı verir:

AKP seçmeninin (yani ülkenin yarısının) büyük çoğunluğuna göre AKP, Türkiye'ye adalet getiren parti.

CHP seçmeni bu düşüncenin varlığına inanamayabilir ama böyle bir gerçek var.

"Eskiden hastanedeki odacıdan azar işitirdik, şimdi Cimer korkusuna komiser bile bana yağ çekiyor." Bu cümleyi ülkenin her yerinde duydum hatta Kürtlerin yoğun olduğu illerde bile.

Eğer dininde imanında, tercihen sünni ve tercihen Kürt olmayan bir vatandaşsan, bu ülkede yirmi yıl öncesine nazaran kendini çok daha hür hissedebilirsin.

"Adalet" tüm diğer durumlar gibi beş duyumuzla hissedip, beynimizde muhakeme ettiğimiz bir durum. Ülkenin çok büyük bölümü kendini geçmişe nazaran daha adil bir durumda hissediyorsa, ne yapacağız?

Bu durumu övmüyorum. Böyle bir durum var ve bu durum AKP'nin elindeki büyük bir güç. Söylemek istediğim bu.

Türkiye'nin çok yerinde 35-55 yaş arasındaki insanlarda AKP sevgisi yoğun. 55 yaş üstü daha geçmiş tarihleri anımsıyor, 35 yaş altınınsa anımsayıp karşılaştırma yapacağı bir dönem yok. 35-55 yaş arasındaki AKP sevgisi, merak edilmeyi hak etmiyor mu?

AKP dönemi dünyanın CRM (Müşteri İlişkileri Yönetimi), ERP (Kurumsal Kaynak Planlaması), ISMS (Bilgi Güvenliği Yönetimi Sistemi) gibi kavramlarla tanıştığı yıllara denk geldi. AKP iktidara geldiğinde sadece SMS atabilen ilkel telefonlar kullanabiliyorduk, şimdi nereye yürüdüğümüzü hatta nereye baktığımızı tespit eden minik casusları üstüne para vererek ceplerimizde taşıyoruz. Eskiden "iktidar düşüncelerimizi okuyacak" diye distopik gerilimler yaşayanlar, düşüncelerini Twitter'a kendileri yazıp, üç "beğeni" alınca seviniyor ve aynı tweet nedeniyle üç yıl hapse girince de üzülüyorlar. Devletin düşünce okumasına gerek yok, biz düşüncelerimizi Twitter'a yazıyoruz zaten.

Bilişim devrimi AKP'li yıllarda yaşandı ve bu yenilikler gündelik detaylarla ilgili pek çok konuda sıradan vatandaşı güçlendirdi.

Wilhelm Reich Faşizmin Kitle Ruhu Anlayışı'nda şöyle der: "İşçiler ve işsizlerin kentli olma sürecinde solcularca pek önemsenmeyen küçük detayların çok büyük önemi

vardır. Örneğin işçi bir kadının giydiği kırmızı güzel elbise ve o elbiseyle birlikte gittiği bir etkinlikte dinlediği şey, fabrikadaki devrimci bir söylemden daha etkili olabilir. Günlük yaşamın küçük ayrıntıları ilerlemeyi veya gerilemeyi beraberinde getirir. Büyük yığınla aynı düzeyde çakılıp kalmış bireylerin yaşamı, gözle görülen şeylerin altında, bin türlü küçük, önemsiz şey de akıp gider. Açlıkla savaş her şeyden önce gelir elbet, ancak hem oyuncu, hem seyirci olduğumuz insanlık komedyasının küçük olaylarını da aynı sertlik ve bütünlükle sahneye çıkarmak gereklidir." (Faşizmin Kitle Ruhu Anlayışı – 106-107)

Ülkenin %13'ünden oy almış bir siyasetçinin veya sivil toplumcu bir iş insanının yıllarca hapiste tutulması vicdan sahibi olanları isyan ettirebilir. Aynı vicdana sahip olduğu halde politik haberlerden hemen sıkılan ve kendini hazır sunulmuş kanaatler dünyasında var eden bir birey içinse bunlar konu bile değildir. Müziğin sesini açan despot komşusunu Cimer'e şikâyet edeceğini bilmek bu kişi için yeterli adalet ölçüsü olabilir.

4 – DÜNYA HALİ

AKP'nin geniş kitleler tarafından sevilmesinde dünyanın halinin de etkisi var kuşkusuz. Yukarıda iki maddenin içinde değindiğim teknolojik devrimler AKP'ye büyük avantaj sağladı.

Eskiden tünel geçitleri veya metro hatları bu kadar hızlı yapılamıyordu çünkü bunlar büyük oranda insan emeği gerektiren maliyeti yüksek işlerdi. ABD otuz yıl aradan sonra petrol ithalatını kesti hatta tekrar petrol ihraç eden ülke durumuna girdi. Bunun AKP'nin tüneliyle ne ilgisi var derseniz, yeni buluşlar delme teknolojilerinde devrim yarattı. Artık tüm dünyada dağlar daha hızlı ve daha ucuza deliniyor, tüm dünyada metro hatları daha hızla gelişiyor. Ve bu teknolojik devrim AKP'nin uzun iktidar yılları içinde yaygınlaştı. Gel de anlat bunu vatandaşa.

CRM ve benzeri teknolojilerin yaygınlaşmasıyla milyonlarca insanla bire bir kontak kurma olanakları arttı. Ayrıca

bu teknolojiler küçük işletmelerdeki vergi kaçaklarını da azalttı.

AKP iktidara geldiğinde dibe vurmuş Türk ekonomisi tekrar yükselme trendine girmişti. Bahçeli erken seçim istemese vatandaş bu değişimi AKP gelmeden hissedecekti. DSP zamanında depremin getirdiği yıkım yetmezmiş gibi "temiz eller operasyonu" da yapıldı. Kirli ellerin saydığı büyük paralar yurtdışına kaçtı. AKP geldiğinde hem deprem yaraları sarılmış hem de el hijyeni bir yana bırakılarak sermayenin tekrar ülkeye dönmesi sağlanmıştı. Yerinde sağlık hizmeti gibi sıradan vatandaşı ihya eden yüzlerce karar AKP gelmeden önce kalkınma programları gereği alınmış, bunların kaymağını yemek AKP'ye kalmıştı.

Ülkedeki muhalefet bu ani refah artışını hep görmezden geldi. "İşler neden iyi gidiyor?" sorusunu dikkate almak, işlerin iyi gittiğini kabul etmek anlamına geleceği için hiç tercih edilmedi. Sonuçta AKP'nin "Bunlar iki koyun güdemez" tezi de paradoksal olarak doğrulanmış oldu. Esnaf yapısal olarak her zaman ağlasa da 2000'lerin başındaki bunalımlı döneme dönmeyi hiç istemedi.

Ve işin en ilginç yanı bu dönem tüm dünyada petrol fiyatlarının düştüğü, Amerikan merkez bankasının piyasaya para sürdüğü, yeni ve kapkara bir dijital para piyasasının oluştuğu dönemdi. Dünyada tesadüfen AKP iktidarıyla aynı zamanda başlayan, bugüne kadar görülmemiş bir tüketim çağı başladı. 11 Eylül'den sonra hava ulaşımının kuralları baştan yazıldı; üretim az gelişmiş ülkelere kaydırılırken gelişmiş dünya kendini tamamen pazarlama, borçlanma ve daha fazla tüketme çılgınlığına bıraktı.

Bu dünyaya bir haller oldu ve bu haller olmaya tam da AKP iktidara geldiğinde başladı.

5 – INFOBEZİTE ve ÖLÇEKSİZLİK

Büyük market zincirleri için 1 litrelik Coca-Cola'nın önemini biliyor musunuz?

Bir marketin daha ucuz olduğunu nasıl anlarsınız? Kıymanın kilo fiyatından mı? Yağlı, yağsız, az yağlı, bol yağlı,

dana, koyun, ithal, yerli, güvenilir, güvenilmez her çeşit kıyma var. Pirincin kilo fiyatından mı? Pirinçler kiloluk değil 900 gramlık poşetlere konuluyor, bazen 800 gram, bazen 600 gram ve pirincin de her türlü çeşidi var. Bir marketin diğer bir marketten daha ucuz olduğunu test edeceğiniz en belirgin ölçek 1 litrelik Coca-Cola. Çünkü Coca-Cola her yerde var ve 1 litrelik Coca-Cola adı üstünde "1 litrelik Coca-Cola."

1 litrelik Coca-Cola ile ilgili verdiğim bu örnek bazılarınıza abartılı veya saçma gelebilir. Oysa Coca-Cola market zincirlerinin her ay birine promosyon uygulayarak yıllardır bu dengeyi tutturmaya çalışıyor. Türkiye Carrefour bu karara uymayıp sürekli indirim uygulamaya kalkınca global Carrefour ve global Coca-Cola arasında büyük bir savaş başladı. Bu süre içinde Türkiye Carrefour'a Türkiye Coca-Cola ürün vermedi. Bunun üzerine önce Yunanistan, sonra Rusya'dan Coca-Cola geldi; global Coca-Cola bunu da durdurdu. Ve Türkiye'deki bu savaş iki global markanın global CEO'lar düzeyinde masaya oturmasıyla son buldu.

On beş yıl mazisi olan bu savaşı bilseydi, AKP naylon poşetleri asla 25 kuruş yapmazdı. 25 kuruşluk poşet fiyatı AKP'ye CHP'nin tüm muhalefetinden daha fazla zarar vermiş olabilir. "25 kuruşluk poşet" konusundaki esas sorun ödenen paranın kesin çizgilerle belirlenmiş olmasıydı. Böyle bir uygulama yerine tüketim malzemelerine binde bir çevre koruma vergisi eklense veya naylon poşet komple kaldırılsa tepki asla böyle olmazdı.

GÖZ GÖRMEYİNCE

Dolaylı ve direkt vergilerle kazancımızın yarısını devlete ödüyoruz. Devlete ödediğimiz vergiler olmasa alışverişlerimizi altın sepetle de yapabilirdik. Ödüyoruz ama bilmiyoruz. Aslında bilinmeyecek bir şey de yok ama üst aklımız bu hesapları yapmayı reddediyor. Vergiyi vücut bütünlüğümüzün hoş olmayan bir parçası gibi düşünüyor, kulaklarından hoşnut olmayan bir insanın aynada kulağına bakmaması gibi vergiyle ilişkimizi görmezden gelmeye çalışıyoruz.

Kafamızın her zaman bu kadar dolu olması, iki binli yıllarla beraber hayatımıza giren "infobozite" kavramıyla da ilişkili. Çok fazla bilgi alıyoruz. Her yerde bilgi var. Sokak billboard'lar, yetmezmiş gibi dijital panolarla dolu; herhangi bir tabela veya bildirim okumadan yürümek imkânsız, tabi bu arada cep telefonumuzda kedi videosu izlemiyorsak. Beğenme, beğenilme, dışa vurma konularındaki hastalıklı tutku hayatın normali gibi pazarlanıyor. Sadece kişiler değil kurumsal şirketler bile "beğen" tuşuna basmamızı istiyor. Önümüze binlerce gereksiz bilgi akarken, ciddi bilgileri de spekülasyonlardan ayıklanmış biçimde alamıyoruz. Bilgi diye önümüze sunulan şeylere inanmıyoruz. İnandığımız bilgiler bir saat sonra yalanlanabiliyor.

REİS BİLİR

İşte bu kafa karışıklığı sırasında Tayyip Erdoğan'ın imgesi de tıpkı 1 litrelik Coca-Cola gibi bir referans noktası haline geliyor. Her şey çok karışık da olsa Reis doğrusunu bilir, bunca şeye bizim aklımız ermez ama Reis mutlaka düşünmüştür, şu an aklıma yatmıyor ama uzun vadede Reis haklı çıkar.

2000'li yılların ortasından itibaren yüzlerce ekonomist televizyona çıkıp "Ekonomik kriz geliyor, birkaç ay sonra maaşlar ödenemez hale gelecek" dedi. Ekonomik kriz kronik ve sürekli bir hal aldığı halde, politik ekonomistlerin yüksekte tuttuğu çıtaya ulaşılamadı. Katar ve İran'dan gelen birkaç milyar dolar cılız Türkiye ekonomisini dengelemeyi becerdi. Erdoğan'dan önce bir iki işadamının elinde olan spekülasyon gücü, kaynağı belirsiz Arap parasıyla AKP'nin eline geçti. Ekonomistlerin felaket senaryoları şehvetli anlatılarda olduğu gibi gerçekleşmeyince Erdoğan'ın "işi bilir" imajı daha da güçlendi. Gündelik dertler ve güvenilmez bilgiler içinde boğulmuş geniş kitleler, dümeni Erdoğan'a terk edip bu işlere hiç bulaşmamaya karar verdiler. Ta ki 25 kuruşluk poşete kadar...

AKP'nin sevilme nedenlerini sıraladığım bu bölümde, AKP'nin aleyhine olan 25 kuruşluk poşet fiyatını vurgulamaktaki amacım şu: AKP karşısındaki yanlış muhalefet

nedeniyle 2002-2017 arasında on beş muhteşem yıl geçirdi. Muhalefeti aylık maaşlarını hakkedecekleri bir iş gibi görenlerin öngörüsüzlüğü Erdoğan'ı "bilirkişi" haline getirdi. Bu paradigmayı yıkmanın yolu bu paradigmayı yaratan koşulları anlamaktan geçiyordu. Bir iktidarı besleyen kaynağı bulmazsan, o iktidarla mücadele etmek imkânsız olur. Mesele poşet değil, "belirlilik"

İleride bahsi geçecek "Radikal Sevgi" kavramını anlatırken en çok vurguladığım konulardan biri "kavramsal konuşmamak" ve "basitlikten uzaklaşmamak" gerektiğiydi.

Tüm dünya infobozite kavramından ötürü deliye dönmüş durumda. Dünyadaki şaşırtıcı seçim sonuçlarının arkasında bilgiyi alamayan değil, aksine bilgiye boğulan milyonlar var.

ÇOK BİLGİ, HİÇ BİLGİ

Türkiye'de AKP'nin lehine, muhalefetin aleyhine olarak bir olay daha yaşandı: 1 Ocak 2005'te paradan altı sıfır atıldı. Kemal Derviş zamanında alınan bu önlem kararını uygulamak ve rantını yemek de AKP'ye kaldı. Paradan altı sıfır atılması kitlelerin "miktar"a karşı ölçekleme yeteneğini darmadağın etti.

Seçim kampanyası sırasında Türkiye'nin her yerinde, yoksul mahallelerdeki konuşmalarda hâlâ "eski para"nın kullanıldığına tanık oldum. Paradan altı sıfır atıldığı dönemde doğan ve şimdi neredeyse oy kullanacak yaşa gelen gençler dahi hâlâ eskisi gibi altı sıfırlı rakamlarla konuşuyordu.

Euro, dolar, üstüne yeni ve eski para birimleri hangi ekonomik gruptan olursa olsun, IQ konusunda şanslı olmayan kişileri çok zorlardı. AKP ilk döneminden beri işine geldi mi eski parayı, işine geldi mi yeni parayı veya euro'yu, dolar'ı parametre alan beyanlarda bulundu. AKP'lilerin herhangi bir konuşmasında yatırımları eski parayla "katrilyon" diye açıklanırken, borçları yeni parayla söylemek bilinçli bir tercih olarak yıllarca sürdü. CHP'nin bu konuya uyanması için bile 2010'lara gelmek gerekti. Ama bu sırada milyonlarca beynin ikinci sistemine "Erdoğan başarılıdır" paradigması kazınmıştı bile.

Bilgi bombardımanı içinde referanssız ve ölçeksiz kalan sıradan vatandaş için Erdoğan, marketten alının 1 litrelik Coca-Cola gibi görünür: O sabit ve değişmezdir. Erdoğan bu olağanüstü gücü yıllarca taşıdı. Hatta "çaylar ve kekler bedava" diyerek epik bir seçim zaferi bile elde etti. Kahvede ödenecek çay parası milyonlarca yoksulun zihnindeki en önemli ölçek olabilir çünkü.

CORONAYA KARŞI BÜYÜK ZAFER

AKP'nin her şeyi olduğu gibi zaferi de büyük olmalı. Hesapları dilediğimiz gibi yaparsak coronaya karşı mücadeleden de büyük bir müjde çıkartabiliriz. Hastanelerimizin büyük olması zaferimizin de büyük olduğunu kanıtlamıyor mu?

Sorumluluk sahibi doktorlarımızın ve sağlık personelimizin insan üstü gayreti ile yapılan mücadeleye saygı duymamak elde değil. Öte yandan bu kitabın yazıldığı süre boyunca ölümleri, yüzde yüz inanmamız buyurulan ve kişisel detaylardan arındırılmış sayılara indirgeyerek "öğrendik" Ölenlerin yaşları kaçtı, virüs öncesi sağlık durumları nasıldı, doğal ölüm diye kaydedilen ölümlerin ne kadarı virüs şüphelisiydi?

AKP'nin corona ile ilgili hazırlattığı videolar, drone'larla çekilmiş hastane binaları görüntüleriyle başlayıp bitiyor. Müzik ve drone aynı hızla yükselirken, hastanelerin görkemi karşısında insanın ağlayası geliyor.

Bu duygusal atmosferi hiçe sayıp ölüm verileriyle ilgili şüpheleri dile getirenler ve densiz sorular soranlar derhal linç yiyorlar. Aynı anda İspanya ve İtalya gibi görece daha fazla ölümün olduğu ülkelerle kıyaslar keyifle yapılıyor. Oysa "hesap" ve "ölçek" konularıyla ilgili matematiksel bir zorunluluk var: İşine gelen örneği kullanamazsın. Yani üç cüce bulup, "Benim boyum ortalamanın çok üzerinde" diyemezsin. Hesaplar ve ölçekler örneklemin tamamını kapsamak ve tutarlı olmak zorunda.

Resmi sayıları aynen kabul edersek, Avrupa'nın doğusunda, Balkanlarda, birçok gelişmiş ülkede oransal olarak Türkiye'den daha az insan öldü. "Üç kuruşa muhtaç kaldı, battı, dökülüyor" dediğimiz Yunanistan'ın durumu Türkiye'den

çok daha iyi ve işin garibi Yunanistan'ın görkemli hastaneleri yok.

İspanya, İngiltere, İtalya gibi ülkelerde ölümün nispeten fazla görülmesinin bu ülkelerde 60 yaş üstü nüfusun oransal olarak Türkiye'den çok daha fazla olmasıyla da bir ilgisi olabilir mi? Ortalama yaş listesinin başında 50 yaşa yaklaşan yaş ortalamalarıyla Japonya, Almanya ve İtalya var (CIA World FactBook 2019 verileri). Türkiye'nin ortalama yaşı 32,2 ve bu listenin 111. sırasında. Türkiye'de 55 yaş üstü nüfus toplam nüfusun %16'sıyken, İtalya'da %35'i... Şurada tatlı tatlı drone uçururken ne gerek var bu oranlara? Yaşlıları ve yaşlılarla ilgili hastalıkları seven bir virüsün bu konuya takılmayacağını varsayabilir miyiz?

Daha ilginci Mısır, Pakistan, Endonezya, Suudi Arabistan gibi ülkeler Türkiye'ye tur bindiriyor. Açıkçası resmi sayılara göre (Şii İran dışında) Müslüman ülkelerde sağlık sistemi en kötü olan ülke Türkiye görünüyor. Bunun sebebi SSK'yı batıran Kılıçdaroğlu olabilir mi? Irak ve Afganistan gibi güvenilmezliği bariz örnekleri bir yana bıraksak bile örneğin Mısır'a ne diyeceğiz? Kuşkusuz böyle kıyaslar iktidarın hoşuna gitmez. Kendi resmi açıklamalarına tam olarak inanmamızı talep eden iktidar "Müslüman yalan söylemez" sözünü birazcık yutarak diğer Müslüman ülkelerdeki resmi ölüm sayılarının yalan olduğunu da iddia edebilir.

Her şey her şeyle ölçeklenmez, neyin neyle ölçekleneceğini devletimiz bilir. İspanya verileri doğrudur, Türkiye verileri doğrudur ve bu kesin olarak Türkiye'nin İspanya'dan gelişmiş olduğunu kanıtlar. Öte yandan Yunanistan, Polonya veya Suudi Arabistan'da ölümlerin oransal olarak Türkiye'den daha az olması, bu ülkelerdeki sağlık sisteminin Türkiye'den gelişmiş olduğunu göstermez. Çünkü onlar yalancıdır. Gerçi Suudi Arabistan kralına yalancı demek de başa bela olur, o halde Yunanistan ve Polonya yalancıdır. Net mi? İtirazı olan var mı? İtiraz edenleri alın içeri.

Devletimiz ne diyorsa doğrudur. Biz zaten canlı yayın konuğuyuz ve yapmamız gereken tek şey işaret geldiğinde alkışlamak.

6 – FRACTAL GEOMETRİ VEYA HESAPSIZLIK

Ölçeksizlik bir durumu bir başka durumla kıyaslayacak bir referans noktasının olmaması demek. Türkiye gibi ülkelerde ölçeksizliğin yanı sıra ilk başta benzer görünen ama daha farklı bir his de var: Hesapsızlık. Doğru anlatılması ve doğru anlaşılması hayli zor olan bu kritik kavramı anlatmaya çalışacağım.

Ölçeksizlik yerçekimini kaybetmekse, hesapsızlık yerçekimini hiç yaşamamış olmak. Ölçeksizlik gözlerinin kapatılması, hesapsızlık doğuştan körlük.

Seksenlerin ortasında arabesk müzikle ilgili bir araştırma yapmıştım. Bu araştırma Bursa Hâkimiyet Gazetesi'nde yazı dizisi olarak yayınlandı. Bu diziyi hazırlarken Orhan Gencebay, Ferdi Tayfur, İbrahim Tatlıses, Küçük Emrah, Küçük Ceylan gibi şöhretli isimlerle tanıştım. İbrahim Tatlıses'in "Allah Allah", "Hülya", "Mavi Mavi" şarkılarının meşhur olduğu dönemlerdi. Bu şarkıların nasıl yaratıldığını merak ediyordum. Gazetecilerden genellikle hangi şarkıcıyla aşk yaşadığı gibi sorular duyan Tatlıses, ısrarlı sorularım üzerine bir yanıt vermeye razı oldu. Müzik aletlerinin adını bile anımsamayarak, bu şarkıların anatomisini bir kaportacı nasıl tanımlarsa öyle anlatmıştı: "Öyle biraz ağır hava yapıyon. İyice geriyon böyle. Sonra işte biri üflüyo ince, millet ağlıyo. O an sessiz, ben sahneye bi çıkıyom anadın mı Allah Allaaah, sazlar filan, güm güm güm..."

Bu anlatım biçimini bizim mahalledeki tamircilerden iyi biliyordum. Babamın akü ve oto elektrik dükkânına farklı farklı araçlar geliyordu ve kimse bu araçların elektrik şemasına filan bakmıyordu. Kalfaların bazen biz çıraklara öğretmenlik yapası gelirdi: "Şöyle bağlıcan, anadın mı, bakcan işte"

Barry Sanders'ın okuma ve soyutlama üzerine yaptığı çözümlemeleri keşfetmeme yıllar varken, bu tip konuşmaları duyarak büyüdüm: IKEA'nın sözle değil, en basit şemalara yaptığı neredeyse pedagojik anlatıma sahip tarif çizimlerine hiç bakmadan vura kıra montaj yapan milyonların içinde.

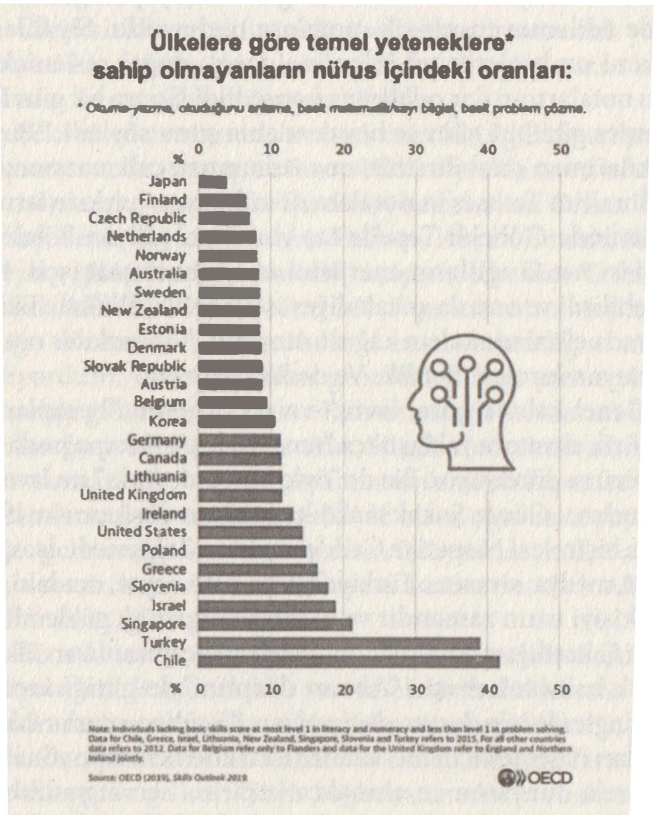
İnsanlar yüzyıllardır kuşların, kuzuların seslerini taklit ederek şarkılar ürettiler. "Batı" bu müziğe standart koydu, standartlara uymayan müzikler aşağılandı. Bir şarkının notalara dökülememesi o müziği "ilkel" mi yapar? Anadolu'nun binlerce yıllık ezgilerine gösterilen hoyratlığın bir benzeri Amerika'da siyah insanların müziğine karşı yapıldı. Notalarla ifade edilemeyen müzik, notalara uyduruldu. Siyahların kökeni on binlerce yıl öncesine dayalı doğal seslenişleri, Batı notalarının dar odalarına hapsedildi. Sonra bir gün Ray Charles gibi biri çıktı ve beyaz adama şunu söyledi: "Bizim şarkılarımızı çalabilirsiniz ama ruhumuzu çalamazsınız."

İbrahim Tatlıses'in notalara dökülmeyen haykırışlarının kökeninde Göbekli Tepe'de taş yontuları taşıyan kölelerin ağıtları var. O ağıtların enerjisini ancak bir inşaat işçisi hissedebilirdi ve onu da ancak diğer işçiler anlayabilirdi. Biz de o sırada elimizde kalem kâğıtla oturmuş, "Bu şarkılar notaya uymuyor, kırolar" derdik. Ve dedik de zaten.

Genel kabule göre, İsveç'te zirveyi gören "hesaplama" kültürü, ekvatora yaklaştıkça "tencerede pişir, kapağında ye" kültürüne dönüşüyor. Biz de "öyle bir yerdeyiz ki" ne İsveç'iz ne Sudan... Güneş Sokak'ta tanık olduğum düşünme ve ifade etme biçimleri Nispetiye Caddesi'nde de değişmedi. İş, spor, sanat, medya, siyaset... Türkiye'nin en üstü neyse, oradaki pek çok kişiyi uzun zamandır ve uzun süreli olarak gözlemliyorum. Çıkardığım sonuç şu: Burası gelişine vuranların ülkesi.

İlk bakışta her işin "Alman disiplini"yle gittiği sanılan holdinglerde bile durum değişmiyor: Küçük memurlar küçük israfları önlemek için mesailerini israf ederken, tepe yönetimi bir anda dünyanın en ahmakça kararına servet yatırabilir. Hiçbir şey gerçek anlamıyla düzenli değil, düzenli gibi görünenler de dekordan ibaret. Bu ülkede her yıl vergi affı, iki yılda bir imar affı, üç yılda bir eğitim affı, on yılda bir adi suçlu affı çıkıyor. Torpil, rüşvet, nüfuz gibi pasların çürütmediği demir yok. Ve bu durumun kendi içinde kurumsallaşmış bir yapısı var. Af kurumsalsa, cezanın ne anlamı kalır?

İbrahim Tatlıses solfej bir yana, müzik aletlerini bile tanımıyor. Bu onun dünyanın en iyi yorumcularından biri olmasına engel mi? Fatih Terim'in "emprovize" antrenörlüğü İtalya'da alay konusu olmuştu ama kim Terim'in başarısız bir antrenör olduğunu söyleyebilir?



Okuma yazma bilmekle, okuma kültürüne sahip olmak farklı meziyetler. Okuma kültürüne sahip değilseniz soyutlama yapmanız zordur. Aydınlara dehşet, sağcılara keyif veren "hesapsızlık", okumamış, yorumlamamış, "yıllar boyunca hiç soru sormadan yaşamış" insanlardan besleniyor.

Reklamcılığın özü gereği "marka tüketebilen" sosyo ekonomik gruba (yani büyük oranda CHP seçmenine) seslendiğini, oysa herkesin oy hakkı olan siyasette bu dilin duvara toslayacağını yıllardır anlatırım.

Yukarıdaki OECD verilerine sahip bir ülkede "ticari reklamcı kafası"yla siyasal iletişim yapılamaz. Yapılırsa okumuşlar belki memnun kalır ve azınlıkta bile olsalar memnuniyetlerini ifade edebilirler ama mesele okumamışların, içinden küfredenlerin, görmeyenlerin veya görmezden gelenlerin dünyasına girebilmek değil mi? Anlaşılması biraz güç olan bu konu, halen birçok CHP belediyesinde de devam eden geleneksel CHP iletişiminin kendi seçmenleri dışında neden etkisiz olduğunu ve olacağını da açıklıyor aslında.

Okumuşlar nesnelere isim vermeye, tasnif etmeye, ölçmeye, biçmeye, örnekler geliştirmeye çalışırken, toplumun büyük kesimi bu çabaları bıyık altından gülerek izler. Okumuşla cahilin (Hacivat'la Karagöz'ün) komedisi bu çelişkiden çıkar.

AKP'nin sevilmesinin bir nedeni, kendileri de bu kültürden gelen bir yönetici sınıfın, "Bırak dağınık kalsın, kervan yolda düzülür" söylemiyle kurdukları "gönül köprüleri." Benzer biçimde CHP'nin çoğunluk tarafından sevilmeme nedeni de bu toplumdaki "doğal akış"a (kadere, fıtrata, naturaya) karşı çıkmak. Paradoks şu ki buna karşı çıkılmasa tamamen Orta Çağ'a döneriz. Bu paradoksun üzerindeki paradoks, "bu meret karşı çıktıkça güçleniyor." Çık çıkabilirsen. Orhan Gencebay, "Bence sen de haklısın" şarkısını belki de bu aşılmaz açmaz karşısında yaptı.

Namazını kılar, orucunu tutar, çek denilince çeker, yat denilince yatarsın. Gerisini fazla kurcalama. Bizim mahallede bir çocuk vardı, çok okudu delirdi. Sabrın sonu selamettir, başa gelen çekilir. Şans, talih, kader, kısmet... Hesapsız bir toplum, "lümpen proleterya"nın doğal yaşam alanı. Okumuşların tökezlediği yollardan, onlar zıplayarak geçebilirler. Emir eri için emirlerin ve emir verenin değişmesinin anlamı olmaz. Irmakla beraber yüzen bir dal, ırmağa direnen bir ağaçtan daha şanslı olabilir.

DOKTORLAR PİMPİRİKLİDİR

Türkiye'de doktorlara olan inanç bile şüpheli. Salgın hastalık döneminde Bilim Kurulu'na Diyanet'in dahil edilmesi okumuşlarca eleştirilse de belki de en doğru hamlelerden biriydi. Doktor dese yeterince inanılmayacak konu, minareden söylenince "kural" haline geldi. *Okumuşlar (doktorlar dahil) "pimpirikli" insanlardır, onlar "nane molla"dır; her şeye bir şey derler, Allah isterse öleceğiz, gerisi boş.*

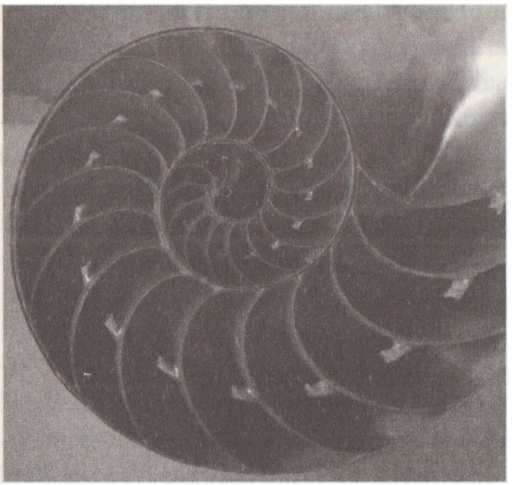
Corona günlerinde insanların bir gece fırınlara hücum etmesi, okumuşların dehşete kapılmasına yol açtı. Sosyal mesafe kuralları nasıl böyle ihlal edilebilirdi? 60 metre kare tek banyolu evde, dokuz kişilik bir ailenin nasıl yaşadığını ise kimse sorgulamadı. HepsiBurada'ya atılan bir mesajla kapına gelen onlarca malı kimin hangi koşullarda ürettiğinin ve kimin paketleyip kapına getirdiğinin sorgulanmaması gibi.

Hesapsız toplumlar hesaplı insanları yanıltan güç birikimleri oluşturabilirler.

Everest'in zirvesine çıkan ilk insanın bir Britanyalı olduğu bilinir, yanında onun malzemelerini taşıyan bölge köylülerin adı bile anılmadan... Sir Edmond Hillary, onunla beraber zirveye çıkan Himalaya köylüsü Tenzing Norday'den daha usta bir dağcı mı? Veya Edmond, Tanzing'den daha mı fazla "insan? Biz ona isim vermeden milyonlarca yıl önce de elma vardı. İspanyollar keşfettiği sırada Amerika'da zaten gelişmiş medeniyetler yaşıyordu. Sıfır numaralı meridyen neden Londra'dan geçiyor?

BASİT BASİT MİDİR?

Okullarda okutulan geometri Eukleides (Öklid) Geometrisi'ne dayalı. Amaç çevremizi görsel modeller yaratarak, ölçeklemek ve hesaplamak. Bir de Fractal (parçalanmış) Geometri denilen, incelediği konu evren kadar eski ama Batı Uygarlığı tarafından ancak kırk yıl önce adlandırılmış bir kavram var. Benim kuşağım ilkokuldayken bu kavramın adı bile yoktu. Doğada üçgenler, kareler, düz çizgiler gibi yapay modeller pek bulunmaz ama çok daha karmaşık,



hesaplaması çok daha zor, göz alıcı bir geometri var. Bir şeyi hesaplayamıyor olmamız onu mutlaka basit mi yapar? Yoksa daha büyük ihtimalle tersi mi doğrudur?

AKP ve AKP seçmenini küçümseyenlerin (İbrahim Tatlıses veya Fatih Terim'i de küçümseyenler genellikle aynı kişiler) sık sık kendi kalelerine gol atması biraz da bu nedenle ilgili olabilir. İbrahim Tatlıses'in yakıcı bir haykırışını belki notalara dökemiyoruz, bu nedenle bu haykırışı yok mu sayacağız? Bu Tatlıses'in mi yoksa notaların mı yetersizliği?

Hesaplayamadığımız şeyleri yabana atmamalıyız. Belki de eksik olan bizim hesap yeteneğimizdir. Uzun zamandır bu konuyu ciddiye alıyor ve üzerinde düşünüyorum. Şu anda pek konuşulmuyor ama gelecekte dünyanın en çok konuşacağı konulardan biri bence bu olacak.

7 - AKP'Lİ BAŞARILI BELEDİYELER

Devlet büyük bir kamyon gibi çok yük taşısa bile ara sokaklara giremiyor. Belediyelerse kentin kılcal damarlarına inerler, hareket kabiliyetleri hükümetin veya devletin üzerindedir.

AKP'li belediyelerin kayırıldığını, korunduğunu herkes biliyor. Bu durumun adaletsizliğine isyan edilse bile, isyankarlar fırsatçılardan azdır. Hatice ve netice arasındaki tercih, deyimlere konu olmuştur.

AKP'li belediyelerin önemli bir kısmı sanıldığı kadar kötü durumda değil. 2019'a kadar Fatih, Beyoğlu ve Tuzla belediyeleri çok iyi işler çıkardılar, bunlardan herhangi biri İstanbul adayı olsa Binali Yıldırım'dan daha fazla oy alabilirlerdi. AKP'nin 2014-2019 arası açıkça kayırdığı Bursa ve Antalya belediyeleri o kentlerdeki AKP oyunu azaltacak kadar kötü performans sergilediler.

Konya, Gaziantep ve Şanlıurfa Büyükşehir Belediyelerine "kayırılmış" diyebiliriz ama seçmen beğenilerini ölçek alırsak başarısız diyemeyiz. Bu şehirlerde yaşayan seçmenler ölçekleme yapamadıkları için belediyelerden memnun da olabilir. Dünya kültür merkezi olacak bu üç kente gitseniz, dünyayı geçtim Türkiye standartlarında kaliteli bir tek restoran veya "yaşayan" bir konser salonu bulamazsınız. Arap ülkelerinde bile olmayan kültür, sanat, yaşam tarzı düşmanlığı, zengin turistlerin kente sadece iki lahmacun bir künefe parası bırakıp gitmesine yol açar. AKP bu kentleri kayırsa da zenginleştiremedi, aksine görece olarak yoksullaştırdı. Bu kentlerde yaşayan gençlerin en büyük hayali kapağı İstanbul'a atmak. Bahsettiğim üç kent demokrat belediyelerce yönetilse, o kentlerde yaşayan sıradan vatandaşlar daha zengin ve daha huzurlu olabilirlerdi.

İstanbul ve Ankara belki Topbaş ve Gökçek görevden alındığı gün kaybedildi. Bu iki isim büyükçe bir seçmen kitlesi için "devamlılık" hissini besliyordu ve sebepsiz yere istifa ettirilmeleri bir güven boşluğu yarattı.

AKP'nin "hepsi pekiyi" olan bir belediyecilik karnesi yok. Ama elinde hâlâ çok fazla belediye var ve 2019'a kadar çok daha fazla belediyesi vardı. Olumsuz örneklere rağmen, toplamda devlet, hükümet, belediye zinciri, AKP'nin sevilme nedenlerinden biri veya biriydi.

8 – PROMOSYON

Bir CHP ezberi: "Biz sadaka değil dayanışma kültürünü getireceğiz. Sağ elin verdiğini sol el görmeyecek"

İlk bakışta gayet asil görünen bu söylemin düşünsel arka planında, kendini merkeze alan bir seçkincilik gizli olmasın?

Önce "sadaka değil dayanışma" konusu ele alalım. Bu söylem şu teze dayanır: "Yoksul bir aile var. AKP'liler gelip, rant ekonomisinden söğüşledikleri kaynağı belirsiz bir parayla bu yoksul aileye yardım ediyor. Yoksul aile, paranın nereden ve nasıl geldiğini düşünmüyor ama AKP'liye minnet duyuyor. Bu sadaka kültürü insanları köleleştiriyor."

Şimdi aynı yoksul insana CHP'linin vaadine bakalım: "Sana balık vermeyeceğiz, balık tutmayı öğreteceğiz. Zor anlarında senle dayanışacağız. Sonuçta seni bu yoksulluk batağından çıkarmış olacağız."

Bir köylü ağadan borç istiyor. Ağa "Peki nasıl ödeyeceksin bu borcu?" deyince, köylü ödeme planını açıklıyor: "Köy çıkışına dikenler ekeceğim, koyunlar bu dikenlerden geçerken tüyleri dikenlere takılacak, o tüyleri toplayıp iplik yapacağım, iplikle kazak örüp pazarda satacağım, sana borcumu böyle ödeyeceğim." Ağa gülüyor. Köylü, "Peşin parayı görünce gülersin tabi." diyor.

AKP seçmene sadaka filan dağıtmıyor. Perakendecilerin sıkça kullandığı bir yöntemle, promosyon dağıtıyor. Beş paket makarna alana bir salça bedava olduğu gibi AKP'ye oy verene de "sadaka" bedava.

Bu yöntem yoksul seçmenin gözünde, CHP'nin anlatmaya çalıştığı karmaşık ve hayli şüpheli yöntemden çok daha pratik. Çocuklar "açız" diye bağırırken hazır gelmiş bir balığı hemen kabul etmenin, ne zaman geleceği belli olmayan bir oltayı beklemekten pratik olması gibi. CHP'li "dayanışma" tarzını anlatırken, yoksul seçmen de içinden gülüyor olabilir.

Richard Sennett "Saygı" adlı kitabında, koşulsuz yardım, dayanışma, merhamet, çıkar gözeterek yapılan yardım gibi konuları enine boyuna inceler. İlk başta masum görünen pek çok tarihsel deneyim felaket sonuçlar doğurmuştur. Kendini iyi hissetmek için veya doğrudan "iyi yapmak" için yapılan

hayırların yanı sıra bazı kiliselerin yaptığı "taraftar toplama" amaçlı yardımın sefaletinden bahseder. Bazı Hıristiyanların yardım ettikleri kişileri düşünmeksizin, bütünüyle kendilerine dönük "verme" eylemlerini sorgular: İyi insan olup rahatlamak için verme, cennete gitmek için verme. Ele aldığı en can alıcı konulardan biri eşit olmayan kişiler arasındaki dayanışmanın doğuracağı sonuçlar hakkındadır. Şöyle tercüme edeyim: Dayanışma fakirler ile fakirler arasında olabilir. Suadiye'deki evinden çıkıp, şirin orta sınıf aracına binerek "parti çalışması" için gittiğin kenar mahalledeki fakire "dayanışma"dan bahsetmen, o kişiye küfürden daha ağır gelebilir.

Belediyeden gelen gıda yardımını kabul etmek için kapitalist sömürü sistemini filan bilmeye gerek olmaz. Senin yardımını alan anne muhtemelen temizliğe gidiyordur, muhtemelen geçici işlerde çalışmıştır, zengin fakir tüm kadınlar gibi o da ezilmenin her çeşidini görmüştür. İçinden geçen söz "Laga luga yapma, nutuk atma, paketi vereceksen ver ve defol git"ten ibarettir. Yoksulların çoğu AKP'ye minnet duyduğu için değil, yardım müessesini bir perakendeci kadar pratikleştirdiği için oy verir, iyi promosyon veren bir markayı sürekli tercih etmek gibi. Hiçbir müşteri beş paket makarna alana bir kutu salça veren bir markaya minnet duymaz, hiçbir makarna markası da bu promosyonu müşteri bana minnet duysun diye yapmaz. Sen alırsın, o satar, hepsi bu... Biraz şüpheci olanlar, "Neden salça veriyor ki bu makarnalar bayat mı" filan diye düşünebilir, belki... Ki biliyorsunuz şüpheciler hep azınlıktadır.

"Sağ elin verdiğini sol el görmeyecek" sözü bir hadis olmasına rağmen, bu söz CHP tarafından söylediğinde "Bir şeyi vereceği yok, lafı çeviriyor" diye algılanıyor.

AKP'nin yardımlaşma tarzı, yoksul insanın yapısal sorgulamalara girmesine izin vermez. İslam kültürü şablonlarda veya bu kültürden habersiz insanların yankı odalarında görüldüğü gibi çiğ bir kültür değildir. Malının kırkta birini mecburen verirsin, bu parayı verdiğin için Allah'tan sevap umabilirsin ama yardımı alandan minnet umamazsın, çünkü para zaten o fakirin parasıdır.

AKP'nin kurumsal geliri veya AKP'li bir zenginin bireysel serveti elbette incelenebilir ve sorgulanabilir ama bu da fakirin konusu değil. Biri kapını çalar ve sana bir yardım bırakır, hiç nutuk atmadan ve seni farklılaştırmaya çalışmadan, çoğunluk için konu burada başlar ve burada biter.

9 – MASALLAR

Türk Dil Kurumu masal sözcüğünü şöyle tanımlıyor: "Genellikle halkın yarattığı, hayale dayanan, sözlü gelenekte yaşayan, çoğunlukla insanlar, hayvanlar ile cadı, cin, dev, peri vb varlıkların başından geçen olağanüstü olayları anlatan edebî tür." Bir de ikinci anlamı var, "boşuna söylenmiş söz" diye. Sağ siyasette bu ikinci anlamın bir anlamı yok. Hiçbir masal boşuna söylenmiyor ve masallar genellikle gerçeklerden daha büyük etkiye sahip oluyor.

Türk sağının yükselişinde iki tip masalın da büyük etkisi var: Biri cumhuriyet öncesi tarihe abartılı övgüye dayanan Osmanlı (Peri) Masalı, diğeri CHP dönemini şeytanlaştırmaya yarayan CHP (Cadı) Masalı. Kitabın başında bahsettiğimiz "Sıfır Toplamlı Tarih" okuması, sürekli tekrarlanan bu masalların sarsılmaz gerçeklere dönüşmesine yol açıyor, en azından sadece AKP medyasına ulaşan kesim için.

PERİ MASALI

Bu masala göre Osmanlı yılları, dizi adındaki gibi "muhteşem"di: Herkesin karnının tok olduğu, al yanaklı çocukların kırlarda koşturduğu, koç gibi delikanlıların kefereyi bir tokatta yere serdiği ve camiden çıkan gümüş sakallı altın kaftanlı dedelerin muhakkak adil kararlar verdiği bir dönemdi. Bütün dünya "biz"den korkuyordu, herkes sadece "biz"i konuşuyordu, "biz" istediğimiz her şeyi yapabiliyorduk. Biz tertemizken Avrupalılar banyo yapmıyordu, hepsi pis kokuyordu; biz her şeyi biliyorduk onların hiçbir şeyden haberi yoktu.

Işıltılı Osmanlı masalında her zaman kadraja girmese de en tepede adiller adili, otoriter ama şefkatli, kül yutmaz, bileği bükülmez heybetli bir "padişah" imgesi olur. Masalın temel

dinamiği içeriye sızmış düşmanların (Bizanslılar, Yahudiler, İttihatçılar) padişahı yanlış bir karar almaya itmesi, bir an bocalayan bu yüce kişinin her bölümün sonunda mutlaka galip gelmesi üzerine kurguludur.

Haksızlığa uğramak, kadere küsmek, isyan etmek arabesk filmlerin de vazgeçilmez kurgusu. Osmanlı merkezli peri masallarında rakı içmeyen bir Adnan Şenses her zaman fondadır. Birbirlerine ters dönmüş üç hilal, adeta haksızlığa uğramış Küçük Emrah'ın kaşları ve bükülmüş dudaklarına dönüşür. Padişah hem muktedir hem de aynı anda (her nasılsa) mazlumdur. Karadeniz gibi çırpıntılı bu ruh halinin sonunda "reis"in dümeni doğru limana kıracağına herkes emindir.

Osmanlı masalını "peri masalı" haline getiren güçlü bir imge de "yenge" imgesi. Yenge dışarıdan "alınmış", güzeller güzeli kadın. Ona bakmaya kıyamazsın, zaten bakman mümkün de değil, velev ki şeytan kanına girdi ve bir an için baktın, gözlerine veda etmeye hazır ol... Ancak merak etme, senin de bir "yengen" olabilir. Fethetme şehvetiyle dolu her civan, uzak ülkelerden bir peri kızını alıp getirebilir.

Askerlik yaptığımız ilk gün başımızdaki "komutan" çok seveceğimizi düşündüğü "Yaylalar" şarkısını söyletmeye kalktı. Çoğu akademisyenlerden oluşan "Mehmet Beyler" olarak bu seksist şarkıyı söylemeyi reddettik. Biz söylemiyorduk ama çevremizdeki uzun dönem askerler "Komşu, kızını zapteyle" kısmını söylerken adeta şahlanıyordu. Tepkilerimizden haberi olmayan bir başka "komutan" fikrimizi bile sormadan o güne kadar hiç duymadığımız bir şarkıyı söyledi. Bu şarkıda "Maria" isimli bir kızdan bahsediliyordu, "Maria'nın donu pembeydi" ve biraz sonra fethedeceğimiz kentte kollarımıza atlamak için hazır bekliyordu. Bu yürüyüş marşı Kıbrıs çıkartması döneminde çok popülermiş.

Osmanlı Masalı, işi, parası, güvencesi, cinsel hayatı olmayan milyonlara gökyüzündeki cennetten çok daha yakın ve çok daha olası bir yeryüzü cenneti vaat ediyor. Bu cennette ırmaklardan bal akıyor olabilir. Fabrikalarda ağır işlerde çalışmaya gerek yok, sancağın rengi gibi yemyeşil çimlerde

atla koşturmak ve yeri gelince (ucuz dublörlere özgü düşme hareketiyle hemen ölüverecek) düşmanları haklamak yeterli. Akıtacağımız kan bize filmlerdeki bikinili kızlara benzeyen (ama asla onlar gibi edepsiz olmayan, en azından sokakta olmayan) pembe donlu Maria'lar getirebilir.

Osmanlı Masalı, "Bu değirmenlerin suyu nereden geliyor?" sorusuna da Osmanlı tokadı gibi bir cevaptır aynı zamanda. Para Afrika'daki madenlerden, Katar'daki doğalgazdan, İran'daki altınlardan veya Suriyeliler için Almanya'dan söğüşlenen paralardan geliyor olabilir. Zaptedilmiş topraklarda bal akan ırmakların yanı sıra, okazyon madenler, kupon araziler, bir gecede değişen kat irtifa hakları var ve hepsi bizim için... Gerçi garibana bunları masalda bile yedirmezler ama hiç olmazsa piyasalar açılırsa asgari ücretli zahmetsiz bir iş buluruz ki buna da şükür.

CADI MASALI

AKP kurucuları 1950'lilerde doğmuş. (Erdoğan 1954, Gül 1950, Arınç 1947, Yıldırım 1955, Şener 1954)

Her biri görece yoksul ebeveynlere sahip bu insanların çocukluk yılları yakın geçmişteki "kıtlık" hikâyelerini dinleyerek geçmiş olmalı. Onlar yedi yaşındayken, ekmeğin karneyle verildiği İkinci Dünya Savaşı sadece on beş yıl öncesine ait bir anıydı. Henüz doğmadıkları dönemde yaşanan ama anne babalarının belleğinde çok önemli bir yeri olan "kıtlık" anlatısını dinleyerek büyüdüler. İlk gençliklerinde Amerikan artistlerine benzeyen başbakanın asılması gibi bir travmaya şahit oldular...

"Karneyle ekmek veriyorlar" sözünü, İkinci Dünya Savaşı gibi hayli makul bir bağlamdan kopartarak söylemenin bir nedeni de konuya bunca zaman sonra bile bir çocuk gözüyle bakmak olabilir mi? Ellili yıllarda doğan ilk nesil göçmen çocukların bir kısmının zihin yapısı, bu travmalar ve bu travmalara körükle giden Necip Fazıl şiirleriyle oluştu. Çocukluk kâbuslarında ekmeği karneyle veren, gecekonduları yıkan, camileri ahır yapan, fakirlerden nefret eden bir cadı vardı: CHP.

Bu nesil yirmili yaşlara geldiğinde dünya İkinci Dünya Savaşı'ndan sonraki en büyük ekonomik buhran dönemine girdi: Global petrol krizi... O dönem Amerika'da bile benzin kuyrukları vardı, Avrupa'nın pek çok yerinde tıpkı bizde olduğu gibi besin kuyrukları oluşuyordu. Selamet Partisi'nin palazlandığı bu yıllar dünyadaki buhran, Türkiye'de misliyle yaşandı. Dünyada işlerin çığırından çıktığı 1970'lerin sonlarında Bülent Ecevit'in başbakanlığındaki bir buçuk yıllık koalisyon hükümeti döneminde, TÜSİAD'ından küçük esnafına kadar "eşraf" zımni bir ittifak içine girip kıtlığın boyutunu daha da artırdı. Artık ebeveyn haline gelen Selamet Partililer, çocukluklarında dinledikleri "ekmeği karneyle veriyorlardı" sözlerinin bir benzerini yaşıyorlardı. Ve başta yine "altı oklu cadı" vardı. Çocukluk travması gerçek oldu. Dünyanın yaşadığı ikinci ekonomik buhranda da Türkiye'deki fatura CHP'ye kesildi. Efsane üçüncü nesle akacak kadar güçlendi.

Reagan, Thatcher, Türkiye'de Özal filan derken yirmi yıl daha geçti. Üçüncü nesil, nine ve dedelerinden "Cehape zamanı ekmek karneyle veriliyordu" masalını, anne ve babalarından "Cehape zamanında tüp kuyruklarına giriyorduk" masalını dinleyerek büyüdü. Tam bu sırada Rusya moratoryum ilan etti, Güney Kore iflas bayrağını çekti ve tüm dünya ekonomileri sarsılırken Türkiye bir de gerçek depremle sarsıldı. Deprem sonrasında, ekonomik büyümenin motoru olan "inşaat sektörü" katı denetimlere tabi oldu ve bu inşaatkolik "milli burjuvazi"nin hiç hoşuna gitmedi. Tüm bunlar yetmezmiş gibi iktidardaki parti kayıt dışı ekonomiyi dizginlemeye girişti. Vahşi Batı'yı aratmayan bankacılık sistemi bu şoklara dayanamayıp patladı ve Türkiye, tarihinin en büyük ekonomik krizine girdi. O sırada iktidarda kim vardı dersiniz?

2001 ekonomik krizi AKP'nin tek başına iktidar olmasını sağladı.

Atatürk sonrası dönemde dünya üç defa büyük ekonomik kriz yaşadı: 1940'larda İkinci Dünya Savaşı, 1970'lerde Petrol Krizi ve 1990'ların sonundaki küresel kriz... Üçünde de iktidarda "Cehape zihniyeti" vardı. Ne İkinci Dünya Savaşı'nın

ne global petrol krizinin ne de Yalova depreminin sebebi CHP'ydi ama seyirci skora bakıyordu... Bir nesil ebeveynlerinden "ekmeği karneyle alırdık" sözlerini duyarak büyüdü, bir sonraki nesil "tüp kuyruğu beklerdik" sözleriyle ve bir sonraki nesilse "dolar bir günde ikiye katlandı" sözleriyle... Nedenlerin niçinlerin anlamı yoktu; hakem hile yapmışsa bile takım hiç mi suçlu değildi, hepsinde de CHP'nin olması tesadüf müydü? Belki Allah, CHP geldiği için bunları yapıyordu?

Adnan Menderes 22 Mayıs 1950'de iktidar oldu. O günden bugüne sol partilerin (CHP, DSP, SHP) tek başına iktidar oldukları yıl: Sıfır... CHP (ve türevleri) 1950'den beri bir kez bile tek başına iktidar olamadı (1977 ve 1999'da toplamda 4 ay süren başarısız iki azınlık hükümeti dışında).

Sağ partiler bu 70 yılın, 43 yılında tek başına iktidar oldular. Arada yaklaşık 4 yıllık askeri darbe dönemi ve 23 yıllık koalisyonlar dönemi var. CHP (DSP ve SHP) sadece 9 yıl koalisyon başkanı olabildi. Bunun 3,5 yılı 1960 darbesinden sonra; yetmişlerde Ecevit CHP'si aralıklarla 3 yıla yakın süre koalisyon başkanı oluyor, ortakları arasında Erbakan başkanlığında Selamet Partisi var. Ve son olarak 1999-2002 arasında Ecevit yine hükümet kuruyor. Ortaklarından biri MHP, biri ANAP ama bütün ihale Ecevit'e ve aslında o dönem Ecevit'in (DSP'nin) rakip partisi olan CHP'ye kalıyor.

Erdoğan kendi neslinin travması olan seksen yıl öncesine ait "ekmeği karneyle alma" konusunu İkinci Dünya Savaşı gerekçesinden hiç bahsetmeden, sanki dün yaşanmış gibi sık sık kürsüye taşıyor. AKP'nin şeref tablosunda Menderes, Özal, Erbakan ve Türkeş'e her zaman mevcut, oysa "bizden önce" diye başladıkları her cümle bu kişilerin tek başlarına veya koalisyonla iktidar oldukları uzun bir dönem. AKP'nin "bizden öncesi"nde Menderes, Demirel, Özal ve Çiller var ama suçlu her nedense hep CHP... 1944 ekmek karnesi, 1978 tüp kuyruğu ve 2001 dolar zıplayışı öfkeli söylevlerin içinde birbirine karışıyor. Muhalefet ama o şöyleydi, bu böyleydi diye açıklamaya kalkınca vatandaşın uykusu geliyor.

Muhteşem Osmanlı'dan beri gün yüzü görmeyen şu mübarek ülkeye ikinci "peri masalı"nı yaşatan muzaffer AK

Parti'nin, altı oklu ve kötü kalpli CHP cadısından başka hiçbir engeli yok.

10 – ELEŞTİRİSİZLİK

AKP ile ilgili yorumlarda "biat" sözcüğüne vurgu yapılır. Biat "bir kimsenin egemenliğini kabul etmek" demek. Bir kimsenin egemenliğini tanımak onu eleştirmemek anlamına mı gelir? Burjuva demokrasi modeline inanmayan küçük bir grup anarşist veya komünist Alman dışında, tüm Almanlar Merkel'in başkanlığını kabul ediyor ama bu durum Merkel'in eleştiriden muaf olduğu anlamına gelmiyor.

AKP'nin sevilme nedenlerinden biri, AKP'nin eleştirilmemesi. Bu "eleştirilmeme" durumunu (genellikle olduğu gibi) pek düşünmeden çok dar bir anlamıyla algılıyoruz: AKP eleştirilmiyor çünkü eleştirenler hapse giriyor.

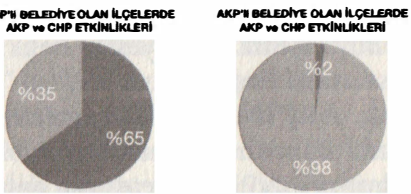
Bu cümle yanlış değil. AKP'yi eleştirmek troller tarafından hedef gösterilmek, savcılar tarafından sorgulanmak ve kendinizi ifade edene kadar birkaç yılınızı zindanlarda çürütmek anlamına gelebilir. Bunun sayısız örneği var. Tablo böyle korkunç olunca, insanların birçoğu eleştirel bakışlarını toprağa gömüyor. Bir gün herkes AKP'yi "eleştiremez" hale gelirse, hapiste tek bir düşünce suçlusu kalmayacak. Bir şeyi eleştirememek, o şeyin eleştiriyi hak etmediği anlamına gelmiyor oysaki.

Cümle yanlış değil ama eksik. Eleştiri deyince hemen büyük harfli cümleler kurmaya başlıyoruz. Berber koltuklarında, arkadaş sohbetlerinde, otobüs yolculuklarında insanlar birbirinin "güvenilir" olduğunu anlar anlamaz, Rockefeller'dan başlayan, İsrail'in gizli oyunlarına uzanan büyük politik söylevlere girişiyorlar. "İşin aslı" her zaman başka bir şey oluyor. Komplolar dünyasında bazen CHP, bazen AKP, bazen MHP şeytanla iş birliği yapmış, gizli tarikat üyeleri gibi resmediliyor.

Oysa tam bu anda gündelik hayatımızı çok daha fazla ilgilendiren konularda (örneğin sivrisinek istilası) AKP'li ve CHP'li seçmen çok farklı tepkiler veriyor.

AKP'li seçmenin genelinin temel refleksi, "bizden" olanın kusurlarını mümkün olduğunca görmezden gelmekken, CHP'li seçmen böyle davranmıyor. AKP'li belediyelerde CHP'liler AKP belediyesini pek eleştirmiyor, CHP'li belediyelerde hem AKP, hem CHP seçmeni çok daha eleştirel davranabiliyor. İstanbul'un en bakımsız, en yoksul (AKP'li) ilçelerinde şikâyetler daha az, en zengin ve en sorunsuz (CHP'li) ilçelerinde şikâyetler daha çok.

Seçim kampanyası sırasında bize altın değerinde veriler taşıyan araştırma şirketi TEAM şöyle bir veri paylaşmıştı:



AKP seçmeni veya örgütleri, CHP belediyelerini hiç frene basmadan eleştirirken, Kasım 2018 verilerine göre CHP teşkilatları AKP belediyelerini hiç zorlamıyorlar. Tayyip Erdoğan'a küfrederseniz bunun bir cezası var ama Beyoğlu Belediyesi'ne "Neden çöpleri toplamıyorsun, her yer leş gibi" demenin (henüz) bir cezası yok. Peki Beyoğlu'nda yaşayan on binlerce muhalif bu konular hakkında belediyeyle niye konuşmuyor?

AKP'nin sevilme nedenlerinden birinin "CİMER" gibi halkla ilişkiler modülleri olduğundan bahsetmiştim. Tarabya'da çalışırken bir arkadaşımız "Bostancı'dan buraya gelmek çok zor oluyor, keşke Bostancı-İstinye deniz otobüsü hattı olsa" demişti. Ben de bu talebini ilgili birimlere e-postayla ve ayrıca kâğıt mektup olarak Kadir Topbaş'a iletmesini söyledim. Bir hafta sonra o hat açıldı. Muhalif insanlar kavga etmeden, kırmadan dökmeden, gündelik

hayatla ilgili pek çok konuda taleplerini dile getirse bundan kim zarar görür? Bir kamu biriminden bir şey talep etmek, AKP'ye âşık olmak anlamına mı geliyor? Bu aşk ve nefret ikilemi, "Benim değilsen senden hiçbir şey istemem" tavrı biraz sorgulanmayı hak etmiyor mu?

CHP seçmeni, mikro düzeyde AKP'yi hiç zorlamıyor. "Küçük konular" CHP'yi pek fazla ilgilendirmiyor. İlgilendirse bile AKP'ye karşı CHP'de olan "Seni muhatap kabul etmem" tavrı, sonuçta AKP'nin de işine geliyor. Bir şey talep etmeyen CHP seçmeninin, "Neden yapmadın?" deme hakkı kalmıyor.

AKP'nin ideolojik olarak doğduğu kent olan Konya'da bile çocuklarıyla birlikte 300 bin kişi Muharrem İnce'ye oy verdi. Konya Büyükşehir Belediyesi'ni kimse eleştirmiyor ama İstanbul Büyükşehir Belediyesi'ni hem AKP seçmeni hem de CHP seçmeni eleştiriyor.

Ceza almak, AKP'nin eleştirilmemesinin sadece bir kısmının nedeni. Bundan çok daha büyük bir neden CHP seçmeninin eleştiri sözcüğünü yeterince anlamaması veya özümsememesi olabilir.

SONUÇ

AKP'yi sıradan insanların sevmesinin nedeni düz bir Erdoğan hayranlığı ile açıklanmaz. Başta da söylendiği gibi: Şartlar el vermeyince kimse popüler olamaz. Popülerlik kişisel özelliklerle sanıldığı kadar ilgili bir durum değil.

AKP'nin sevilmesi teknolojik yeniliklerden, uluslararası para piyasasındaki değişiklere; büyüklük takıntısını tatminden mikro düzeydeki adalet hissine; ekonomistleri yanıltan rant ekonomisinden ve "bizden"lik duygusuna kadar pek çok konuyla ilişkili. Ve elbette ki promosyonlarla.

Bu sevgi sebepsiz değil, sevenler de "aşktan gözü görmeyen" insanlar değil. Kent yoksulları ve kent zenginlerinin sevgisini, daha güvenli veya daha kazançlı bir bölüşüm sistemi uygulamadan CHP'ye yöneltmek çok zor. Gırtlağına kadar borç batağında bir kişi karar verirken "sevgi"ye pek bakmaz.

Erdoğan'a ve AKP'ye olan "sevgi" gerçeği, hesaplanması ve ölçümlenmesi zor olan, ilk bakışta çelişkiler ve zıtlıklarla

dolu bir düşünce evreniyle de ilgili. "Seviyorum işte var mı diyeceğin?" cümlesi, binlerce sayfalık bilimsel analizi hak ediyor olabilir. Biz bu analizlerle gömülürken atı alan Ankara'ya kadar gider. Ölçüsüz bir sevgiyi ölçümleme çabamız o sevgiyi dönüştürebilir mi? Marx'ın söylediği gibi: "Dünyayı anlamaya çalışmak yetmez, onu değiştirmek gerekir"

31 Mart'taki seçim başarısı kent yoksullarından gelen oyla olmadı. Kent yoksullarından gelen bir oy olduysa da bu HDP seçmeninden ve başka saiklerle gelen oydu. Kent yoksullarından oy almak için seçim kampanyası yetmez. Bu seçmen ancak hayatında somut ve sürdürülebilir bir değişim görürse CHP'ye oy vermeye razı olur. Yeni kazanılan İstanbul, Ankara, Antalya, Adana ve Mersin illerinin büyükşehir başkanlarına "Zengin ilçeleri geri plana atın, bütün gücünüzle en yoksul ilçelere uzanın" derken hep bu gerçekliğin altını çiziyorum.

31 Mart seçiminin AKP'den CHP'ye oy geçişleri büyük oranda siyasetsiz seçmenden (Selim Türkhan'dan) geldi. 2009'da Antalya'da olduğu gibi 2019'da Türkiye genelinde de siyasetsiz seçmenler belirleyici oldu. Bu seçmende öneriye inanma ve şans verme elastikiyeti daha yüksek. Seçimlerde karar değiştirenler de bu gruptakiler.

"Ak elitler" dediğimiz üçüncü grup AKP seçmeninin CHP'ye veya millet ittifakına oy vermesi mümkün değil. Ama bunlar paradan anlayan insanlar; yarın şartlar değişirse, herkesten önce değişecek olanlar da bu küçük (ama zengin) grup.

Bölüm 6

Genel Strateji

BEN GÜNDELİK SİYASETTEN ANLAMAM, BURAYA YEREL SEÇİM İÇİN GELDİM

Kemal Kılıçdaroğlu nihayet toplantı odasına girdi. Herkes ayağa kalktı, ben zaten projeksiyonun başında ayakta bekliyordum.

Sunumların ilk bölümünde "Ben kimim?" sorusunu yansıtır ve yanıtlarım. Beni herkes tanıyordu ama bir konuyu zaman zaman karıştıranlar olabiliyordu. Bu nedenle konuşmaya başlar başlamaz önce bu konunun altını çizdim:

"Yirmi yıldır kent sosyolojisiyle ilgileniyorum. Türkiye'nin sorununun "çarpık kentleşme"den öte "çarpık ülkeleşme"

olduğunu düşünüyorum. Kırsalı boşalmış, insanları büyük kentlere yığılmış. Bir hengâme içinde ayakta kalmaya çabalayan insancıklar, doğuştan verilen özelliklerine göre yani din, mezhep, hemşericilik veya etnik kökene bağlı olarak gruplaşmış.

Ama toplumlar durmuyorlar, her şey değişiyor ve gelişiyor. Göçmenler kentte yerleştikçe yeni kentliler ortaya çıkıyor. İşte benim yirmi yıldır üzerinde çalıştığım konu bu. Kentlerin çevresindeki yoksullar, esnaflar, yoksul kadınlar, varoşlardaki gençler.

İlk kez 2000'lerin başında Ali Müfit Gürtuna başkanlığındaki İstanbul Büyükşehir Belediyesi'nde bu konuda tarih boyunca yapılmış en kapsamlı sosyal projeye başkanlık yaptım: Kentim İstanbul.

Buradaki tecrübem 2009'daki Antalya seçim çalışmasında işime yaradı.

2013'te Kemal Kılıçdaroğlu'nun önerisiyle Gökhan Günaydın'la çalışmaya başladım. Veriye dayalı iletişim, belediye başkanlarının hizmet performanslarını karneleme gibi kavramlar bu dönemde konuşulmaya başladı. Günaydın'ın yönetiminde "Kentine Güvenen Kentler Buluşması"nı yaptık.

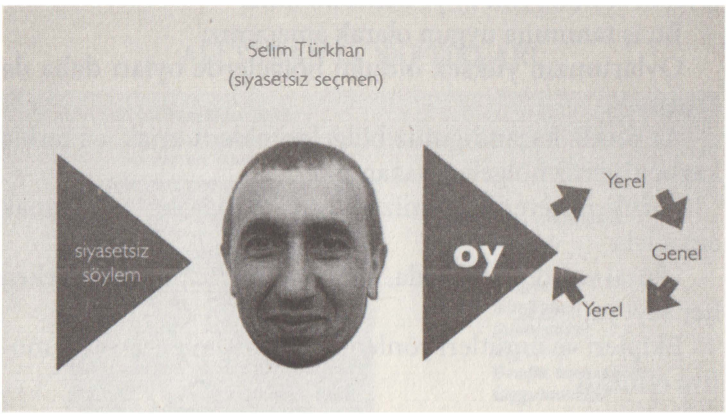
2014'te Ankara Büyükşehir, Bursa Büyükşehir, Ordu Büyükşehir, Seyhan, Giresun ve Büyükçekmece başta olmak üzere, tamamı riskli bölgelerden seçilmiş otuz civarı yerel seçim bölgesinin kampanyasını yönettim veya buna dahil oldum.

Ve şimdi buradayım. Bir siyasi partiye sunum yaptığımın farkındayım ama benim konum siyasi aidiyetler değil. Siyasi olarak oy veren seçmenin kararını değiştirmek zor. Ama siyasi nedenlerle oy vermeyen geniş bir kitle var ve onlara seslenebiliriz. Her seçimde bu tanıma uyan seçmenler bulunur ama özellikle yerel seçimlerde seçim sonucunu değiştirecek kadar büyük bir seçmen kitlesi siyasi olmayan nedenlerle oy verir."

SELİM TÜRKHAN SARMALI

Siyasetsiz söylem Selim Türkhan'a ulaşır. Selim Türkhan'ların neredeyse tamamı AKP seçmenidirler ve bun-

lar siyasi olmayan nedenlerle AKP'ye oy verirler. Siyasetsiz söylemlerle Selim Türkhan'lardan kopartacağımız her bir puanlık seçmen, CHP'ye iki puanlık avantaj getirir. Selim Türkhan'ın oyuyla yerelde galibiyet, bir sonraki aşamada genelde galibiyeti getirir ve bu döngü bir kazanma döngüsü olarak devam eder.



YERELİN GENELDEN FARKI

GENEL SEÇİM	YEREL SEÇİM
AKP'nin merkezi kampanyasının gücü	Merkezi kampanya yeterli olmaz, hatta bazen zararlı olur.
Ulusal medyanın gücü	İBB ve kısmen ABB dışında etkisi azdır
Lider kültü çok önemlidir	Lider kültünün önemi azalır

Genel seçim ve yerel seçim arasında üç temel fark var. Genel seçimde AKP'nin "Erdoğan odaklı" merkezi kampanyası çok güçlü oluyor ama yerelde "Erdoğan" imgesinin AKP'li adayla birlikte olmasının yararı şüpheli hatta zarar bile getirebilir. (Yerel seçimde Erdoğan bu hatayı tam öngördüğümüz gibi yaptı.)

Genel seçimde ulusal medyanın etkisi güçlü olur ve bu CHP'nin aleyhinedir. Yerel seçimde ise ulusal medya İstanbul ve kısmen Ankara dışında neredeyse hiçbir kentle ilgilenmez.

YAPACAĞIMIZ İŞLER

CHP'ye verdiğimiz kapsamlı iş tanımının bir özeti için kitabın sonuna (Ek 2) ye bakabilirsiniz.

Bu iş tanımına uygun olarak amacımız:

Oylarımızın yüksek olduğu bölgelerde oyları daha da artırmak,

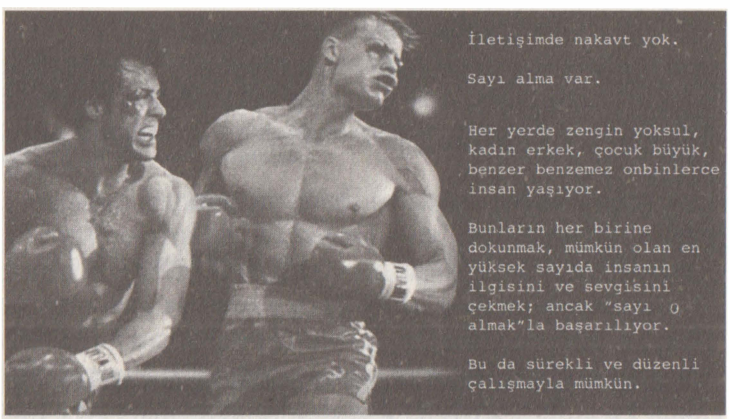
Az farkla kazandığımız bölgeleri elde tutmak, az farkla kaybettiğimiz bölgeleri kazanmak,

Varlık gösteremediğimiz bölgelerde oylarımızı artırmak amacıyla

Ulusal ve bölgesel bazda, iletişim adına yapılması gereken her şeyi yapmak,

Ekipleri ve örgütleri yönlendirmek, bilgilendirmek, motive etmekti.

ROCKY NAKAVT MI ETTİ?

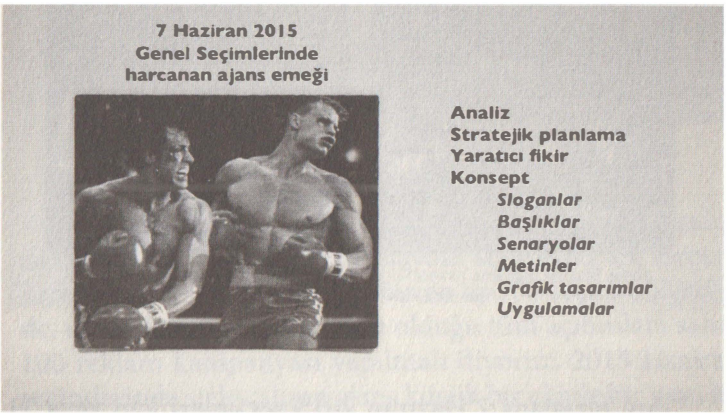


(Daha sonra "Rocky 4"ün efsanevi finalinden bir kare koydum ve herkese sordum. "Rocky bu filmde nakavt mı

yaptı yoksa sayı ile mi kazandı?" CHP MYK'sı yıllardan sonra ilk kez siyaset dışı bir konu hakkında ikiye bölündü. Filmi izleyip görmeleri için yanıtı vermedim.)

Üniversitede derslerine değil de sınavlarına günü gününe çalışan arkadaşlar vardı. Bütün bir yıl yatıp, sınavdan bir gece önce kitabı açan bu arkadaşlar bekledikleri nakavta hiç ulaşmadılar. Çünkü başarılı olmak için sayı almak gerek.

ALİ TARAN'IN YAPTIKLARI



"CHP'nin 2018 Nisan'ından bir önceki seçimi (korkunç 2015 Kasım seçimini saymazsak), 7 Haziran 2015 seçimiydi. CHP 2015 Haziran'da reklamcı Ali Taran'la çalışmış, söylenenlere göre Taran işin ortasında çekip gitmiş, buna rağmen sözleşme gereği parasını almıştı.

Ali Taran, 2015 Haziran seçiminde görseldeki iş kalemlerini yapmıştı.

Fransa, Türkiye veya Hindistan'a seçim kampanyası yapmakla Bursa'nın Orhangazi ilçesine seçim kampanyası yapmak arasında ajans emeği anlamında nitelik ve nicelik farkı sanıldığından daha azdır. Ölçek sadece mecra satın alma bütçesiyle büyür. Bolu'ya yapılacak bir kampanya fikri bulmak ile İstanbul'a yapılacak bir kampanyaya fikir bulmak

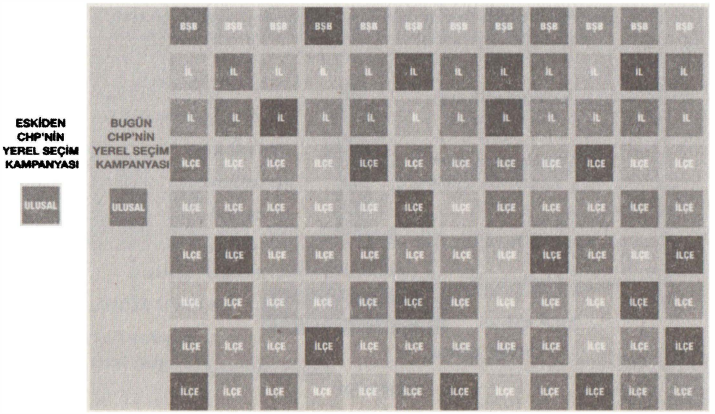
arasında ajans emeği olarak değişen pek bir şey yoktur. Fark İstanbul'un medya görünürlüğüyle ortaya çıkar. Reklam ajansı küçük bir ilçe için de dev bir metropol için de aşağı yukarı aynı emeği harcar ve aynı sayılarda nitelikli üretim yapar."

GENEL KAMPANYA YETMEZ



"Yani bir ajans 7 Haziran 2015 seçimleri için veya 31 Mart 2019'da yapılacak yerel seçimlerin ulusal kampanyasına hemen hemen aynı emeği harcayacak. Yine analiz yapılacak, yine stratejik planlama, buna bağlı yaratıcı fikirler, konseptler, sloganlar, senaryolar, grafik tasarımlar hazırlanacak.

Siz bugüne kadar bunu yaptınız. Genel seçimlerde bir ajansla nasıl çalışıyorsanız, yerel seçimde de bir ajansla öyle çalıştınız. Ajans sadece size bağlı olarak çalıştı, birkaç film üretti ve parasını alıp, kenara çekildi. Yerel seçim böyle kazanılamaz. Bu tip bir reklam faaliyeti seçim sonucunu etkilemez. Yapılması gereken ulusal kampanyanın yanı sıra mümkün olan her seçim bölgesinde de aynı reklam ajansının, aynı stratejik aksından üretilmiş, o seçim bölgesine özel kampanyalar üretmektir."



"2015 Haziran seçimlerinde ulusal kampanya için çalıştığınız reklam ajansı size bu slaydın solundaki tek kırmızı kare kadar emek harcamıştı. Biz en az 100 seçim bölgesinde, ulusal kampanyanın sahip olduğu tüm açılımlara sahip 100 reklam kampanyası yapılmalı diyoruz. 2015 Haziran seçimlerinde sizle çalışan ajans küçük bir ekiple bir veya iki ay çalışmış olmalı. Bu arada diğer işlerini aksattığını bile düşünmüyorum, neticede bir slogan bulup, iki reklam filmi çekmek kimsenin fazla vaktini almaz.

Ben size onlarca kişinin çalıştığı bir ekip kurup, aylar sürecek bir çalışma takviminden bahsediyorum. Benim size bahsettiğim iş tanımını CHP hayatı boyunca görmedi. Boyutu hakkında bir fikir edinmeniz için böyle görseller koyuyorum ama bunlar da anlatmaya yeterli olmayacak. Çünkü benim kafamdaki planda Türkiye'deki tüm il ve ilçeleri gezmek, gençlik ve kadın örgütleriyle bir araya gelmek, hiç tanımadığım il ve ilçeleri tanımak için gayret göstermek var."

Kısaca, 2015 Haziran seçimi için veya 2014 yerel seçimi için çalıştığınız ajansın en iyimser tahminle yüz katı fazla iş yapmaktan söz ediyorum."



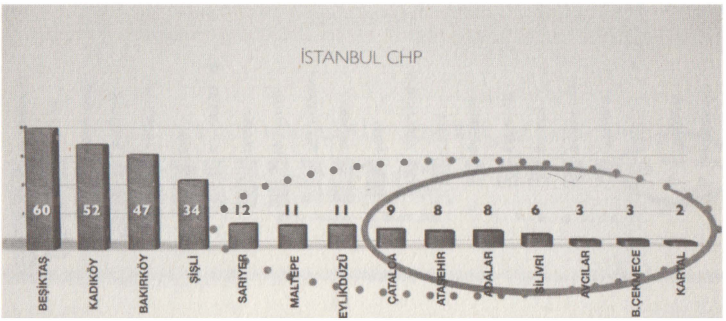
"Bu resimdeki CHP'nin bir ilçede seçtiği aday. Bu adayın karakter özellikleri, uzmanlığının seçime ilişkin etkileri, sosyal konumu, fiziksel görünümü, ailesi bir yana; adayın rakiplere karşı konumlanması ve hedef seçmen üzerinde etki alanını bir yana koyalım.

Adayın seçim bölgesinde tüm partilerin ittifak veya muhalefet etkileri, bölgenin demografisi, rakiplerin söylemleri, parti örgütünün yapısı, bölgenin ihtiyaçları ve ulusal siyasi gündemin bölgeye etkisini de bir yana koyalım.

Ayrıca bir yana verimli söylem alanlarını, bir yana da hem aday için hem de parti için üretilebilecek algı kanserlerini yazalım.

Seçimi kazanmak istiyorsanız, sadece ülke geneli bir kampanya yapmak yetmez. Mümkün olan tüm seçim bölgelerinde ayrı ayrı seçim stratejisi kurgulamak ve ayrı ayrı seçim kampanyası yapmak gerek. Bu yapılmazsa ne olur? Bugüne kadar olduğu gibi olur. Medya sadece birkaç seçim bölgesine odaklanır, gerisine ne medya bakar ne parti. Birkaç zengin ilçe dışında hiçbir seçim bölgesinde doğru iletişim yapılmaz. Bozuk tuğlalarla sağlam duvar örülmez.

Bu işin konfeksiyon giysisi olmaz, her adayı ölçüp biçip ona göre giysiler dikmeliyiz.



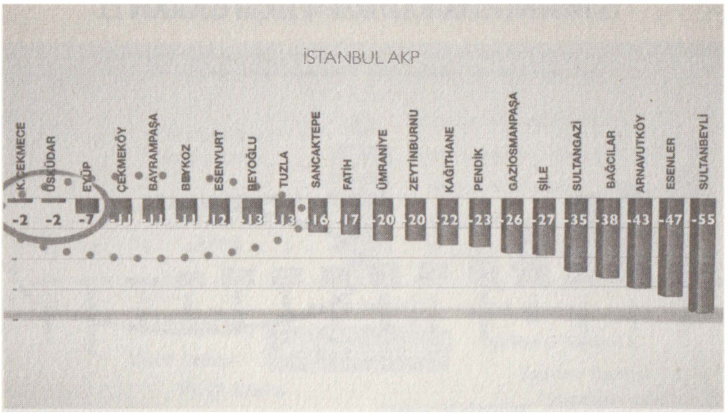
(Bilgisayar tuşuna bastım ve ekrana bu görüntü geldi. Ekranda görünenlerin İstanbul'da CHP'nin elinde olan 14 ilçe olduğu belliydi ama üstteki sayılara ilk bakışta kimse anlam verememişti.)

"Bunlar CHP'nin İstanbul'da kazandığı 14 ilçe. Her biri kendi havasında, birkaçı dışında hiçbirinin diğerinden haberi olmadığı, birkaç ay öncesine kadar sistematik anlamda bir araya bile gelmemiş on üç prens ve bir prenses."

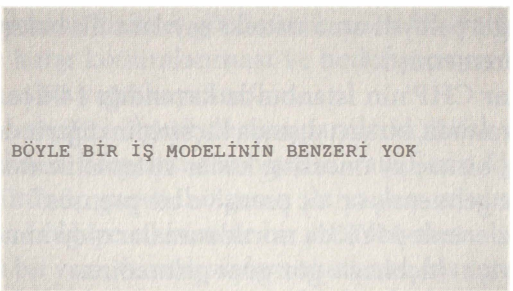
Bu sözlerimle MYK'da mırıldanmalar oldu ama perdeye baktığım için hiçbiriyle göz göze gelmedim.

"Sütunların üzerinde gördüğünüz sayılar seçimi kaç puan farkla kazandıklarını gösteriyor. Bu tabloya iyimser bir tedirginlikle bakarsak Çatalca, Ataşehir, Adalar, Silivri, Avcılar, Büyükçekmece ve Kartal'ın risk grubu içinde olduğunu görebiliriz. Biraz daha az iyimser bir bakışla listeye Sarıyer, Maltepe ve Beylikdüzü de dahil olur. Yani 2014'te yapılan hataları tekrarlarsak, gelecek yıl yapılan seçimde çantada keklik diyebileceğimiz sadece dört ilçe var: Beşiktaş, Kadıköy, Bakırköy ve Şişli.

AKP'nin elindeki ilçelerden sadece Küçükçekmece ve Üsküdar'da iki puan fark var. Eyüp'ün puan farkı 7. Diğer ilçelerin tamamında fark 10 puandan fazla.

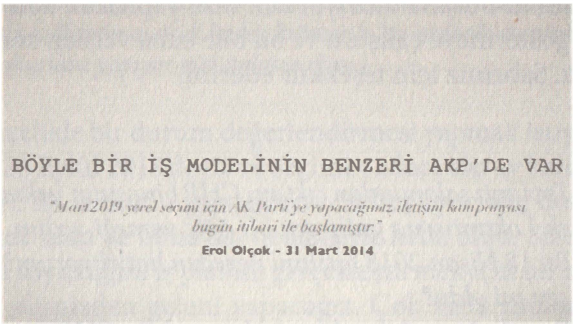


Gördüğünüz gibi tablolar içaçıcı değil ve bu tablolar ancak çalışmakla ve çalışmaya hemen başlamakla düzelebilir.



Size alışık olduğunuz göstermelik reklam hizmetiyle karşılaştırılmayacak kapsamda bir iş tanımı yaptım. Bazılarınıza deli saçması gelecek kadar çok iş yapacağımızdan bahsettim. Belki içinizden "Böyle bir çalışma modelinin benzeri yok" diyenleriniz olmuştur.

Böyle bir çalışma modeli CHP'de yok... Ama başka bir partide var:



AKP, COCA-COLA GİBİ

(Daha önce Erdoğan'ın referans imajını perakendecilikteki 1 litrelik Coca-Cola'ya benzetmiştim. CHP'ye yaptığım sunumda da AKP'nin iletişim tarzını Coca-Cola'ya benzettim. Hayır Coca-Cola reklamlarını yapmıyorum, şekerli ve asitli içeceklerden uzak durun. ŞAŞ'tan [Şıra, Ayran, Şalgam] şaşmayın.)

Türkiye tarihinin reklam işini en iyi yapan partisine karşı mücade ediyoruz. Tıpkı Coca-Cola gibiler. Hem en öndeler hem de hâlâ açık ara en çok reklamı onlar yapıyor. Muazzam bir bütçeleri var ve bu adamlar hiç ara vermeden çalışıyorlar. CHP'nin hem bu kadar parası yok hem de inanılmaz bir zaman israfı alışkanlığı var.

Beni ocak ayında CHP'ye çağırdınız ve bu buraya beşinci gelişim. 100 günü sunum yaparak geçerdik, kaldı 350 gün. Doğru adayları seçmek için önce doğru bir araştırma şirketi gerek. Araştırma olmazsa her yer karanlık olur ve ben karanlıkta koşamam.

2014'te araştırma şirketlerinin parasını belediyelere ödetmiştiniz ve bu belki suistimallere, belki de muteber şirketlerin dedikodularla lekelenmesine yol açtı ama güvenilir verilere ulaşmaya yol açmadı. Parasını belediyelerin değil, CHP'nin ödeyeceği bir araştırma şirketiyle hemen anlaşmanız gerekiyor. Ve benim de bugünden itibaren sokağa çıkıp her seçim bölgesine gitmem gerekiyor.

Sunumu burada bitiriyorum. Size yapılacak işin çerçevesini göstermeye çalıştım ve bu bile bana verilen süreyi iki kat aştı. Sabrınız için teşekkür ederim.

Toplantı salonundan çıktım. CHP binasının yakınındaki Çiçek Lokantısı'na gidip geç bir öğle yemeği yedim.

Bu 18 Nisan 2018 tarihini nereden hatırlıyorum? O gün bir şey mi oldu?

Ben kahvemi içerken haber geldi: CHP'den değil, Saray'dan... Tayyip Erdoğan, Cumhurbaşkanlığı ve parlemento seçimini erkene aldıklarını açıkladı: 24 Haziran 2018.

İnanılmaz. CHP'ye onca sunum yaptıktan sonra son anda, baskın erken seçim mi açıklandı yani?

Tam olarak öyle oldu. Ve yerel seçim bütünüyle gündemden düştü. Önce kim cumhurbaşkanı adayı olacak diye tartışıldı, sonra "Gel Muharrem" dendi, "Muharrem"in roket gibi yükselip maket gibi düşüşünü izledik, en son kurultay imzası filan derken beş ay daha gitti.

Seni ne zaman çağırdılar?

26 Eylül 2018'de. Yerel seçime altı ay kala. Benim iş planıma göre bir buçuk yıl bile yetmezken.

Peki siz bu arada yerel seçim için çalışmaya devam edemez miydiniz? Hem şarkı söylemek hem de yürümek mümkün değil mi CHP'de.

Buraya bir gülümseme emojisi gerekiyor.

(2018 Cumhurbaşkanlığı seçimi süreciyle ilgili notlarım için blog'uma bakabilirsiniz.)

---

26 EYLÜL 2018

(26 Eylül 2018'de CHP'ye bir sunum daha yaptım. 18 Nisan'dan beri Genel Merkez'e gelmemiştim. MYK birkaç kişi hariç değişmemişti. Bu sunumda nasıl yapacağımızdan çok ne yapacağımıza odaklandım. Bütün detayları buraya aktarmayacağım. Ayrıca yazılı anlatım ve sözlü anlatım arasındaki açığı kapatmak için orijinal sunuma

sadık kalarak, bazı kısımları geliştirdim. Bu bölüm dolaylı anlatım kalıbı kullanılmayacak kadar katmanlı, bu nedenle sunumu direkt siz okurlara yapıyor gibi anlatacağım.)

Öncelikle bir durum değerlendirmesi yapmak istiyorum. Şu an 26 Eylül 2018'deyiz ve seçime sadece altı ay kaldı. Ben CHP'ye ilk sunumu yaptığımda on beş ay vardı, dokuz ay elimizde olan ve olmayan nedenlerle heba oldu. Size nisan ayında söylediğim iş planını gerçekleştirmek için bir mucize gerek, elimizden geleni yapacağız. Çok fazla zaman gitti. Zamanı geri alamayacağımız için bunun için üzülmenin de anlamı yok.

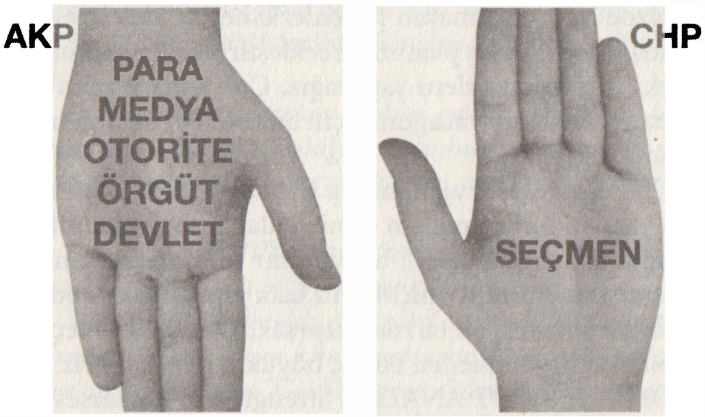
CHP'nin reklam ajanslarıyla tecrübesi, seçime bir iki ay kala yapılan birkaç reklam filmi ve ilanla sınırlı kalmış. Bu çalışma biçiminin yararlı olmadığını ve olmayacağını size anlatmıştım. Bu altı ay, hiçbirimiz hata yapmazsak ve bugüne kadar görülmemiş bir tarzda çalışırsak, önümüzdeki seçimde hiçbir yeri kaybetmeden birkaç büyük kenti alabiliriz.

Önce bir SWOT ANALİZİ, Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats (Güçlü Yönler, Zayıf Yönler, Fırsatlar, Tehditler) sunmak istiyorum (EK 3).

CHP'NİN ELİNDE NE VAR?



SWOT analizleri durum değerlendirmesi için yapılır. Durum yukarıdaki gibi. AKP'nin elinde çok büyük güçler var. Para onda, medya onda, devlet, ordu, polis onda... Her şey AKP'nin elinde. Öte yandan CHP'nin elinde AKP'de olmayan bir tek şey var ki bunun gücü AKP'nin elindeki tüm varlıkların gücünden daha fazla.



Bana göre bütün insanlar değerlidir ve her zaman "Ne mutlu ki dağdaki çobanla, profesörün eşit oy hakkı var" derim. Çoban ve profesörün oy hakları eşit ama etki kabiliyetleri eşit değil. Türkiye'nin en eğitimli %25'inin CHP'ye oy verdiği bilimsel istatistik bir gerçek.

Bu durumun muazzam gücünü ve bu muazzam gücün nasıl bozuk para gibi harcandığını şu örnekle açıklıyorum: CHP bir kasabadaki doktor. Yüzlerce insan onda şifa buluyor, tüm bu hastalar ona minnet duymaya hazır. Ama bu doktor ona gelen hastaları "Siz hırsızsınız, siz hainsiniz" diye azarlıyor ve aşağılıyor. Herkes onu sevebilecekken, herkes ondan nefret ediyor. CHP'nin seçmenini bu hale kim getiriyor?

MUHALEFET ESNAFLARINA DİKKAT

John Fowles'ın "Aristos" adlı kitabında mükemmel bir soru var: "Yaptığın muhalefet muhalif olduğun şeyi güçlendiriyor

mu, zayıflatıyor mu?" (Bu soruyu "Radikal Sevgi Kitabı"nın arka kapağında da kullandım)

Türkiye'deki muhalifler bu soruyu bir kâğıda yazıp her gün görecekleri bir yere asmalılar. AKP'nin tek başına iktidar olarak yirmi yıl geçirmesinde muhaliflerin bu soruyu pek sormamasının da etkisi büyük.

AKP seçmenini aşağılayarak, bu seçmen profilini tanımayıp yekpareleştirerek AKP'nin tam istediği şeyi yapmış olursun: Muhalefet esnaflığı.

Muhalefet tellaları da diyebilirdim, muhalefet esnafları dedim. Ben de bir esnaf çocuğuyum. Kategorik olarak esnaf kötüdür denemez ama muhalefet satan esnaf kötüdür. Muhalefet esnafları yirmi yıldır kirli bir bakış açısını yayıyorlar, süslü sözleriyle beğeni topluyor, topladıkları beğeniyle güç ve para kazanıyorlar.

Kanaat önderleri gazetede köşe yazan kişilerle sınırlı değildir, bazen bir ailedeki çocuk da o ailenin kanaat önderi olabilir. Muhalefet esnafları için de aynısını söyleyebiliriz, bu kişiler sadece kendine mecra bulabilen kişilerden ibaret değildir, kibirli bir öğretmen, aksi bir emekli veya bıçkın bir öğrenci de muhalefet satarak geçinebilir.

Dünyanın en acayip reklam kampanyasını da yapsak, bu insanların yarattığı kin, aşağılama ve ötekileştirme iklimini yok edemezsek seçimi kaybederiz. Bu insanlar bilmeden (belki bilerek) Erdoğan'ın işine gelen bir dil yaratıyorlar ve bu dil tabandan tavana ulaşıyor.

KARAGÖZ'ÜN DAYAĞI

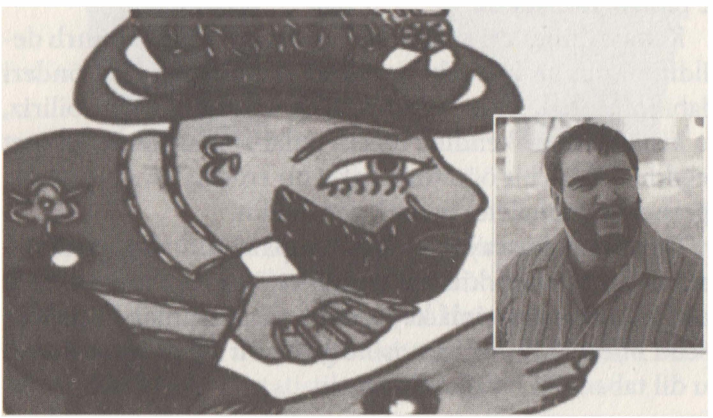
Batı için Gargantua neyse Doğu için Karagöz odur. Gargantua'nın farkı onu ortaçağ öyküleri içinden çıkartıp, tutarlı bir roman (ilk roman) karakteri haline getiren Rabelais gibi bir yazarının olması. Pertev Nail Boratav bir zamanlar buna yeltendi ve "hakiki" Nasreddin Hoca fıkralarını derledi.

Karagöz'ün kökeninin pek çok başka şey gibi Hindistan'a dayalı olması muhtemel. Devlet Karagöz'e el atmadan önce, Karagöz hayli küfürbaz, sürekli geğiren, gaz çıkartan ve her sorunu dayakla çözen, izleyicileri de gülmekten öldüren biriydi.

Karagöz devletin eline geçince hızla ehlileşti. Tıpkı halk türküleri gibi Karagöz de solfeje uygun hale getirildi. Geğirtileri, gazları derhal yok edildi, küfürleri "eşşoğlu eşek" seviyesine indi. Devlet Karagöz'ün diline dokundu ama dayakçılığına dokunmadı. Karagöz her sorunu yine dayakla çözmeye devam etti ve çocukluğunda orijinal Karagöz'ü izlemiş yaşlı insanlar, bu görece "kentleşmiş" Karagöz'ün aslına dönüp küfrü basacağı anı sabırla ve boşuna bekledi.

Karagöz'ün izleri birçok Yeşilçam karakterinde görüldü. Dağdan gelip bağdakini kovan, "zonta", "kıro", "maganda" tiplerin, kurallardan bahseden kentli insanları patakladığı filmler hasılat rekorları kırdı.

RECEP İVEDİK KARAGÖZ'DÜR



On yıl önce sadece huy olarak değil görünüş olarak da Karagöz'ün benzeri olan bir karakterle tanıştık: Recep İvedik... Recep İvedik kırmızı gömleği, kaba sakalıyla Karagöz'ün güncellenmiş sürümüydü; geğirmesi, böğürmesi, yellenmesi ve küfürleriyle de sinema tarihinde orijinal Karagöz'e en yakın karakter olmuştu.

Son gerçek Karagöz oyunu oynandıktan belki yüz yıl sonra çıkan Recep İvedik de orijinal Karagöz'le aynı kaderi

yaşadı ve yaşıyor. Onu çocuklar seviyor, titiz anneler babalar hiç hoşlanmıyor.

Recep İvedik Güngören'de oturur, soyadına bakılırsa ailesi Ankara İvedik'den göçmüş diyebiliriz. O kente yeni gelendir. Göçmendir. Muhtemelen ikinci nesil kentlidir ve kente henüz tutunamamış, dikiş tutturamamış biridir. Bu yüzden kendi sözleriyle "agresiftir, komplekslidir." Toplumsal bilinçaltında Recep İvedik ve Recep Tayyip'in sevilmelerinin bir hayli ortak noktası var. Sakın ola ki bu ortak noktaları hafife almayın ve küçümsemeyin.

Recep İvedik Karagöz'dür... Karagöz "yapacağım" der, Hacivat "yapamazsın" der, Karagöz Hacivat'ı döver ve istediğini yapar. Komedinin temel mekaniği bundan ibarettir.

Karagöz haylaz öğrenci, Hacivat titiz öğretmen.
Karagöz haybeci genç, Hacivat nasihatçi ihtiyar.
Karagöz gaz, Hacivat fren.
Karagöz köy kentli, Hacivat kentli.
Karagöz esnaf, Hacivat memur.
Karagöz AKP, Hacivat CHP.

Karagöz kural tanımayan mahalle kabadayısıdır. Hacivat da ona kuralları anımsatan okumuş kişi. Hacivat Karagöz'ü küçümser, Karagöz Hacivat'ı döver... Ben bildim bileli bu oyun böyle oynuyor.

Hacivat'ın işlevi Karagöz'e muhalefet etmekten ibarettir. Hiçbir oyunda Hacivat'ı bir şey yapar veya yapmaya çalışırken görmeyiz. O sadece yapılana (yani Karagöz'e) muhalefet eder.

HACİVAT'I ÖLDÜRMEK

Peki ya Hacivat oyundan çekilirse? Hacivat bu oyundan çıkarsa ne olur? Hacivat olmayınca Karagöz'ün ne anlamı kalır?

Sizden ricam, en azından 31 Mart'a kadar AKP'ye muhalefet etmeyi bırakmanız. Siyasi propagandaya yerel seçim boyunca son vermeniz.



?

Yerel seçimden sonra dilediğinizi yapın, orası benim konum değil. Ama 31 Mart'a kadar 6 ay boyunca "bildik CHP muhalefeti"ni bırakmanızı istiyorum.

"FUCK TRUMP" TİPİ MUHALEFET

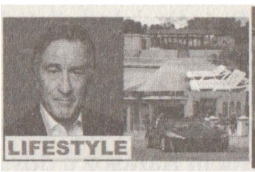
Robert De Niro birkaç ay önce bir ödül törenine çağrıldı ve sahnede şunu söyledi:



Büyük bir alkış koptu. De Niro'nun bu sözleri bütün dünyada baş haber oldu.

John Fowles'i anımsayalım: Robert De Niro'nun Trump'a karşı yaptığı bu muhalefet Trump'ı güçlendirdi mi, zayıflattı mı?







Robert De Niro saygı duyulan muazzam bir sanatçı. Aynı zamanda iyi eğitimli ve çok zengin biri. Tıpkı onu alkışlayan bu insanlar gibi.

Trump seçmenleri Robert De Niro'nun Trump'a küfretmesini nasıl yorumlamıştır?

Muhtemelen şöyle dediler: "Bay De Niro, benim oy verdiğim adama küfretti. Bu bir anlamda benim kararlarıma da edilmiş bir küfür. Belki De Niro kadar zengin veya eğitimli değilim ama aptal da değilim. Trump'a oy verdiysem bir bildiğim var. Artık Trump'a eskisinden daha bağlıyım."

Post modern bir cehalet çağında yaşıyoruz. Herkes güncele boğulmuş durumda. Bu nedenle herkes eleştiriye kapalı, herkes çok saldırgan. Artık en gelişmiş Batı ülkelerinde bile mizaha, ironiye, nükteye, eleştiriye kapalı olanlar çoğunlukta. Dünyayı yöneten liderlere bakıp "Delilik çağı"ndayız derken, liderleri toplumların doğurduğunu unutmamalı.

De Niro bir muhalefet etti ve yaptığı muhalefetle Trump'ı daha da güçlendirdi. Amacımız neydi, Trump'a küfür etmek mi, Trump'ı yenmek mi?

Bu durum size tanıdık gelmiyor mu? Erdoğan ilk günden beri okumuşların nefret objesi. Peki bu nefret Erdoğan'a zarar mı verdi, güç mü verdi?

Kılıçdaroğlu, İstanbul Büyükşehir Belediye Başkanı adayı olduğunda "organize dürüstlük" diye bir kampanya yaptı.

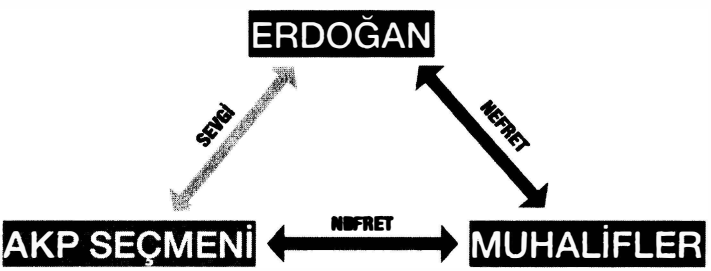
Bunun "Fuck Trump" demekten ne farkı var? Tüm bir AKP'yi ötekileştirip, siz "organize hırsızsınız" demek, "Fuck Trump" demekle aynı şey değil mi?

2009'da CHP İstanbul'da "organize dürüstlük" diyerek seçim kaybetti, aynı anda biz Antalya'da, "Antalya Ankara'dan zengin" diyerek seçimi kazandık. Bu iki söylem birbiriyle gece gündüz gibi farklı. Biri diyalektik iletişim, öteki diyalojik iletişim.

Eğer Amerikan Demokrat Parti, De Niro'nun tarzıyla Trump'a küfrederek muhalefet ederse, şimdiden söyleyeyim seçimi kaybedecek. Hacivat'ın Karagöz'ü dövdüğü görülmüş şey değildir.

O halde ne yapacağız? Bu Karagöz ile Hacivat oyununa devam edip, Erdoğan'ın her seçimden zaferle çıkmasını mı izleyeceğiz?

SİSTEM NASIL İŞLİYOR?



Yukarıdaki tablo Erdoğan'ın çeyrek yüzyıllık başarı tablosu.

Erdoğan kendisini seçenleri seviyor, muhaliflerden nefret ediyor.

AKP seçmeni Erdoğan'ı seviyor, muhalifler Erdoğan'dan nefret ediyor.

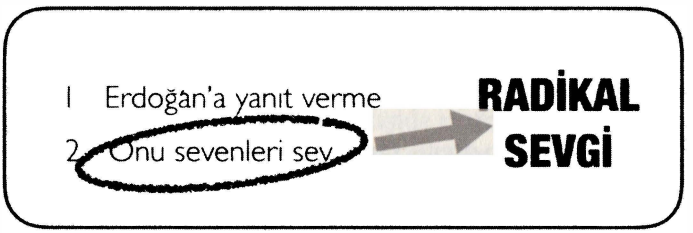
Erdoğan'ın iki besin kaynağı var: Seçmenlerinin sevgisi ve muhaliflerinin nefreti. Bu iki besini düzenli tüketince dengeli

beslenmiş oluyor. Yani muhalifler nefretleriyle Erdoğan'ı besliyorlar.

Bir kişiye olan aşk ve nefret tek başına o kadar da önemli bir konu olmayabilir. Ama bir etkileşim daha var ki zurnanın zırtı da orası. AKP seçmeni ve AKP muhalifleri de birbirlerinden nefret ediyorlar. Esas bela bu... Ülkenin iki yarısı birbirine düşman.

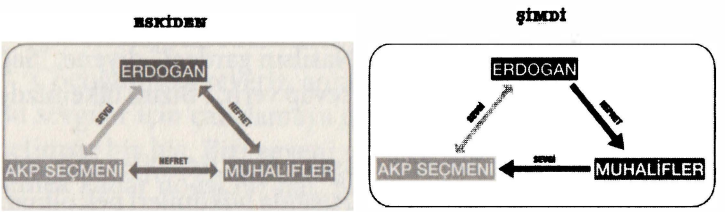
Size seçim için CHP'nin bugüne kadar hiç yapmadığı bir önerim var. Topu topu iki cümle. Bu iki cümleyi benimser ve uygularsak, seçimi kazanabiliriz:

STRATEJİMİZİN TEMELİ



İşte bizim stratejimiz bu... Bu kadar basit. Sizden sadece bunu istiyorum.

Söylemesi kolay ama uygulaması çok zor, farkındayım. Tüm alışkanlıkların değişmesinden bahsediyorum. Tüm söylem dilinin, tüm medya kullanımının, tüm reklam anlayışının...



Tabloda iki değişiklik yaptık ve bütün kimya bozuldu...

Erdoğan ve AKP seçmeni birbirini sevmeye devam ediyor ama CHP, Erdoğan'dan nefret etmeyi bırakıyor. Seviyor demiyorum, sevmesi gerekmiyor... Sadece nefret etmeyi bırakıyor. Erdoğan tabii ki nefrete tek taraflı devam ediyor ama bir yankı yok...

Bir yankı almak için çok zorlayacak, her gün daha sert sözler söyleyecek çünkü bu nefrete ihtiyacı var. Ama bu besini ona vermeyeceğiz, ondan nefret etmeyeceğiz, çok zor olacak ama onu görmezden geleceğiz. Kılıçdaroğlu, Erdoğan'a laf çarpmayacak, ak dediğine kara demeyecek, gece dediğine gündüz demeyecek, hiçbir şey demeyecek. Seçim boyunca CHP genel merkezi komple geri çekilecek. Ne Kılıçdaroğlu ne de herhangi bir MYK üyesi muhalefet edecek. Siyaseti yükseltecek hiçbir şey yapılmayacak.

SENİ SEVMEYEN ÖLMESİN

Öte yandan CHP, AKP seçmenini sevecek. Gerçekten sevecek. Bütün kalbiyle sevecek. Neden sevecek? Çünkü AKP seçmeni de "halk;" çünkü AKP seçmeninin ezici çoğunluğu işinde, gücünde mülayim insanlar; çünkü AKP seçmeninin ezici çoğunluğu toplumun en yoksul, en ezilen, en horlanan kesimi ve kendine sosyal demokrat diyen bir seçmen en yoksul olan insanlara ağzıyla değil kalbiyle konuşmalı.

CHP seçmeni AKP seçmenini severken, AKP seçmeni ne yapacak? Nefrete devam edecek mi?

Ben Bursa Papazçeşme'den geliyorum ve bu ülkenin halkıyla ilgili tek bir şey biliyorsam, ister Diyarbakırlı ister Rizeli ister Vanlı ister Muğlalı olsun, bu millet "Selamınaleyküm" diyene, "Aleykümselam" der; "Nasılsın gardaş?" diyene, "Sağ ol kardeşim sen nasılsın?" diye cevap verir... Bizim ülkemizde sevgi yansır.

Elbette kışkırtıcılar olur, maşalar olur, tetikçiler olur ama bunların halkın genel sevgisi karşısında hükümleri pek olmaz. Sevgi yansıması hızla gerçekleşmez, toplumun en yoksul kesimlerinden kısa sürede ciddi bir oy kopuşu da bekle-

meyin ama karşılıklı nefret ortamı yumuşadıkça, siyasetsiz seçmenlerin karar değiştirme katsayıları artar.

RADİKAL SEVGİ

Radikal sevgi, seni sevmeyeni sevme gayreti.

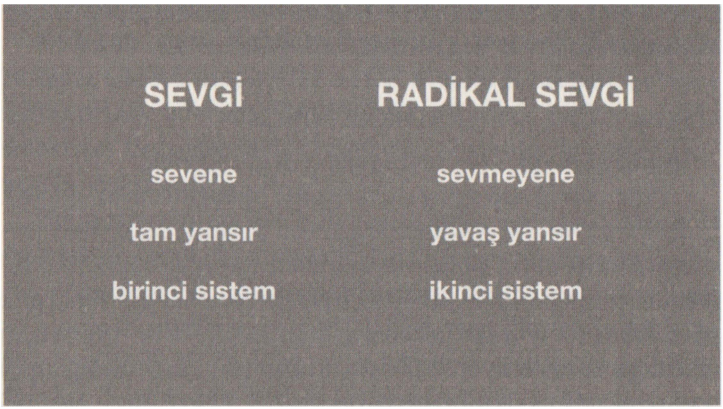
Anne çocuğunu sever, iki arkadaş birbirini sever, iki âşık birbirini sever; bu sevgiler olağandır. Sıradışı olan, seni sevmeyeni sevmektir. Sevginin kökünde karşılık beklentisi olmaz, kök sevgi hiçbir yansıma beklemeyen sevgidir. Lacan'a göre "seni seviyorum" demek, "Ben eksiğim ve sen benim eksikliğime sesleniyorsun" demek. Bireyler eksik olduğu gibi toplumlar da eksik olmaz mı?

Sürekli nostalji güzellemesiyle geçmişe olmadık anlamlar yüklüyoruz, bunun da kökünde böyle bir eksiklik yok mu? Spinoza sebebini anlamadığı bir sevgiyle karşılaşan insanın bu sevginin nedenini onu seven kişide aramasından bahseder, bu sevginin köküne giden bir yolculuktur. Gazali sevginin baş şartının tanımak olduğunu söyler, tanımadığımız insanı sevemeyiz. Fanuslarımızda yaşayıp, Facebook gruplarımızda birbirimizi beğenerek, ötekini anlayamayız ve bu anlayışsızlığı bitirmek için bir adım atılacaksa, bu ilk adım eğitime daha fazla şans bulmuş kişilerden gelmeli.

Radikal sevgi, tepkinin yarattığı öfke ve öfkenin yarattığı tepkiyle kendini tanımlamaz. Bu öfkenin zıttı veya benzeri değildir, tamamen dışarıda üçüncü bir yoldur ve onu radikal yapan da bu. Fakat bu konuya girmek Hegel ve Deleuze arasındaki bir tartışmaya dahil olmak ki bu kadar kısıtlı bir sürede sanırım kimse bunu istemez.

SEVGİ İLE RADİKAL SEVGİNİN FARKLARI

Çocuğumuzu severiz, annemizi severiz, yârimizi severiz. Bu sevgiler için çabalamaya gerek yok, içimizden gelen denetimsiz bir his. Bizi seveni sevmek esnemek veya gülümsemek kadar doğal bir hal. Bu sevgi hemen yansır, kolayca karşılık bulur. Bilinen anlamıyla "sevgi" beynimizdeki birinci sistemde.



Radikal sevgi ise bize kavramsal bir soru sorar: Seni sevmeyen birini sevebilir misin? İlk ateşi sen yakabilir misin? Etkiyi ve tepkiyi bir an için unutup, yeni bir söz yaratabilir misin? Bunu karşılık beklemeden yapabilir misin? Nazım Hikmet'in sözleriyle: Sen elmayı seviyorsan, elmanın da seni sevmesi şart mı?

Sevgi tanımını sorgular, bu tanımın kökenine iner; seni sevmeye fırsatı olmamış veya hislerini hırs ve öfkeyle şekillendirmiş bir kişiyi seversen, bu sevgi radikal bir eylem haline gelir ve düşünce yapısı bütünüyle değişir.

Birinin ak dediğine ötekinin kara demesinden ibaret bir tartışmaya, "Mavi" diye katılmaktır radikal sevgi.

Radikal sevgi, bir siyasal iletişim hamlesi. Ama tüm reklamlar, tüm siyasal iletişimler içselleştirilmeme ve sahte olma riski taşır. Diyalektik iletişimin "işletim sistemini" terk etmek ve insanları sevmeye çağırmak, entegre, zekice, kolektif bir çabayla (ve belki) mümkün olur. Radikal sevgi emek, özveri ve sabır ister; bu nedenle beynimizin ikinci sistemine ait bir eyleyiştir.

Birbirini gören, birbiriyle konuşan kişiler bu konuşma adabını bozmadıkça zamanla birbirlerini sevmeye başlarlar. Eskilerin "Önce evlensinler sonra birbirlerini severler" sözü gibi, ikiye bölünmüş toplumları da "evlendirmek", bir araya

getirmek; birbirlerine saygıyı kaybetmeden birbirlerini tanımalarına fırsat vermek gerekir. Tanıdıkça seversin.

Bu nedenle radikal sevgi, bir Kayahan şarkısı değildir; içinde bulunduğumuz kopukluk çağına merhem olacak devrimci bir politik harekettir.

YETMİŞLİ YILLAR

Bu tanım size yeni gelebilir ama bu söylem hiç de yeni değil... Yetmişli yıllar boyunca CHP'nin dili yoksul halka, o halkla aynı düzlemde konuşan harika bir dildi. Bu dil, benim kuşağımdaki herkesi etkiledi. "Hababam Sınıfı", "Neşeli Günler", "Süt Kardeşler" gibi filmlerden, "Umut"a, "Sürü"ye, "Bereketli Topraklar"a uzanan; "Tamirci Çırağı", "Yoksulluk Kader Olamaz", "Ey Özgürlük"le dillere dolanan hatta bazen en basit pop şarkıda bile hissedilen iklim.

Bu iklim bir muhabbetin, beraberliğin, dostluğun, yoldaşlığın, inanç birliğinin iklimiydi.

12 Eylül faşizmi, işkenceler, hızlı göçler, post modern ayrılıklar derken bugünlere geldik. Şimdi yeninden yoksulluk tanımları yapmanın, yeni kentlileri ve yeni gelen nesilleri tanımanın ve halkın tamamını yeniden sevmenin zamanı.

MUHALEFET ESNAFLARINA SAVAŞ

CHP seçmeninin AKP seçmenini sevmesi "Radikal Sevgi" kavramını anlamakla mümkün.

Bu sevgiyi CHP seçmenine yaymak için "muhalefet esnafları"nın ideolojik hegemonyasından kurtulmak gerekir. Benim bu seçim kampanyasındaki temel görevim bu. Elimde çocuklar dahil, 20 milyon CHP'li seçmen var. Bundan büyük bir güç mü olur? 20 milyon kişi sevmeye başlarsa gönül duvarlarını geçtim, dağlar taşlar yıkılır. Adı "halk partisi" olan bir partiyi, halktan soğutan kibir, alaycılık, yüksek siyaset ve telaş duygularına izninizle savaş açacağım. Bunu da tek başıma yapmayacağım, hep birlikte yapacağız.

CHP yönetimi söylemese de CHP'ye oy veren seçmeni etkileyen kişiler yıllarca "makarnacı", "bidon kafa", "kömüre

oy satanlar", "göbeğini kaşıyanlar" diyerek AKP seçmenini bloklaştırdılar. Bu ifritler yayılmaya AKP'lilerce veya AKP'ye muhalefetle başlamadı. Kin tüccarlığı her dönem revaçta bir meslek oldu.

Bu söylediklerimin tamamını CHP'nin bu binasında veya il ve ilçe örgütlerinde en az on yıldır anlatıyorum. 2009'da bu düşüncelerle Antalya'yı kazandık, 2010'da bu toplantı odasında benzer bir sunum yaptım. O zamanki MYK üyelerinden biri "Bana iş örneği göster" diye toplantıyı sabote etti. Ben ona "İş örneğini git Antalya'da gör" deyince de ipler koptu.

Reklam bu işin en basit kısmı. Bir zihniyeti kökten değiştirmesi gerekiyor. Bu iki maddelik strateji için, "E bunu bir çocuk da düşünebilir" diyebilirsiniz. Zaten bütün mesele de budur. David Ogilvy reklamcılık için "Göz önünde olanı gözünün önüne getirme sanatı" demiş. Zor ve gerekli olan, bir çocuk kadar basit ve net düşünmek değil mi? Bir çocuğun bile düşünebileceği bir şey bunca yıldır niye düşünülmedi? Düşünenler varsa niye uygulayamadılar? Neden kırk yılımız bu Karagöz ile Hacivat oyunuyla geçti?

ZITLAR BENZER

Erdoğan, 2010 referandumundan itibaren başka bir makasa girdi. Belki ondan önce de öyleydi ama bu çok açığa çıkmıyordu. Eskiden her seçim sonrası "Bize oy vermeyenleri de anlıyor, onlara saygı duyuyoruz" derdi. Erdoğan artık açıkça "Ben sadece beni seveni severim" diyor, kendisine oy vermeyen herkesi dışlıyor. HDP'yi, CHP'yi hatta İyi Parti ve Saadet Partisi'ni bile.

Zıtlar benzer. AKP'ye muhalif olacağım derken, AKP'nin siyaset tarzının bir yansımasını yapar hale gelebiliriz. Erdoğan'ın kendisini sevenler dışındakilere karşı gösterdiği sevgisizlik, bizi de ele geçirmemeli. Bu tip bir "zıtlaşma", kendi iç hatası dışında, AKP'ye lider, CHP'ye takipçi pozisyonu vererek ikinci bir hataya daha yol açar. Söylemi AKP belirleyemez; onlar CHP'lilerden nefret ediyor olsa bile bunu gerekçe göstererek biz AKP'lilerden nefret edemeyiz.

CHP hem kendini seven %25'i hem de sevmeyen %75'i sevmek zorunda. Bu sevgi olmadıkça ve bu sevgi herkesin anlayacağı yeni bir dille ifade edilmedikçe seçim kazanılmaz. Böyle gidilirse AKP 2050'de de iktidar olur, biz de burada kumdan kaleler yaparız.

CHP'NİN LİMON SEVDASI

CHP Türkiye'nin tamamını sevdiğini, herkesi kucakladığını düşünse bile, bunu hiçbir zaman anlaşılır netlikle söylemedi. CHP'de kendi seçmenine oynayan, kendi kendini memnun etmek üzere kurgulanmış, hiçbir CHP'linin rahatsız olmayacağı ama organik CHP seçmeni dışında bir oy bile getirmeyecek dolambaçlı, neredeyse akademik, ruhsuz söylemler kullanıldı yıllarca.

CHP yöneticilerinde tuhaf bir sevda var. Röportajlarda sürekli "limon kampanyası gibi kampanya istiyoruz" derler. Seçmen kararına etkisini ölçümlemediğimiz (sadece varsaydığımız), Gırgır dergisinin bir kapağından "esinle" yapılan bir ilana yanıltıcı düzeyde abartılı bir anlam yüklenir.

Bu örnek bile CHP'nin halkı tanıma veya durumu analiz etme yetisi hakkında ipuçları veriyor. Çok fazla partinin katıldığı seçimler döneminde düşük oylarla seçim kazanılabiliyordu. Bu ifadenin kullanıldığı 1987 seçiminde SHP %24,8 almıştı, 1989'da Sözen'in İstanbul'u kazanması için %36 yetmişti. SHP herhangi bir "yeni" seçmeni ikna etmiş değildi. Limon sıkmak gibi metaforik anlatımlar herkesin CHP'li olduğu hayali bir ülkede (veya örneğin İzmir Karşıyaka'da) iş yapabilir.

Ticari markaların "sen çok zekisin, yaptığım göndermeyi anlıyorsun" deme amacıyla yaptığı görsel illüzyon reklamları her zaman gözdedir. Çuvalı yastığa, zeytini memeye benzeten ilanlar her yıl (her nedense) ödüllere boğulurlar. Pahalı bir ticari marka küçük bir tüketici grubuna "çok zekiyiz" simülasyonları yaratarak ticari başarı veya reklam ödülü kazanabilir. Ama etkili bir siyasi kampanya için herhangi bir görsele veya slogana indirgenemeyecek bir algı bulutu, bir iklim yaratmak gerekir. Kırk yıl sonra hâlâ bu tek pozluk

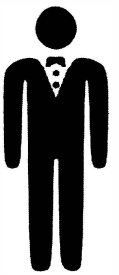


reklamın ekmeğini yiyen veya bu tip reklam anlayışını model alabilenler var.

TÜRKİYE'Yİ DOĞRU GÖRMEK

Türkiye'de ticari ve kitlesel reklamların geneli marka satın alabilecek azınlıktaki daha varlıklı ve daha eğitimli bir

kitle için yapılır. Reklamlarda gördüğümüz ucuz perakende markaların bile onun çok daha ucuzu olan, marka yatırımı yapmayan muadilleri vardır. Bu markasız (dolayısıyla reklamsız) ürünler indirim (discount) marketlerinde, kenar mahalle bakkallarında veya pazarlarda satılır. Marka yatırımı yapmayacak kadar ucuz olan ürünlerin birçoğunun piyasanın hâkimi olduğunu biliyor musunuz? Öyle ki markalı ürün üreticileri bile indirim marketleri için daha ucuz ve markasız ürünler (private label) üretirler. Esas skor buradadır. Bu dediğimi anlamadan CHP'nin hatası ve AKP'nin başarısı anlaşılamaz.



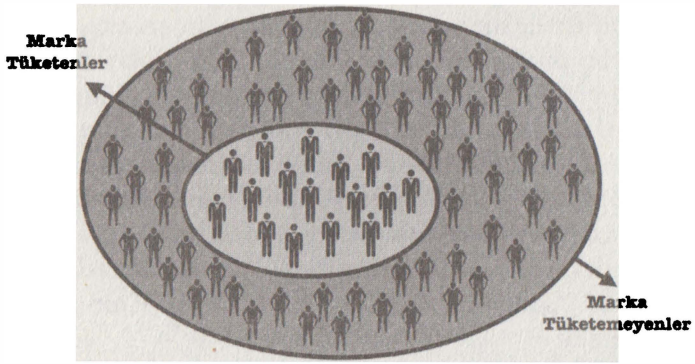
MARKA TÜKETEN



MARKA TÜKETEMEYEN

Türkiye'de nüfusa düz hesap 80 milyon dersek, 20 milyon görece zengin, 60 milyon görece yoksul insan yaşıyor. (Toplamda 1000 kişi bile olmayan süper zenginleri ve onların eko sistemindeki 500 bin civarı "çok zenginleri" bu liste dışında bırakıyorum.) Buradaki "zengin" sözcüğü marka alışverişi yapabilecek kadar zengin olanlar demek. Yani Migros'a gidip, çok da hesaplamadan sepeti dolduranlar, cep telefonu en fazla bir iki yıllık olanlar, yılda bir kez tatile çıkabilenler vs.

Yukarıdaki tablodaki insanların tamamı Türkiye'yi oluşturuyor. Bu bizim evrensel kümemiz, zengin veya yoksul hepsinin eşit oy hakkı var. Açık renk alanda görece zenginlerin,

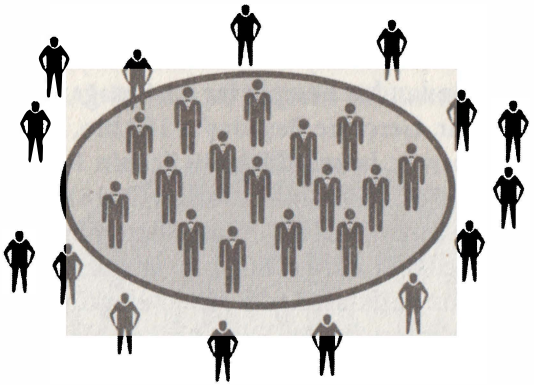


koyu renk alanda görece yoksulların yaşadığını hayal edin. Klasik reklamcılar ağırlıkla bu açık renk alana hitap eden reklamlar yaparlar. Görece zenginler görece daha eğitimli oldukları için soyutlama, model yaratma, metafor kullanma ve gönderme yapma yetenekleri görece daha fazladır. Satılan ürün ne kadar pahalıysa, reklamı (alıcısı değil, reklamı) da o kadar "sofistike" olur. Eğitim insan zihnini bir kalıba sokar, bu kalıp bireyi illaki "daha ileri" bir bilinç düzeyine ulaştıracak diye bir iddiam yok. (Bkz. Bölüm 5 – AKP'nin Sevilme Nedenleri – Fractal Geometri ve Ölçeksizlik) Çalakalem eğitim modellerinin temelsiz bir kibir ve gereksiz bir eminlik saçtığına da çok tanık oldum.

Özetle, daha iyi veya daha kötü, öyle veya böyle, bu açık renk alandaki insanların büyük bölümü aynı zamanda CHP seçmenidir. CHP bugüne kadar bu açık renk alandaki "tüketiciye" odaklanmış reklamlar yaptı veya böyle reklamların işe yarayacağını düşündü. Bu açık renk alanı ticari nedenlerle doğal olarak hedefleyen ticari reklamlar pratiğini örnek aldı.

CHP'ye reklam yapanlar "bir yerlerdeki" yoksulları elbette biliyorlardı ve iş siyasete gelince açık renk alanın dışındaki insanları da görmeye çalışıyorlardı.

reklamcının gördüğü Türkiye



Mesele bunları görmeleri değil, olduğundan çok daha az görmeleri, Türkiye'deki yoksulluğun boyutlarını ve niteliğini idrak edememeleri. Elbette araştırmalara bakıyorlar ve tüketici analizlerini inceliyorlar. İdrak edilemeyen şey: ölçek...

Türkiye'de tahmin ettiğimizden çok daha fazla insan, hayal ettiğimizden çok daha farklı bir yoksulluk yaşıyor. Gerçek yoksulların görünmeme, mümkün olduğunca evden çıkmama gibi bir adeti var çünkü sokakta olmak demek para harcama demek. Geniş bir kitle, üç kuruş geliriyle bir ömür boyu borca girerek ev veya otomobil alıyor. Tek bir şeyi satın almak için, on yıldan fazla süre tasarruf ediyorlar. Bu sırada yaptıkları yegâne aktivite evde televizyon izlemek. Televizyonda asla alamayacakları yiyeceklerin, gidemeyecekleri yerlerin, giyemeyecekleri giysilerin ve birçoğuna sadece tefeci gibi görünen bankaların reklamlarını izliyorlar. Marka satın almıyorlar, marka tüketicisi değiller ve onları görmezden gelen bir endüstrinin kitle iletişim taarruzu altındalar. Reklamlardaki dilin yarattığı yabancılaşma hissi adı konmamış bir sınıf kininin göstergesi olarak hayatın her anına yansıyor.

Eminim bu anlattıklarımı ortalama bir reklamcı duysa, "İddia ettiğiniz kadar çok yoksul yok" der ve böylece Türkiye'yi yukarıdaki şemadaki gibi gördüğünü doğrulamış olur. Türkiye'yi bu şemadaki gibi görenler, bunun hatalı olduğunun farkında bile değiller.

Mesela Beşiktaş ile Esenyurt'u nasıl kıyaslayabiliriz? Hiç düşünmeden yapılan bir hesapla bu ikisi aşağı yukarı aynı nüfusta varsayılır. Gerçekte Beşiktaş'ta 180 bin, Esenyurt'ta 1 milyon kişi yaşıyor. İstanbul'daki 39 ilçenin 14'ü CHP'de, yani ilçelerin %35'i CHP'li ama nüfusları (2018) kıyaslarsak bu oran %20'ye iniyor. CHP'li Adalar ilçesinin nüfusu 15 bin, AKP'li Bağcılar'ın nüfusu 800 bin. İstanbul'un merkez ilçeleri saydığımız Beşiktaş, Kadıköy ve Bakırköy'ün toplam nüfusu Küçükçekmece kadar. Yılda bir kez Nestle çikolata yiyen çocuk için, Nestle çikolata yiyebilen çocuk denebilir mi? Ömründe bir kez sinemaya gitmiş bir kişi, "sinema izleyicisi" sayılabilir mi? Satın alma frekanslarındaki uçurumlar Türkiye'yi olduğu gibi görmemizi engelliyor. Yoksulluk analizlerimiz şaşırtıcı biçimde yetersiz ve yanıltıcı.

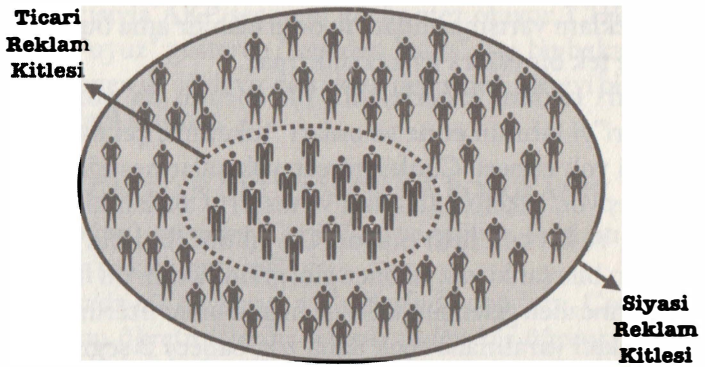
CHP'ye reklam yapan bir kişinin görmesi gereken Türkiye bence şöyle olmalı:



Çevredeki gerçek yoksulluğu bütünüyle görüp, merkezdeki görece zengin kitleye seslenmeye pek fazla enerji harcamamak. Hatta görece zenginleri kısmen görmezden gelmek.

CHP için siyasal iletişim, memleketi ancak böyle görerek yapılabilir.

SİYASAL REKLAM, TİCARİ REKLAMI KAPSAR



Tabloya tekrar bakalım. İlk tabloda "marka tüketenler" diye tanımladığımız azınlığa bu kez "Ticari Reklam Kitlesi" diyelim. Bir önceki tablodaki renk farklarını kaldırıp, Ticari Reklam Kitlesi dahil tüm seçmenleri kapsayan büyük kümeye de Siyasi Reklam Kitlesi. Siyasal reklam hem seslendiği kitle hem de içerik zenginliği olarak ticari reklamı kapsar. Basitleştirirsek, ticari reklam ağırlıkla Migros'a gidenleri hedeflerken, siyasi reklam Migros'a, Bim'e ve semt pazarına giden hatta hiçbirine gidemeyen herkese seslenmek ve herkesi anlamaya çalışmak zorunda.

Türkiye gibi orta sınıfın güçlü olmadığı ve gelir dağılımı uçurumunun yüksek olduğu ülkelerde "ticari reklam" yapmak, reklamcıyı körleştirir. Bu körleşme tüm partiler içinde en çok CHP'yi etkiler çünkü CHP seçmeninin büyük çoğunluğu ticari reklamın ilgi alanı içindedir. CHP seçmeni,

ticari reklamcı tarafından yapılan CHP reklamını yadırgamaz, eleştirmez ve bu reklamın büyük bir kitleyi ıskaladığını anlayamaz.

Bu durum gelişmiş ülkelerde pek yaşanmaz. Örneğin Almanya'da siyasi iletişim ve ticari iletişim arasında bizdeki kadar keskin fark olamaz. Çünkü oradaki her bir seçmen, aynı zamanda ticari markaların hedef kitlesi. Görsel metafor üzerine kurgulu bir CHP reklamı CHP'den onay, Almanya'daki bir reklam yarışmasından da ödül alabilir ama bu reklam CHP'ye tek bir ekstra oy kazandırmaz.

Ticari reklam ezberlerinin bir sorunu da potansiyel "müşteri"yi tahmin etme ve onları "tüketim"e çekme elastikiyetini yok etmesi. Çünkü görece yoksullar nesilden nesle kentlileşiyor, tüketim kalıpları ve tasarruf alışkanlıkları değişiyor. Ve bu çok hızlı oluyor. On yıl önceki kitle iletişim kuralları bile sanki yüz yıl önce gibi geride kaldı. Bu insanları dün görmezden gelen markaların, bugün onlar üzerinde marka sadakati yaratmaları çok daha zor. Sadece B segmentine ürün satmakta ısrar eden firmalar küçülüyor. Esas dönüşüm C2 hatta Levent-Maslak hattında adı anılmayan D ve E segmentlerinde gerçekleşiyor. Uzağı göremeyen ikame Türk burjuvazisi gibi o burjuvazinin yetiştirdiği Türk reklamcılığı da bu hıza yetişmekte güçlük çekiyor.

ŞİFREYİ BİLMEDEN KAPI AÇILMAZ

CHP yıllardır "reklam" yaptı, "reklam"a para ödedi. Ticari reklam dünyasındaki kuralların, ülke geneline seslenirken de geçerli olacağını sandı. CHP yöneticileri olarak sizler de "ticari reklam hedef kitlesi" olduğunuz için, bu dili yadırgamadınız. Oğlunuz Nike ayakkabı giyiyor, kızınız Mini Cooper istiyor. Siz ticari reklamın hedefindeki orta sınıf kentli tüketicilersiniz. Bu nedenle seçim zamanı gelince, organik seçmen dışında neden hiç oy gelmediğini düşünüp duruyorsunuz. Bayık bir slogan ve limon veya karpuz gibi bir metaforik anlatım kullanarak kitlelerle gönül bağı kurabileceğinizi zannediyorsunuz.

Kimse cumhurbaşkanını sevmek zorunda değil. Onun da muhalifleri seveceği yok. Ama özellikle bu odadakiler, Erdoğan'ı seven milyonları sevmek ve onları anlamak zorunda...

Bu sevgi, CHP'yi sevenlerin değil, AKP'yi sevenlerin anlayacağı gibi dışa vurulmazsa etkisi sıfır olur. Alışılmış ticari reklam bakışını genel olarak terk etmelisiniz. Sadece reklamlarda değil, davranışlarınıza olan yansımasını da. Çünkü bu bakış açısıyla AKP seçmeni görünmez oluyor. CHP'yi elit, kibirli, "uyuz" gösteren "tepeden bakış", işte bu bakış.

Söylenen de söyleyiş de kökten değişmeli. Şifreyi bilmeden hiçbir kapı açılmaz.

OKUYAN OKUYAMAYANA BORÇLANIR

Erdoğan'ı sevenler CHP'lileri sevmiyor. Peki bu sadece Erdoğan'ın kabahati mi?

Bursa'da bir devrimci mahallesinde doğdum. Çocukken bize şunu öğretmişlerdi: "Okula giden bir öğrenci, parası olmadığı için okula gidemeyenlere borçlanır. Bu yoksul ülke sana eğitim fırsatı veriyorsa bunu okula gidemeyen kardeşlerine tepeden bakmak için değil, onlara hizmet etmek için kullanmalısın. Ne kadar okusan o kadar daha fazla borçlusun. Profesör olursan, çobanın ayağına kapanmalısın."

Bu sözler 1970'ler kadar geride kaldı. Bakış açısının böyle olduğu günlerde CHP %45 oy alıyordu. Yoksullar mı CHP'yi terk etti yoksa tersi mi oldu? Ortalıkta sevin cildiniz gençleşsin, sevin ömrünüz uzasın diyen sevgi guruları dolaşıyor. Ben de burada "sevin oyunuz artsın" demeyeceğim. Nesillerdir süren, haklı nedenleri de olabilen yabancılaşma bir reklam kampanyasıyla bitmez. Bu hale kırk yılda geldik, bir seçimde her şeyi değiştiremeyiz.

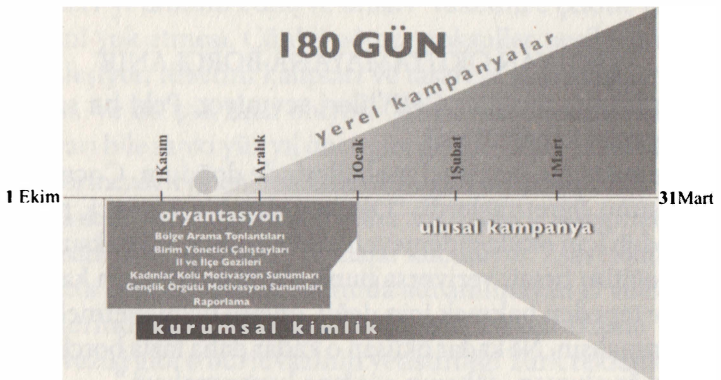
Hayalimiz herkesi hemen ikna etmek değil. Şimdilik sadece CHP örgütlerini ikna etsek bile yeter. Şimdilik sadece sosyal medyacı arkadaşlarla konuşsak ve nefreti artırmasak, bu bile yeter. Her seçim, seçime iki hafta kala "yandık bittik, şeriat geliyor" diye telaş edenleri sakinleştirsek bile yeter.

Radikal sevgi, bir diyalojik iletişim kavramı. Diyalojik

iletişim ikna için olmaz. Nefreti kesmek, kavgayı durdurmak, belki birer çay içmek, belki biraz havadan sudan konuşmak bile tüm seçim kampanyalarından hayırlıdır. İkna tartışmayla, propagandayla filan başarılmaz, herkes önce kendini ikna etmeli, bunun için de herkese fırsat tanımalı. Zorla güzellik olur mu?

Nefret edenlerin hem nefreti hem sayısı azalsa; belki diyenlerin de sayısı artar. Toplum bir seçimle hatta bir nesille değişmez.

TÜRKİYE'Yİ DOLAŞACAĞIZ



Bugün 26 Eylül; 1 Ekim'den saymaya başlasam, 180 günümüz var. Bu 180 günün ilk üç ayını bütün Türkiye'yi gezmekle geçireceğim. Uzman arkadaşlarımla, bölge arama toplantıları, birim yönetici çalıştayları, il içe gezileri, kadın ve gençlik örgütleriyle motivasyon buluşmaları yapacağız. Sonra bunu raporlayacağız.

Bu toplantılarda tüm örgütlere "Radikal Sevgi"den bahsedeceğim. Onları muhalefet esnaflarının düşünsel atmosferinden çekip almaya çalışacağım. Ben ve arkadaşlarım bunu yaparken, bir yandan da başka bir ekip ülke çapında araştırma yaparak, hangi kentin nasıl bir aday aradığını tespit edecekler.

Kasım ayı içinde kurumsal kimliğimizi bitirip kampanya süresince tüm seçim bölgelerine ulaştırmaya çalışacağız. Aralık ayında yerel kampanyalar başlayacak, ben buraya ocak ayı yazdım ama sanırım şubattan önce ulusal kampanya başlamaz.

Bu tabloyu böyle yapmak kolay ama pratikte nasıl baş edeceğimizi inanın ben de bilmiyorum.

SAHRA HASTANESİ

Sanırım halimiz biraz Sahra Hastanesi'ne benzeyecek. Hani filmlerde savaş alanlarında yapılan portatif sahra hastaneleri vardır ya... Önce kurtulabilir olanlara bakacağız. Sağlıklı olanlara (garantili seçim bölgelerini) veya umutsuz olanlara (kazanmanın mümkün olmadığı yerlere) bakmamıza pek gerek yok ama bir ilçede oyları artırmak Büyükşehir'i almak için önemliyse onlara da bakacağız. Yani gücümüz yettiği kadarına ulaşacağız, isteyene el uzatacağız, istemeyenle vakit kaybetmeyeceğiz.

Bu noktada Özgür Özel söz aldı ve şunları söyledi: "Sayın Genel Başkanım, ben iki defa belediye başkanı adayı oldum. Bu durum şöyle gerçekleşiyor, biri 'Hayırlı olsun, adayımızsın' diyor ve telefonu kapatıyor. O noktadan sonra yapayalnızsın. Paran yok. Olsa bile ne alacağını bilmiyorsun. Çevrene anında her tür it kopuk satıcı tip üşüşüyor. Acaba şu broşürü kime yaptırsam, şu afişi teyzemin oğlu yapabilir mi filan diye düşünüyorsun... Herkes sadece İstanbul, Ankara ve birkaç zengin il ve ilçeye bakıyor, oysa seçim bölgelerinin %90'ı ne yapacağını bilemez halde oluyor. Bütün süreçler iptidai biçimde geçiyor. O nedenle bu sahra çadırının bize çok fazla bölge kazandıracağına eminim."

Bütün MYK üyeleri bu sözleri onayladı ve ben de devam ettim.

AKP	CHP
Yerel seçim değil genel seçim	Genel seçim değil yerel seçim
Hayati bir seçim	Olağan bir seçim
Oyun büyük	Ortak değerler
CHP PKK ittifakı	Türkiye'nin tüm iyi insanlarıyla ittifak
Beni seveni sevmek (Sığ sevgi)	Beni sevmeyeni de sevmek (Radikal sevgi)
Beka	Bakiye
Gönül	Derman

Radikal sevginin ne olduğunu yol üzerinde daha iyi anlayacağız. Bunun kökeninde az önce söylediğim diyalojik iletişim diye bir kavram var. Diyalojik iletişim, Erdoğan'ın iletişim tarzının kimyasını bozuyor. Yalnız kalmış Karagöz kadar sıkıcı bir gösteri olamaz.

AKP sürekli olarak "Bu bir yerel seçim değil, genel seçim" diyecek. Şimdiden böyle konuşmaya başladılar biliyorsunuz. Biz de vatandaşa "Bu bir yerel seçim" diyeceğiz. Buna göre reklamlar yapacağız. Siyasete hiç karışmayacağız.

AKP yine "Bu seçim çok kritik, çok hayati bir seçim" filan diyecek. Bu hataya CHP de düştü eskiden. Genel Merkez düşmese de seçmen bazında düşüldü. "Bu seçimden sonra şeriat gelecek, bu seçim son seçim" filan diye ortalığı karıştıranlar oldu. Biz şimdi tam aksine "Bu seçim olağan bir seçim, belediye seçimi, sokakları temiz tutmak, fakir fukaraya destek olmak için geliyoruz" diyeceğiz. Ki yalan da değil, bir belediye seçimi yapılıyor.

"Oyun büyük", "faiz lobizi" gibi sözleri çok seviyorlar, gülüp geçeceğiz. Yanıt bile vermeyeceğiz. Sürekli ortak değerleri öne çıkartacağız. "Ortak değer" sözü de her zaman epik örnekler için kullanılır oldu: Hastalıkla mücadele etmek de ortak değerdir, basit bir ortak değer, hayati bir ortak değer,

siyasi parti ayrımı filan yapmayan bir ortak değer. Veya yeni evli olmak veya bu yıl ilk kez düzenli işe giren biri olmak veya aynı müzik türünü sevmek.

Bahçeli şimdiden başladı, Erdoğan da katılırsa bilin ki bu seçim boyunca "CHP ile PKK ittifakı" lafını dillerinden düşürmeyecekler. Bu söylem MHP için yüzde yüz yararlı ama AKP için yararından çok zararı var. AKP seçmeninin terazisine güvenin. Herkes kimin ne zaman ve ne yaptığını biliyor. Bizim söyleyeceğimiz şey "Türkiye'nin iyi insanlarıyla ittifak" yaptığımız. "Partici değil, harbici" diye bir söz çıkarttık, tam öyle.

Ben bu radikal sevgiden arkadaşlarıma bahsettiğimde biri çıktı dedi ki: "Yahu AKP de sevmiyor mu halkı?" Seviyor ama sadece ülkenin yarısını seviyor. Beni seveni sevmek sevgilerin en sığı... Biz "beni sevsin sevmesin, herkesi seviyoruz."

MHP sıralarından "Bu seçim bir beka sorunudur" sözleri duyulmaya başlandı. MHP, AKP ile ittifak yapmak için bastıracak. Muvaffak olurlar mı bilmiyorum ama bir daha "beka"dan bahsederlerse kaybederler. Çünkü ülkenin sorunu beka değil, yetersiz bakiye.

Ve en nihayet onlar gönül belediyeciliği diye bir kavramdan bahsediyorlar. Biz de bir başka kavramı hazırladık zaten, Derman Belediyeciliği... Derman Belediyeciliği demek Sosyal Demokrat Belediyecilik demek.

ALGI KANSERLERİ

Son olarak bazı algı kanserlerinden bahsetmek istiyorum. Bunların çoğu Türk sağının yetmiş yıldır tekrarladığı sözler. İnanan inanıyor, herkese yetişecek gücümüz yok. Bu seçimde AKP ve MHP, "CHP ile PKK" ittifakından bahsederken, HDP seçmeni veya daha solda olan bazı gruplar da CHP ve İyi Parti ittifakına karşı vuracaklar.

Bunlar CHP'nin susturabileceği sözler değil, belki sadece boşa çıkartabilir.

Ama aşağıdaki iki satır, farklı partilerden olanların değil, bizzat CHP seçmeninin lafları.

GENEL ALGI KANSERLERİ

"CHP PKK terörist leriyle işbirliği yapıyor"

"CHP faşistlerle işbirliği yapıyor"

"CHP halktan kopuk, seçkinci bir parti."

"CHP dinsiz, din düşmanı"

"CHP beceriksiz. CHP demek çöp demek"

"CHP sandığa sahip çıkamıyor, seçimlere güvenim kalmadı"

"Adaylar yanlış"

Birincisi, "CHP sandığa sahip çıkamıyor, seçimlere güvenim kalmadı" cümlesi. Cumhurbaşkanlığı seçim süreci ve akabinde bugüne kadar yaşanan süreçler partiye çok zarar verdi. Seçmen içinde böyle düşünenler çok var. Seçime doğru toparlanır belki ama bir puan bile sandığa gitmese, birçok il ve ilçe gider. Keşke süreç böyle işlemeseydi. Sizinle son toplantım erken cumhurbaşkanlığı seçimi kararının açıklandığı 18 Nisan günüydü. O zaman böyle bir dert yoktu. Bunca yere yetişme derdinin yanı sıra bir de bu küskün seçmeni ikna etme zorluğu yaşayacağız.

İkinci satır ise henüz olmadı. Buraya testi kırılmadan yazıyorum. Çünkü bir kez daha 2014'te olduğu gibi yanlış adaylar seçilirse, korkarım seçmen bunu affetmeyecek. Sizden ricam bırakın her ilin adayını o ilin halkı seçsin. Her ilde halk nasıl bir aday istediğini tarif etsin, araştırma ekibi bir robot resim çizsin, sonra bu resme en uygun aday kimse onu seçin. Ben buraya bu satırı yazdım ama ocak ayında tüm adaylar belli olunca umarım oradan silerim.



Sunumu bitirmeden önce son birkaç isteğim olacak: Benden "reklamcı" diye bahsedilmesini istemiyorum. Reklamcı sözcüğü insanların büyük kısmının kafasında böyle imgeler yaratıyor. Anadolu'da çok sayıda yoksul il ve ilçede dolaşacağım; orada dünya güzeli işçi ve emekçi köylü insanlarla sohbet edeceğim. Bu sözcüğün saçma sapan çağrışımlarını sırtımda taşımak istemiyorum. Ben bu buluşmalarda, yetmişlerde ODTÜ ve İstanbul Üniversitesi'nden memlekete dağılan devrimci büyüklerimin izinden gideceğim. İçimde bir gram kibir yokken, hak etmediğim önyargılarla boğuşmama müsaade etmeyin lütfen. Sizden ricam, tıpkı sözleşmede olduğu gibi, resmi yazışmalarda da "CHP Yerel Yönetim Kampanya Başkanı" unvanını korumama özen göstermeniz.

ATEŞ İLYAS BAŞSOY KURALLARI

Toplantının sonunda "Bir de Türkan Şoray kuralları gibi bir dizi kurallarım var. Bunları da Genel Başkan'ın huzurunda burada duyurup somutlaştırmak istiyorum" dedim.

O slaydı burada detaylarıyla paylaşmayacağım ama çalışma koşullarım adına çok işime yaradığını söyleyebilirim. Örneğin nereye gitsek akşam yemeğine davet ediliyorduk ve

ısrarlar inanılmaz oluyordu. Nazikçe uydurduğum bahaneler yeterli gelmediğinde "Genel Başkan'ın bilgisi var, akşam yemeğine katılamam, kusura bakmayın" diyordum. Bu konuyla Genel Başkan'ın ilgisini tam anlayamasalar da bir an için bocalayıp "Peki" diyorlardı. Gün boyunca "konuşmanın yararları"ndan bahsedip gece konuşmaktan kaçınmamın başka yolu yoktu.

"Ateş İlyas Başsoy Kuralları"yla en az yüz gece kazandım; yemekle, gevezelikle vakit kaybetmedim ve günün en verimli saatlerinde okumaya, yazmaya ve bir sonraki sunuma hazırlanmaya vaktim kaldı.

GÜZELLİKLE KONUŞMAK

BUGÜN HAVA YAĞMURLU

BUGÜN HAVA YAĞMURLU :(

BUGÜN HAVA YAĞMURLU :)

Buradaki ilk cümle, nesnel bir bilgi aktarımıdır. Bir haber spikerinin bilgi verişi gibi.

İkinci cümle, bir zamanlar CHP'de çok popüler olan negatif hitabet şekli. Burada konuşmacı aynı cümleyi söylemesine rağmen memnun değil. Belli ki yağmuru sevmiyor, yağmur yağması onu mutlu etmiyor. Bunu nereden anlıyoruz? Cümlenin sonundaki iki işaretin bize sunduğu yeni nesil "işaret dili"nden.

Üçüncü cümle ise benim favori anlatış biçimim. Cümle yine aynı cümle ama sondaki işarete bakarsak konuşmacının bu kez mutlu olduğunu görürüz. "Bugün hava yağmurlu, ne güzel barajlar dolacak, ekinler su alacak" filan diye düşünüyor herhalde çünkü çok seviniyor.

Pozitif konuşma kapıları açar. İnsanlar birbirleriyle aynı seviyede, dostça ve iyi niyetli konuşunca tüm buzlar erir. Benim amacım bu sevgi çemberini bir reklam aldatmacası

olarak değil, samimiyetle genişletmek ve bunun için de önce CHP örgütlerine gitmek.





TEŞEKKÜRLER

Entelektüeller "emoji"leri en başta reddettiler ve küçümsediler. Ben ilk günden beri duyguları yazılı iletişime kolayca aktarmanın yeni ve devrimci bir yolu olarak bir emojisever oldum... Halkımızı da seviyorum. Vefalı CHP seçmenlerine ve CHP örgütlerine sevgi ve moral taşımak, bu seçimi kazanmanın ilk virajı. Üç ay boyunca bu işe odaklanacağım. Sabrınız için teşekkür ederim.

Sunum bitti.

CHP MYK'sında çoğunluk olağanüstü bilgili, kültürlü ve pozitif insanlardan oluşuyor. CHP dışında hiçbir partide bu rahatlıkla bir sunum yapamam herhalde.

CHP'YE NELER ANLATTIM? BU KİTABA NE KADARINI AKTARDIM?

CHP sunumlarında ne anlattığımı tüm detaylarıyla aktaramam. Bu öncelikle teknik olarak imkânsız: Genel Merkez'de ve seçim bölgelerinde, Genel Başkan'dan ilçe gençlik kolları yöneticilerine kadar çok sayıda farklı kişi ve gruba yüzden fazla sunum yaptım. Sadece il örgütlerinin toplantı notları bile iki bin sayfadan fazla tutuyor. Ulusal kampanyayı televizyonda izlediniz, bu kitapta da anlatacağım. Bulunduğunuz kentteki kampanyayı da anımsıyor olabilirsiniz, bunların da ancak büyükşehir kampanyalarını ve model oluşturabilecek

birkaç kent kampanyasını kısaca anlatacağım. Her detayı ve ulaşabildiğimiz her seçim bölgesindeki kampanyayı aktarmaya kalksam o bölüm de ayrıca binlerce sayfa tutar. Bunların tamamını arşivleyip dijital ve matbu olarak CHP'ye teslim ettik, ileride reklam yapacak olanlar rahatça yararlanabilirler.

İkinci olarak detaylı bir anlatım sözleşmeme ve meslek ilkelerine aykırı olur. "Püf noktası" sayılabilecek bazı taktik fikirleri de sözleşme gereği elemek zorundayım.

Öte yandan bu kampanya ticari bir "reklamveren"in kâr amaçlı satış kampanyası değil ve sunumlarımda tüm ülkenin bilmesinin yararlı olduğunu düşündüğüm pek çok konu var. Bu nedenle detay içermese de ana hatlarıyla ne yapıldığını gelecek nesillere aktarmanın da görevim olduğunu düşünüyorum.

Yukarıdaki sunumda MYK'da bir veya birkaç kişinin takılıp sunuma müdahale edeceği örnekler ve ifadeler vardı. Gerçekte bunları bu açıklıkla söylemedim. Toplantı sabote edilmesin, kısıtlı sunum süresi maksimum verimlilikle geçsin diye hem ben çok tasarruflu konuştum hem de MYK üyelerinin neredeyse tamamı çok büyük hassasiyet gösterdi.

Bu "tasarruf" kampanya döneminde de devam etti.

Ulusal kampanyadaki reklamları son ana kadar kimseye anlatmadım. "Hepimiz aynı belediye otobüsündeyiz" sloganlı seçimin ana reklamını sadece Kemal Kılıçdaroğlu'yla yayından bir hafta önce paylaştım. Oysa bu fikir aylardır aklımdaydı ve çok güvendiğim üç kişi haricinde kimseye söylememiştim.

On iki büyükşehir adayını dizi reklam olarak tanıtacağımızı ve buradaki esas stratejik amacımızın ne olduğunu da sadece Kılıçdaroğlu'na ve Seyit Torun'a açıkladım. Her biri devasa bütçelerle yayınlanan bu "dizi" reklamları, hazır oldukları halde, yayına iki saat kalana kadar kimseyle paylaşmadım. Çünkü bir gün önce paylaşsam CHP içindeki kliklerin (çoğul konuşmak adet olmuş) bu reklamları yayınlatmamak için her şeyi yapacaklarını biliyordum.

MYK üyelerinin neredeyse tamamı her an koşulsuz yanımda olmasa bu operasyonu asla beceremezdim. Hepsi

durumun ciddiyetinin farkındaydı ve sadece arkadaş gibi değil, can yoldaşı gibi çalıştılar.

İş dünyasında konusunda uzman ve sonuç odaklı ekiplerle çalışmak çok keyiflidir. Herkes leb demeden leblebiyi anlar. Bir araya gelirsiniz ve ortak akılla çözüme ulaşırsınız. Birbirini hiç tanımayan uzman doktor ve hemşirelerden oluşan bir ekibin acil bir ameliyat için toplanması ve hiçbir talimat beklemeksizin görevlerini kusursuz yapmaları gibi. CHP MYK'sıyla işte böyle çalıştım. Seçim döneminde bir dakika ortak mesai yapmasak bile özellikle İstanbul ve Ankara il örgütleriyle de bu şekilde çalıştım. Çok gerektiği anda, tek bir mesaj veya on saniyelik telefon konuşması yeterli oluyordu. Herkes görevini yapıyor, herkes durması gerektiği yerde duruyor ve sorumluluk gereken anda kimse bundan kaçmıyordu.

Bir de Seyit Torun var elbette. O olmasa zaten en başta bu sunumlara çağrılmazdım bile... Bildiğim birçok konuda (ve moralim bozulmasın diye bana aktarılmamış kim bilir kaç konuda) aslan gibi yanımda durdu.

Bölüm 7

CHP Örgütlerine Övgü

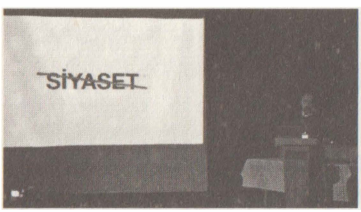
Ekim 2018 – Ocak 2019 arası yüzden fazla il ve ilçe örgütüne sunumlar yaptım. Bu toplantıların amacı, yaklaşan seçim öncesi CHP örgütlerine "Radikal Sevgi"yi anlatmaktı. Toplantılara katılanlar, edindikleri deneyimleri kentlerindeki seçmene aktarıyorlardı.

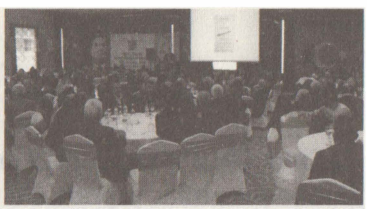
"Radikal Sevgi Kitabı" aslında bu kent sunumlarının özeti. Kitap sunumlarda CHP örgütündekilerin söylediği sözlerle zenginleşti. Söz sunumdan sunuma kartopu gibi büyüdü.

Sunumlara CHP il, ilçe örgütleri, kadın ve gençlik örgütleri, belediye başkanı adayları ve ekipleri çağrılıyordu. Bir günde üç kente gittiğimiz oluyordu ve gerçekten çok



yoruluyordum. Ekipteki diğer arkadaşlar da çok yoruluyorlardı elbette ama ben hep ilginin odağında olduğum için iyice tükeniyordum. İnsanların ne gururunu ne de hevesini kırabilirdim. Oraya laklak yapmaya veya basmakalıp siyasi nutukları tekrarlamaya gitmiyorduk; yeni şeyler söylemeye ve yeni bir siyaset anlayışını yaymaya gidiyorduk. Bu nedenle "otomatiğe bağlanmam" olanaksızdı.





Kasım ayına geldiğimizde mekân algımı bütünüyle kaybetmiştim, iki kent arasında biraz zaman bulunca Ankara'ya gidiyordum. Uzun bir süre İstanbul'a, evime gidemedim. Memleket gezmek kâğıt üzerinde keyifli olabilirdi ama biz sunum yaptığımız salonlardan başka hiçbir şey görmeden, o kentten bu kente savruluyorduk. Aynı soruları aynı gün içinde kırk defa duysam da mutlaka yanıt veriyordum. Ve

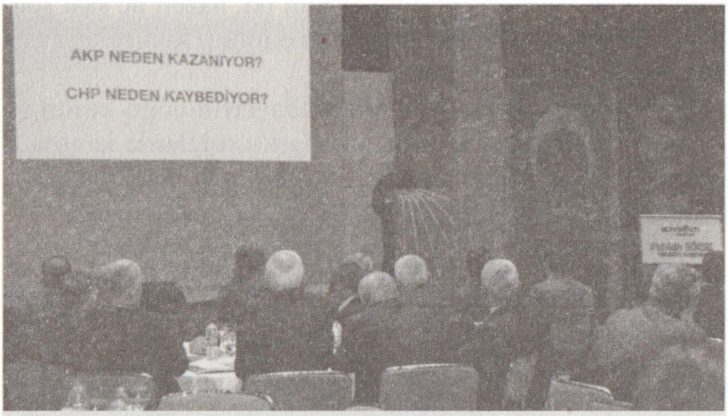
tüm bunlar yetmezmiş gibi her gün iki, bazen üç saat solo sunum yapıyordum. Sanırım hatta eminim ki bir daha asla böyle bir tempoya giremem.

Biz bu toplantıları yaparken adayların çoğu kesinleşmemişti. Bizimle aynı anda ama farklı rotalarda kantitatif araştırma ekipleri de kent kent dolaşıyordu. Zaman zaman bilgilerimizi paylaşmak için bir araya geliyorduk.



Büyük toplantıların ardından katılımcılar il ve ilçe örgütleri, kadın ve gençlik örgütleri, belediye başkan adayları diye dörde bölünüyor ve burada daha küçük gruplara "arama toplantıları" yapıyorduk. Herkes fikrini söylüyor, tartışıyor ve ileriki günlerde de teması kesmemek için iletişim bilgilerini veriyordu.

Kentlere yaklaşık on beş kişilik ekiplerle gidiyorduk. Katılımcılar bunu tam anlayamasa da ekibimizdeki uzmanlar her talebin, her şikâyetin kaydını alıyor ve kim nerede, ne istiyor tespit ediliyordu... Daha sonra bu bilgiler analiz edilip karşılaştırmalı tablolar yaratıldı. Ben böyle arama toplantılarını PNG, Koç Holding gibi kurumsal şirketlerin üst düzey yönetim toplantılarında görmüştüm. Bizim ekibimiz de böyle büyük holdinglere moderatörlük yapan uzmanlardan oluşuyordu.



Kürsüyü devreden çıkartıp, herkesle eşit düzlemden konuştuk. Hiçbir kente "İstanbul'dan gelen züppeler" gibi gitmedik; herkesle arkadaş, yoldaş olduk. Kimseye nutuk atmadık, konuştuğumuzdan çok daha fazla dinledik. Zaman zaman kendimi "Ülke ve Özgürlük" filmindeki devrimci köylülerin konuşmaları içinde gibi hissediyordum. Yaşım tutsaydı yetmişlerde de böyle konuşmalara tanık olabilirdim.



Konuşma karakteri diyalektik iletişim gibi değil, diyalojik iletişim gibi olunca insanların bariyerleri kırılıyor; CHP toplantılarında sıkça rastlanan kavgalar yerini gülümsemelere ve yapıcı konuşmalara bırakıyordu. Kimseyi ikna etmeye, kimseye tez sunmaya çalışmadım, çalışmadık. CHP'nin yeni siyaset dilini herkese yaşatmaya (anlatmaya değil) çalıştık.

TESPİH STANDART DONANIM

Her toplantıda bir tespih çıkarıyordum ve "Hepinizin cebinde bir tane olsun" diyordum. Bazen benzincilerden filan ucuza tespih alıp katılımcılara dağıtıyorduk. Anneannemin "Ya sabır ya selamet" sözü de örgütlere önerdiğim "sloganlar"dan biriydi.

"Seni sevmeyeni sev" demek pratikte kolay ama gerçek hayatta bazı kentlerde AKP'liler ve CHP'liler aynı sokaktan geçmiyordu. Televizyondan ve sosyal medyadan saçılan ifrit tüm ülkeyi görünmez duvarlara bölmüş durumdaydı.

"Nasıl olsa bunları söyleyince hapse girmem, ceza almam, linç edilmem" diyerek, iktidarın gücünü arkasına alıp efelenmek faşizmin sokak dilini oluşturur. CHP'lilere "Gidin sohbet edin" demek kolay, "Şunu deme bunu deme" demek de kolay. Oysa ortalama bir AKP'li veya MHP'li vatandaşın ağzından rahatça (ve korkusuzca) çıkan hakaret sözcüklerine reaksiyon vermemek için peygamber sabrı gerekebilir.

Bu durumlarda ne yapılacağını, kent sunumlarında bolca konuştuk. "Radikal Sevgi Kitabı"nda da bu konuşmaların özetlerini aktardım. İş siyasete gelince insanlar birdenbire sertleşebiliyorlar. Oysa siyaset dışında konuşulacak birçok şey var.

MÜHİM OLAN SİZSİNİZ, REKLAM DEĞİL

Her sunumda mutlaka gösterdiğimiz slaytlardan biri buydu:



Bu şemayı gösterirken örgütlere şunu söylüyordum: Doğru aday, seçim zamanı genel siyasetin seyri, seçim bölgesindeki nüfusun yapısı ve seçim bölgesindeki örgütün gücü masanın dört ayağı gibidir. Reklam bu dört ayaktan sonra gelir. Dünyanın en harika reklamını yapsak bile masanın bir ayağında sorun varsa, o seçim kazanılamaz.

TÜRKİYE'Yİ NASIL BİLİRSİNİZ?

Sunumlarda CHP'nin aldığı %25 oyun dışındaki, %75 oyu tartışmaya açıyordum. Burada da biraz haksızlık yaparak amcamı örnek veriyordum. Diyordum ki, "Benim sert bir amcam var. Koyu CHP'li, yaşlandıkça daha da koyu CHP'li oldu. Ona "Amca, CHP dışındaki partilere oy verenler kimler?" diye sorunca bana cam gibi net bir yanıt verdi.



Maalesef ben amcamla hemfikir değilim. Benim baktığım yerden sayılar farklı görünüyor. Ben CHP seçmenine de CHP'ye oy vermeyen seçmene de bakınca farklı tanımlar görüyorum:



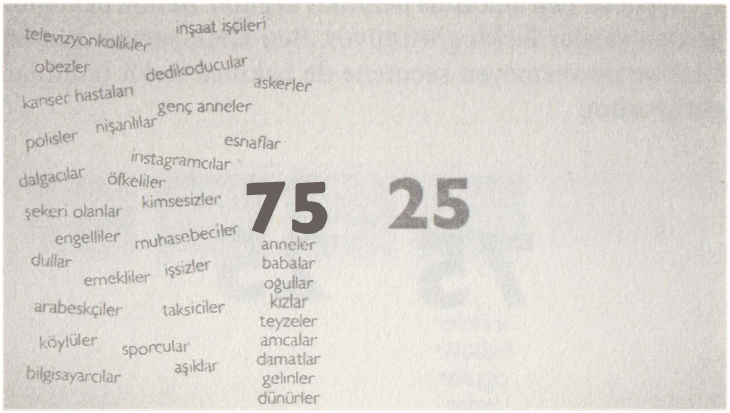
İnsanları oy verdikleri partilere göre ayırmak yanıltıcıdır. Siz hepiniz çok politik insanlar olmalısınız ki kışın ortasında buraya gelip koca gününüzü bu toplantıya ayırdınız. Peki söyle bakalım amca sen kimsin?

(Her toplantıda rastgele seçtiğim bir kişiye kim olduğunu soruyordum. Kişi önce basmakalıp yanıtlar veriyor ama ben sordukça açılıyordu.)

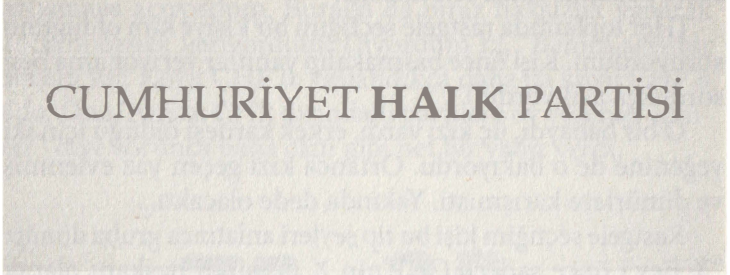
O bir babaydı, üç kızı vardı, erkek kardeşi öldüğü için iki yeğenine de o bakıyordu. Ortanca kızı geçen yaz evlenmiş ve dünürlere karışmıştı. Yakında dede olacaktı...

Rastgele seçtiğim kişi bu tip şeyleri anlatınca gruba dönüp: "X Bey'i önce sadece CHP'nin X ilçesinin başkanı olarak biliyordum. Ama şimdi öğrendim ki o bir eş, bir baba, bir amca, bir dünürmüş. Hatta yakında dede olacakmış..."

Sonra ekrana şu slayt giriyordu:



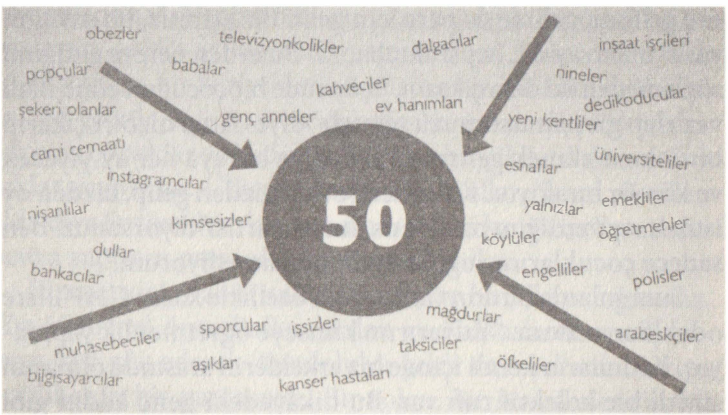
İnsanlar politik seçimlerinden çok daha fazla şeye sahipler. Size kahvede laf yetiştiren AKP'linin de kafasında, çocuğunu okutmak, borçlarını ödemek, hastalığına çare bulmak, maaşını almak gibi onlarca konu var. Aslında kendimizi çok farklı sanıyoruz ama birçok ortak yanımız var.



Hiç düşündünüz mü, Atatürk neden Cumhuriyet Halk Partisi demiş? Batı'da cumhuriyetçi partiler var, cumhur zaten halk demek. Bunu bile bile niye ikinci kez "halk" sözcüğünü eklemiş?

Çünkü Atatürk, CHP'lilerin bir konuyu hiç unutmamasını istemiş: Bu parti halkın partisidir!

Halkın hiçbir kısmını "cahil", "arsız", "hırsız", "şu partili", "bu partili" gibi yaftalarla genelleyemezsin. En kötü niyetli rakibin bile çevresinde duran ve bizim ağzımızdan çıkacak bir sözü kendi tartısında tartan başka insanlar var. Onları genellemez ve aşağılamazsanız, o kalabalık içinde size el veren insanları görürsünüz. Cumhuriyet Halk Partisi'nin bir üyesiyseniz, mecbursunuz: Halkı görecek, halkı sevecek ve halkla konuşacaksınız.



Bunu yaparsanız, halkın içindeki bin bir türlü insanla bir araya gelirsiniz. Binlerce ortak payda bulursunuz. Partileri değil, mahalledeki parkı konuşursunuz; kavga değil, sohbet edersiniz. Bir bakmışsınız, her seçim bölgesinde en az %50 alıyorsunuz. Bu sonuç ancak sohbetle, sabırla ve sebatla mümkün.

ŞERİATÇI ANNE

Sunumlarda en çok anlattığım anılardan biri yıllar önce tanık olduğum bir konuşmaydı...

Çoğunluğu kadın olan bir grup araştırmacı sosyologla kenar mahalle gezilerimizden birini yapıyorduk. Berbat bir

sokakta, çok kötü koşullarda bir evin (ev demek lafın gelişi) kapısını çaldık. Sonradan yirmi dört yaşında olduğunu öğrendiğimiz kara çarşaflı bir kadın kapıyı açtı. Ekipteki kadın arkadaşların hepsi sosyalistti. Yoksullar ve sosyalistler arasında (her ikisi de hakiki olmak şartıyla) kuvvetli bir bağ hâlâ mevcut. Ev sahibesi kadın, biz erkekler dahil, herkesi evin girişine kabul etti.

"Size göre ben şeriatçıyım, hırsızım, hırsızın yanında olanım." dedi çarşaflı kadın, en ufak bir aksan barındırmayan İstanbul Türkçesiyle... "Bana göreyse ben bir anneyim. Yirmi dört yaşındayım ve üç çocuğum var. Kocam tinerci, eve gelmez, gelirse de para için gelir. Biz aşiretiz, bu sokağın yarısı bizim aşiret, hepsi akrabam... Bu evden nereye gittiğimi söylemeden iki defa çıksam, üçüncüde bir çocuğun eline silah verirler 'git namusumuzu temizle' diye. Ama hiçbiri çıkarıp bir lokma ekmek getirmez. Belediye buraya her ay yiyecek ve kömür bırakıyor. Kaloriferli evlerinizden gelip, bizden oy istiyor, oy verdiğim partiye de 'hırsız partisi' diyorsunuz. Ben sadece çocuklarım soğuktan donmasın istiyorum."

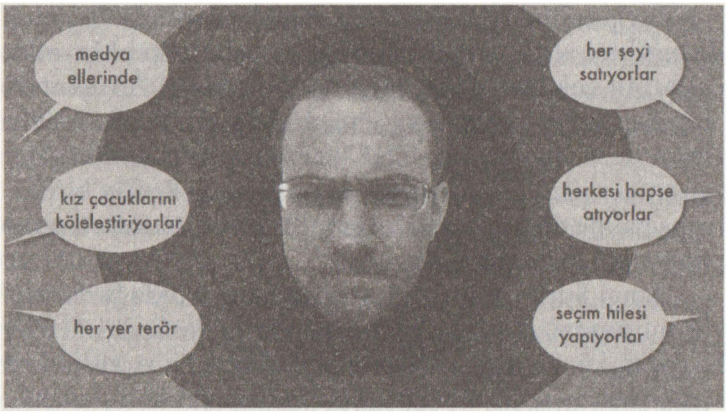
Sunumlarda bu anıyı anlatırken özellikle kadın CHP'lilere odaklanıyordum. "Yalvarırım kimseye öğretmenlik yapmayın. Kadınların kendi içinde biz erkeklerin arasında olmayan sihirli bir kolektif ruh var. Bu hikâyedeki genç kadın gibi milyonlarca yoksul kardeşimiz, tek göz evlerde, koca baskısı, parasızlık baskısı, toplum baskısıyla eziliyor. Bir de siz gidip onları ezmeyin. Hiçbir şey demeseniz bile gidin ellerini tutun. "Nasılsın kızım?" deyin, halini hatırını sorun. Ne CHP'yi anlatın ne seçimden bahsedin. Bomboş bir sohbet bile kusursuz bir siyasi nutuktan daha yararlı olabilir. Onların yanına gidin ve onlarla tanışın. Muhtemelen yine AKP'ye oy verecekler, en yoksulların oy kararını değiştirmek kolay değildir. Oy vermeseler de selam versinler, onlar da sizi tanısın; onlar da sizin geçim derdinde, çoluk çocuk derdinde insanlar olduklarınızı görsün. İnanın bu her şeyden kıymetli.

Ülke genelindeki Suriyeli düşmanlığından CHP örgütleri de nasibini almıştı ve bu konu hem beni hem ekip arkadaşlarımı çok üzüyordu. Suriyeliler hakkında "ürüyorlar", "nargileciler", "sırtımızdan geçiniyorlar" gibi ne kadar faşizan tanım varsa, bunları bazı CHP'lilerden de duyuyorduk. Her toplantıda söz Suriye'ye geliyordu. Bu konu keskin bir tartışma haline dönüşüp, yapacağımız toplantıları sabote etme potansiyeli de taşıyordu.

"Hangi Suriyelinin iyi, hangisinin kötü olduğunu biliyor musunuz? Alınlarında mı yazıyor, iyi kötü diye?" diye başlayan küçük açıklamalar yapıyordum. "Suriyeliler bizi sömürmüyor, biz Suriyelileri sömürüyoruz. En kötü şartlarda, en ağır işlerde, sigortasız ve çok düşük maaşlarla çalışıyorlar. Suriyeli çocuklar ve kadınlar daha da büyük baskılar ve zorluklar yaşıyorlar. Ülkemizdeki en yoksullar, 'işimi elimden aldı' diye Suriyelilere kızıyor ama o işleri kaçak işçilere daha ucuza yaptıran patronlar bayram ediyorlar.

Kimse evini malını mülkünü bırakıp bir ülkeye sığınmaz. Yüz küsur yıl önce Balkanlardan ve Kafkaslardan milyonlarca kişi göç ederek Anadolu'ya geldi ve o yıllarda Suriye bu ülkenin bir parçasıydı. Bir solcu, bir sosyal demokrat, bir sosyalist düşene tekme vurmaz, çaresiz insanlar hakkında genelleme yapmaz, yapana da mâni olur. Bu insanlar yaşananların suçlusu değil, mağduru. Onlar komşumuz ve kardeşimiz, binlerce yıl boyunca da böyle olacaklar. Dost kara günde belli olmaz mıydı? Suriyeliler konusunda önce sözlerimize dikkat edelim, sonra da davranışlarımıza. Bize böylesi yakışır. Ne dersiniz?"

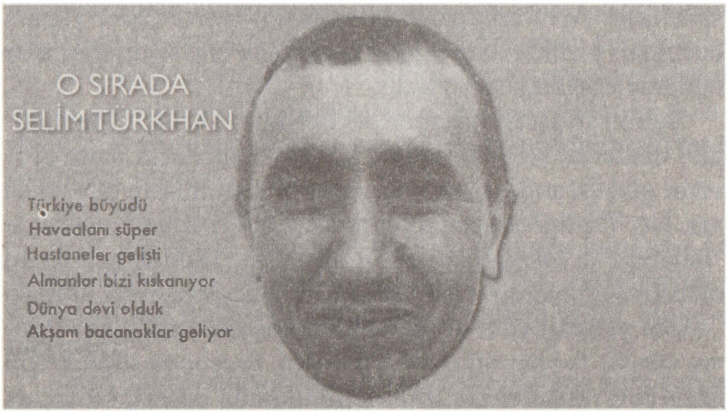
Böyle konuşunca grupların çoğu hak veriyor, bir kısmı farklı perdeden de olsa itiraza devam ediyordu. Suriye sadece CHP seçmeninin değil, tüm ülkenin sağduyuyla düşünmesi gereken bir konu. Henüz hiçbir Suriyeliyi adıyla tanımıyoruz, hiçbir Suriyeli bir aşk dizisinin başrolünü oynamadı. Sayıdan ibaret görünen bu acılı kardeşlerimiz, diyalog kurmaya en mecbur olduğumuz insanlar aynı zamanda.



Kent sunumlarında "AKP Neden Kazanır?"da da bahsettiğim "kara girdap" konusuna mutlaka değiniyordum. Sıradan bir CHP'linin okuduğu haberler ve yaşadığı gerçekler karşısında karamsarlığa kapılması ve Genel Başkan nereye giderse gitsin karşısında karamsar ve öfkeli bir kalabalık görmesi konusu. Kitaptan bu yana bu karamsarlık havasının sosyal medyayla daha da çoğalması gibi bir durum da olmuşu.



Bu slaytlardan hemen sonra "O sırada Selim Türkhan" diyerek, yan komşuları Selim Bey'in iç dünyasından birkaç cümle aktarıyordum.



CHP seçmeni ülkenin halini düşündükçe soluksuz kalırken, onunla aynı sosyo ekonomik pozisyonda olan komşusu bambaşka bir psikolojide olabiliyor.

TOPLUMU NASIL BÖLÜYORLAR?



Bu slayttan sonra neredeyse tamamı AKP'ye oy veren siyasetsiz seçmenle, prototip CHP seçmenini bir arada gösteren bir slayt gösteriyor ve ortaya kalın bir çizgi çekiyordum.

"Geçen yıllarda bu iki insan arasındaki duvar daha da kalınlaştı. Aynı apartmanda yaşayan, benzer işler yapan, çocukları birlikte ders çalışan iki komşu bile siyasi ayrımlar nedeniyle selamlaşmaz oldu.

Bunun siyasetsiz seçmen cephesinde "Diriliş", "Payitaht" gibi dizilerin, AHaber veya TRT gibi kanalların hatta Survivor gibi ilk anda masum görünen programların bile etkisi var. Ne "Diriliş"te Osmanlı'nın ilk günleri anlatılıyor ne de "Payitaht"ta Osmanlı'nın son günleri... Yapılan şey tarihi olayları eğip büküp bugünün siyasetinde seçmen kazanmak.

Öte yandan CHP'li seçmen de komşusundan uzaklaşıyor çünkü Twitter öfkesini artırırken, Facebook şüphelerini azaltıyor; muhalefetin internette tıklama değeri, kitapçıda sattırma değeri yüksek olduğu için muhalefet esnafları da önyargıları sivrilttikçe sivriltiyorlar.

CHP VE HDP'NİN YALITILMASI

CHP seçmeni ayrı semtlere taşındı ve kentler coğrafi fanuslara bölündü. Bir yerde okumuşların yoğun yaşadığı görece refah içinde CHP ilçeleri, bir yerde birinci ve ikinci nesil göçmenlerin kümelendiği, kentsel gelişim standartları düşük AKP'li ilçeler.

Türkiye'de en yoksullar HDP ve AKP'ye oy veriyor ve AKP'liler ile HDP'liler aslında aynı mahallede yaşıyor, aynı okula gidiyor veya aynı camide namaz kılıyor. Şovenizmin yükselmesiyle HDP ve AKP'nin yoksul seçmenleri de coğrafi olmayan ama coğrafi olan kadar net sınırlara sahip ideolojik fanuslara kapandılar.

HDP seçmeni, AKP seçmenine nazaran daha demokratik ve çoğulcu. Bu seçmenin, kendiyle aynı sınıftan olan AKP'li kardeşleriyle diyalojik iletişim olanakları yaratmakta ortalama bir CHP'liden daha fazla avantajı var. Ama CHP için coğrafi, HDP için ideolojik fanuslar, sözü paylaşmanın önünde engeller.

ERDOĞAN'A VE BAHÇELİ'YE HAKARET ETMEYECEĞİZ

"Tanıdığım AKP'liler en mazlum oldukları zaman bile liberalleri inandırdıkları gibi mazlum değillerdi. Çoğunluğun gücü hep arkalarındaydı, bu nedenle her zaman pervasızdılar. 12 Eylül'de devrimcileri ve ülkücüleri ayırmadan işkence ettiler ama dinciler hep kayırıldı. 28 Şubat'ta dillerine doladıkları "ikna odaları zulmü"nü, on yıl geçmeden misliyle ve övünerek yaptılar.

Yani her şeyin farkındayız...

Ama her geçen gün yeni nesiller aramıza karışıyor ve herkes bilgiye eşit bir şekilde ulaşmıyor. Yeni gelenlere olanak tanımalı, onlara el uzatmalıyız. Ekmediğimiz bir şeyi biçemeyiz.

Zaten bütün panik de bu: İnsanlar birbirleriyle konuşursa, er veya geç bütün boyalar siliniyor. Diyalog iyilerin isteyeceği bir şey, monologsa kötülerin.

Yaşadığımız tüm yapay gerilimler, anlaşılmaz düşmanlıklar, siyasi hakaretler, suçlamalar, savaşlar tek bir amaç taşıyor: Diyaloğu kesmek.

Buraya kadar herkes benimle aynı fikirde değil mi?"

(Bu sorunun yanıtını biliyordum ama yine de soruyordum. Elbette ki herkes "Evet, biliyoruz" diye yanıt veriyordu.)

"Peki o zaman diyaloğun önünü siz de niye kesiyorsunuz arkadaşlar? Hepinize böyle yapıyorsunuz diyemem ama biliyorum ki birçok kişi böyle yapıyor. Bir kahveye gider gitmez, ikinci sözünüz Erdoğan'a hakaret etmek oluyor. Siz Erdoğan'a hakaret edince, sonra söyleyeceklerinizin anlamı kalmıyor. Lütfen ne siyasi çalışma yaparken ne de mesela berberde saçınızı kestirirken hiçbir siyasi lidere hakaret etmeyin. Bu size yakışmaz."

TAHİN OLUN, PEKMEZ OLUN

Bizi fanuslara kapatıyorlar. Bizi zeytinyağı ve su haline getirmek istiyorlar. Zeytinyağı ve suyu dilediğiniz kadar karıştırabilirsiniz ama günün sonunda zeytinyağı üste çıkıverir... Böyle değiliz, böyle olmamalıyız.



Zeytinyağı ve su gibi değil, tahin ve pekmez gibi olmalıyız; tahinle pekmezi karıştırdıkça lezzeti artar. İnsanlar konuşa konuşa anlaşır.

Lütfen liderlere hakaret etmeyi bırakın. Mekânına gittiğiniz insanlarla önce karşılıklı muhabbeti oluşturun. Muhabbet arttıkça eleştiriler de getirebilirsiniz ama bu eleştiriler de tartışma seviyesine asla çıkmamalı. Sabırlı olun, ağır olun; bir yere siyasi toplantıya gittiğinizde kâinatın bütün dertlerini çözmeye kalkmayın. Sadece oturup çay içmeniz bile daha yararlı olabilir.

Bazen durup "Haklısın" demeyi ve konuyu değiştirmeyi bilmelisiniz. Ama "Merhaba, Erdoğan hırsızdır" diye girilir mi konuya yahu? Erdoğan'a Bahçeli'ye, Akşener'e, Demirtaş'a hakaret edemezsiniz. Bu insanların hepsi bir oy temsilidir. Bir insanın oy verdiği kişiye hakaret etmek, o kişiye de hakaret etmek gibi algılanabilir.

KILIÇDAROĞLU'NA HAKARET EDİLEBİLİR Mİ?

Size Erdoğan'a hakaret etmeyin dedim ama biliyorum ki şu an beni dinlemeye gelenlerin içinde bile Kılıçdaroğlu'na

hakaret edebilen kişiler vardır. Bu ne şimdi? Parti içi demokrasi mi?

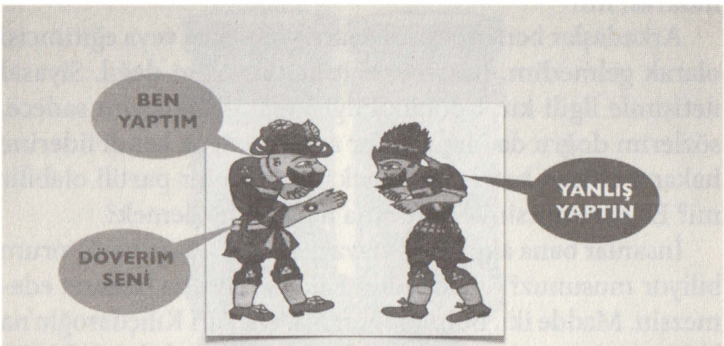
Arkadaşlar ben buraya bir parti yöneticisi veya eğitimcisi olarak gelmedim. Kimseyi eğitmek haddim değil. Siyasal iletişimle ilgili kırık dökük bilgisi olan bir kişiyim sadece, sözlerim doğru da olmayabilir ayrıca... Ama kendi liderine hakaret ettiren hatta bizzat hakaret eden bir partili olabilir mi? Eleştirebilirsin elbette ama hakaret ne demek?

İnsanlar bana akıl danışmaya geliyor. Onlara ne diyorum biliyor musunuz? "Madde bir, Kılıçdaroğlu'na hakaret edemezsin. Madde iki, Bulunduğun masada biri Kılıçdaroğlu'na hakaret ederse o kişiyi uyar ve 'benim yanımda böyle konuşulmasına izin veremem' de. Madde üç, karşıdaki hakarete devam ederse de o masayı terk et. İsterse aile yemeği olsun, fark etmez.

İşte bana danışanlara bunu diyorum. Çünkü en önemli konu bu... Çünkü her söz yankısını bulur, söylediklerimiz de sustuklarımız da bir gün bize mutlaka yansır. Parti içi demokrasi kavramını birçok kişi yanlış anlıyor. Partinin içindeyken başkanı (gerekçelerini çok iyi hazırlamak kaydıyla) eleştirebilirsin ama bindiğin dala küfredemezsin.

Sen küfredersen sokaktaki dalgacı genç de Kılıçdaroğlu ile dalga geçmeye başlar. Erdoğan'a, Bahçeli'ye korkudan tek laf edemeyen "komedyen" Kılıçdaroğlu'na pervasız sözler söyleyebilir. Çorap buradan sökülmeye başlayınca solun tüm değerleri alay edilebilir hale gelir, elbette ki tek taraflı olarak.

Kendi siyasi liderine hakaret eden veya ettiren kişinin yapacağı siyasi iletişime kimse önem vermez. Kılıçdaroğlu ile derdi olan çıksın istediği partide diyebildiğini desin ama hem CHP'de durup hem de Genel Başkan'ına hakaret eden, alaycı konuşan veya bu tip konuşmalara tolerans gösteren kişinin siyasi iletişime sadece zararı olur. Böyle bir yerel örgüt, ağzıyla kuş tutsa seçim kazanamaz, hepinizin bilgisi olsun.



CHP genel merkezinde de anlattığım Karagöz ile Hacivat benzetmesini her toplantıda tekrarladım. Diyalektik iletişim, diyalojik iletişim kavramlarına pek girmeden paylaşmak istediğimi Karagöz ve Hacivat'la anlattım. Bu slaytların sonunda, "bu oyundan çıkacağız" diyordum.

BANA ONAY VERİYOR MUSUNUZ?

NE YAPMALI?

CHP seçmeninin hoşuna giden bir iletişim, AKP seçmenine itici geliyorsa?
AKP seçmenini etkileyecek bir iletişim, CHP secmeninebanal geliyorsa?

Her sunumun sonunda CHP örgütlerinden onay almak için bu slaydı çıkarıyor ve "Arkadaşlar ben ne yapayım, bana akıl verin" diyordum.

"Sizlerin hoşuna gidecek bir reklam kampanyası yapabilirim, hiç başım ağrımaz, hiçbir CHP'li 'Yazıklar olsun sana' diye beni linç etmez, kimse aleyhimde mektuplar yazıp Kılıçdaroğlu'na atmaz. Yıllardır CHP'ye reklam yapan herkes böyle yapmış. CHP seçmeninin seveceği reklamlar yapıp yollarını bulmuşlar. Seçim kaybedilince de ortadan toz olmuşlar.

Öte yandan ben biliyorum ki sadece CHP seçmeninin seveceği gibi reklamlar yaparsak seçimi kazanamayız... Öyle reklamlar yapmalıyız ki AKP'ye oy veren seçmenleri de etkilesin. Ama böyle reklamlar yaparsam başıma bela alırım arkadaşlar. Sizi bilmem ama bazı CHP'liler öyle reklamları sevmez, beni de Taksim meydanında yakarlar. Dertsiz başıma dert alırım.

Yani şimdi size soruyorum. Ne yapayım? Sizi mi goygoylayayım yoksa sizle şimdi burada anlaşıp, AKP seçmenine mi sesleneyim?"

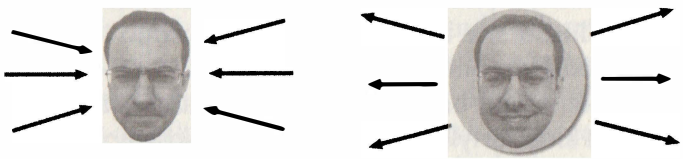
Katılımcılar haliyle "İkincisini yap" diyorlardı. Ben de o zaman.

"Peki benim yanımda olacak mısınız? Ateş'in bir bildiği vardır, diyecek misiniz?" diye soruyordum.

Herkes "evet" deyince anlaşma da yapılmış oluyordu.

Kampanya zamanı gelince bu arkadaşların tamamı yanımda durdular.

YARADILANI HOŞ GÖRMEK



Her sunumun en temel konusu radikal sevgi oluyordu. Kendi içine kapanmış, hayattan umudunu kesmiş, kötümser CHP seçmeni yerine; çevresine sevgi ve enerji saçan bir seçmen olmak gerekiyordu. Bunun yolu sevgiden geçiyordu. Ama o şarkılardaki bildiğimiz sevgiden değil, "bizi sevmeyenleri" sevmekten. Yunus Emre, 700 yıl önce, "Yaradılanı hoş gör, yaradandan ötürü" dememiş miydi? Madem CHP seçmeni daha okumuş bir seçmen kitlesiydi, o halde alttan alması gereken de öncelikle CHP seçmeniydi.



Eğer bir süt üreticisine reklam yapıyorsanız, süt ürünlerinin yapımından tutun da Türkiye'deki tüketim kültürüne, evde ve sokakta tüketilen süt ürünleri müşteri profiline kadar farklı disiplinlerde birçok bilgiyi öğrenirsiniz. Fabrikada mühendisler, dışarıda satış uzmanları, ofiste araştırmacılar ve sosyologlar size bir yığın bilgi verir. Sizin o marka sütü içip içmediğiniz önemli bir detay olabilir.

Siyasetle ilgili bir konuda konuşunca da ister istemez siyasetin aktörleriyle ilgili sözler, siyaset sosyolojisiyle ilgili tespitler, kitle psikolojisi, nöromarketing gibi konularla yatıp kalkılıyor. Buna rağmen ben siyasetin güncel konularına girmekten hep kaçındım. Bu tip soruları yanıtsız bıraktım. CHP içindeki farklılıklara, kıskançlıklara, kulis dedikodularına kulak tıkadım. AKP o gün bunu demiş, HDP şöyle yapmış gibi söylemlerden uzak durdum.

İletişimci olarak CHP'lilere hep yakındaki basit konuları anımsattım. Hâl hatır sorma, selamlaşma, şakalaşma... Toplantılara katılanlar genellikle ömürlerini siyasete vermiş insanlar oluyordu. Teke tek konuşmalarda siyasi çekişmeleri açanlar olsa bile, konuyu hemen çocukların okuluna, şehrin turizm potansiyeline, Anadolu'daki bir CHP'linin CHP adına gelen bir kişiden pek beklemediği konulara çeviriyordum.

"Radikal Sevgi" anlatısını örneklerle, deneyimlerle, alıntılarla zenginleştirdik. Yukarıdaki slayt gibi basit anlatımlar, kitapta bu örneklerle zenginleşmiş olarak basıldı.

SEVGİYE SAYGI

İster radikal olsun ister olmasın, "sevgi" kavramının kendisine karşı belli belirsiz bir akademik küçümseme vardır. "Avam"a bol bol pompalanan "sevgi" söylemleri "yukarılara" çıktıkça oksijen gibi azalır.

Bu öğretilmiş küçümseme, bir cumartesi sabahı takım elbiselerini giyip konuşmalarımı dinlemeye gelen CHP yöneticilerine de yansıyordu elbette. Bu nedenle radikal sevgiden bahsederken öncelikle sevgi kavramına saygı duyulması için bir girizgâh da yapıyordum. Bazen birkaç cümleyle geçiştirsem de bazen gelen sorulara göre daha derinlere inmek kaçınılmaz oluyordu.

Marx'ın akıllara zarar genişlikte külliyatına baktığımızda sevgi ile ilgili, yirmili yaşlarında yazdığı ve çok alıntılanan "Tek kişiye karşı olan sevgi genişletilmiş bencilliktir" cümlesinden veya "Sevginiz sevgi uyandırmıyorsa bu güçsüz bir sevgidir" gibi bugünün standartlarında çok retweet almayacak karalamalardan başka fazlaca bir söz bulamayız. Erich Fromm'a gelene kadar sevgi pek de saygı görmeyen bir sözcük olarak, genellikle eleştiri veya dalga geçme konusuydu. Sevgiyi ciddiye almak, ciddi bir akademisyen için neredeyse bir tabuydu.

Sevgi ve arzu sözcüklerinin sürekli karıştırılması ve ayrımın nerede başladığının yoruma açık olması bu tabuyu besliyor olabilir. "Seni seviyorum" diyen bir âşık aslında genellikle "seni arzuluyorum" diyordur. Fabrikalar ve tarlalar için ucuz emek bulmak ve kolayca galeyana getirilecek eğitimsiz kalabalıkların oylarıyla seçim kazanmak sağcıların işine geldiği için "üremeye" vesile olacak sevgi, sistem tarafından hoş görülür hatta özendirilir. Aile bu nedenle "kutsal"dır ve gençleri bir an evvel evlendirmek yine bu nedenle şarttır. (Eşcinsellik en büyük suçtur çünkü eşcinsel sevginin sonucunda çocuk doğmaz, fabrikalar ucuz emek bulamaz.)

Arzudan ayrıştırdığımız sevgi bile yeterince itibarlı değil. Birisi sevgiden çok söz ederse naiflikle, boş konuşmakla, sevgi tüccarlığı yapmakla itham edilir. Bunun bir nedeni insanlığın 1950'li yıllara gelene kadar "his" kavramını da yeterince önemsememesi olabilir. Hissin en yüksek bilinç düzeyi olduğu çok yakın zamana kadar reddedilen bir tezdi.

Bir kente gider ve bir hisse kapılırız: "Bu kentin insanlarını sevdim." Kuşkusuz kevgir kadar delikli bir kanaattir bu: Sevdiğiniz kentin insanları içinde de alçak, rezil, tecavüzcü, katil, kıskanç, kindar kişiler bolca vardır ama genel hava size olumlu bir "his" verir ve işin garibi bu his genellikle doğrudur da. Zihnimiz boşluklarla dolu cümleler yazar, bu boşlukları beynimiz ilk bakışta "hayal meyal", daha dikkatli bir bakışta şaşırtıcı bir analitik süreçle doldurur. Peter Mendelsund, bin sayfalık "Anna Karenina" kitabını okurken, okurun kafasında tam bir Anna Karenina görüntüsü olmadığını söyler. Bir kez gördüğümüz bir insanın yüzünü tarif edebiliriz ama iki hafta boyunca okuduğumuz bir romanın baş kahramanının yüzünü tarif edemeyiz. Tarif edemesek de onun bir yüzü vardır, akıl sadece bu işe girişmez, gerekli görmez.

İnsan beyninin hâlâ formülleştirilememiş düşünme şekli, hislere ve en kuvvetli hislerden biri olan "sevgi"ye karşı küçümsemeyi de anlamsız kılıyor. Ama dediğim gibi bu görece olarak hayli taze bir keşif. Çağdaş felsefenin yapı taşı sayılacak birçok düşünür bu keşiflerden önce yaşadı ve pek çoğunun gözünde sevgi kavramı "fasa fiso"ya indirgenecek kadar az yer kapladı.

Siyasal iletişim milyonlarca seçmenin bir partiye hatta bir kişiye oy verme kararını konu eder. Ve bu karar, kim ne kadar küçümserse küçümsesin "sevmek" gibi temel bir hisle ilgilidir. Birini seversin veya sevmezsin. Bu kadar basit veya bu kadar karmaşık.

RADİKAL SEVGİ YALAN MI?

Bir kentte dobra bir CHP'li gelip sordu: "Hocam şimdi bu AKP'lilere 'seni seviyoruz' diye yalan mı söyleyeceğiz? Ben hiçbirini sevmiyorum ki. Onlar da beni sevmez..."

"Niye yalan söyleyesin? Amacın ne ki yalan söylüyorsun?" diye sordum. Amacı o seçmeden oy almakmış.

"Yahu o zaman bu radikal sevgi olmaz ki radikal sahtekarlık olur" dedim. Gülüştük.

Sonraki toplantılarda radikal sevgiyi biraz yaşam koçu gibi görünme pahasına daha kişisel örneklerle anlatmaya başladım. Amacımız oy almak değil, gönül almaktı. Sahtekarca yapılan bir sevgiyi kediler bile anlarken, insanlar haydi haydi anlardı. Partizanlıktan gözü dönmüş bir fanatiği sevmek zorunda değildik ama kendi içinde sorgulamalar yaşayan milyonlarca insan da vardı.

RADİKAL SEVGİ NAİFLİK Mİ?

Radikal sevgiyi anlattığım hiçbir yerde böyle bir soru gelmedi ama bu soruyu açık oturumda sormayıp, sonra internette yazanlar oldu.

Bu kitabı okumakta olanların da bazıları, "Radikal Sevgi" kavramını naif bulmuş olabilir.

Dünyada berbat insanlar olduğunun farkındayım, yanı başımızda yıllardır vahşi bir iç savaş yaşanıyor; katliam, sömürü, kalleşlik her yerde var. İllaki çok büyük olaylar olması da gerekmiyor: Gündelik hayatımız kıskançlık, fesatlık, kayırma, torpil, bir anda yükseliveren ölçüsüz şiddet gibi yorucu fiillerin ezdiği öznelerle dolu.

Radikal sevgi bunları görmezden gelip Pollyanna olmak değil elbette. Mümkün olduğunca çok insanın kötülük akıntısından kurtulması için bir çaba bu.

Sömürgenler azınlıkta olmalarına rağmen katliamla, bombayla, suikastlarla çoğunluğu yönlendirmeye devam edecekler. Öte yandan ifrit inlerinde bile iyi insanlar olacak. En korkunç terör örgütlerinin içinden dahi birileri çıkıp "Hayır bu katliamı yapmayalım, bu bombalı eylemden vazgeçelim" diyecek. Diyor da zaten... Radikal sevgi, kötülük çarkını görmemek değil, onu görmek ve durdurmaya çalışmak.

İLGİDE SEÇİCİLİK

Algıda seçicilik diye bir terimi mutlaka duymuşsunuzdur. Ben size yeni bir terim önereceğim: "İlgide seçicilik." Verimli bir siyasal iletişim yapmak istiyorsanız her konuya hatta her insana eşit ilgi göstermeyin.

Eşit ilgi gösterseniz yine iyi... Siz en olmayacak kişilere: Kışkırtıcılara, aşırı politik karşıtlarınıza veya aşırı politik aynı partili arkadaşlarınıza mülayim seçmenden çok daha fazla ilgi gösteriyorsunuz. Oysa bu insanlar fikirleri en zor değişecek, en tutucu ve kavgayla beslenen tiplerdir. Böyle kişilere vakit harcamak israftır.

Karl Marx, "Katı olan her şey buharlaşır" der. George Ritzer, Marx'ın bu sözünden hareketle, sadece somut nesnelerin değil, bilginin ve algının da "katı, sıvı, gaz" halleri olduğunu söyler.

En koyu muhalif, katılaşmış bir insandır. Onu etkilemek çok zordur, belki biraz eritebiliriz ama bu oy kararına etki etmez. Oysa oy verdiği partiye kendini körü körüne bağlı hissetmeyen çok sayıda akıllı fikirli insan da var. İlgide seçicilik, böyle insanları seçmek ve öncelikle onlarla sohbet etmektir.

TWITTER'DAN ÇIKIN



Yaptığım her sunumda bu uyarıyı gösterdim. İnternete bulaşmak mafyaya bulaşmak gibi bir şey. İnternetin abartıldığı kadar önemli olmadığını hatta Twitter ve Facebook'un pek çok açıdan zararlı olduğunu söyleyince, belediyelerin sosyal medyalarında çalışan gençlerin bazıları Kılıçdaroğlu'nu da tag'leyip aleyhimde yazılar yazdılar. Ama bunlar azınlıktaydı ve sosyal medya ekiplerinden yanıma gelip, "Abi doğru söylüyorsun" diyenler bolca oldu.

Çok soru gelince bu konuyu şöyle açıyordum:

SOSYAL MEDYA BİR BIÇAKTIR

Bıçakla ekmek de kesilir, insan da. Sosyal medyanın yararları var ama zararları da var. Bir de her sosyal medya platformu aynı değil. Bunların içinde özellikle Twitter hiç masum olmayan, çok tehlikeli bir uygulama.

TWITTER NEDEN KÖTÜDÜR?

1 - Çünkü Twitter bizi şimdiki zamana fazlasıyla bağlar. Resmi görmeyip pikselleri tartışmak eskiden sadece gazetecilerin hastalığıydı, şimdi sadece Türkiye'de yarım milyon kişi bu hastalığın pençesinde. İki hafta önce bütün dünyanın gündemindeki konuyu şimdi anımsayan yok: Gündem bir çöptür. Haber diye önümüze konanların %90'ı haber değil, geriye kalanlar da doğru değil. Günde üç litre su içmek gerekli diye su tankerinin içinde yaşamaya lüzum yok.

Neredeyse yirmi yıldır televizyon yayını izlemiyorum, gazete okumuyorum, köşe yazısı okumuyorum. Okumam, izlemem gereken bir şey varsa arkadaşlarım iletiyor. Ve bunun hiçbir eksikliğini hissetmedim. (Bazen çok önemli olduğu söylenen birinin adını duyunca boş boş bakmak dışında.) İnsanlığın temel konuları Lermentov, Musil veya Mo Yan'ın kitaplarında da var. Bir rap şarkısı tüm on yılın özetini barındıracak kadar yoğun olabilir, Uykusuz Dergisi tek başına günümüzün tüm detaylarını yansıtabilir.

Twitter'dan en çok şu nedenle çıktım. Beni "şimdi"nin kölesi yapmıştı ve ne geçmişi analiz edebiliyor ne de geleceği

planlayabiliyordum. "Şimdi" cıva gibidir, elinde tutamazsın, ağırlığını taşıyamazsın ve seni zehirler.

2 – Twitter bizi öfke sarmalı içine sokar. Susarsın, susarsın ve en öfkelendiğin anda bir tweet yazıp öfkeni dışa vurursun. Tüm büyük distopya romanlarında zihin okuyan iktidarlardan söz edilir ama hiçbirinde zihninden geçeni kendi yazan aptallardan söz edilmez. Öfkemizi kusmamız bir siyasal iletişim yöntemi olmadığı gibi, milyonlarca gönüllü muhbirin olduğu bir ortamda kusmak pek rahatlatıcı bir yöntem sayılmamalı.

3 - Twitter yanıltır. Telefonumuzda fırtınalar koparken yanı başımızda kedimiz mışıl mışıl uyur. Herkesin öfke sarmalı üzerimize gelir, "nefretçi"ler dünyaya bakışımızı değiştirir. Sürekli patinaj yapan ve sürekli gaza basan birine döneriz ki bataklıkta saplananların sonu da böyle gelir.

4 – Twitter Türkiye'de daha da berbattır. Çünkü Türkiye'de maaşlı kadrolar tarafından yönetilen ve gerçeğinden ayırt edilemeyen binlerce hayalet hesap var. Buna gizli servislerin, Rusya, Çin, ABD, İngiltere ve Almanya gibi hevesli ülkelerin yönlendirici sahte hesaplarını da ekleyin. Twitter çukurunda yüzbinlerce "hesap", konuları bükmek, dikkatimizi dağıtmak ve kışkırttıkları insanları ihbar etmek için aralıksız çalışıyor.

5 – Twitter'da haydutlar vardır. Etkileşim ve erişim arasındaki farkı bile bilmeyen insanlar "sosyal medyacı" olduğunu iddia eden, benim "Twitter haydutu" demeyi tercih ettiğim bir kitle tarafından çok güzel kandırılır. Büyük bölümü siyasetten veya memleketten habersiz olan bu kişiler, patrondan aldıkları parayla, hesabını kiralayan fenomenlere bahşişler dağıtarak "Bütün Türkiye bizi konuşuyor" gibi bir algı yaratırlar; zararsız ve etkisiz komikliklerle bir tweet atıp, kritik anda attıkları bir hatalı tweet'le hizmet verdikleri kişi veya kuruluşun batmasına yol açarlar. Twitter haydutu

kondom kullanmayan azgın delikanlıdır; "Dikkat edeceğim merak etme, böyle çok daha zevkli" der, hamile kalmak sorunların sadece bir tanesidir oysa.

FACEBOOK NEDEN KÖTÜDÜR?

Facebook bizi mavracı yapar ve yankı odasına hapseder. Dijital bir köyün köylüsü haline geliriz. Like bağımlısı ve onanma esiri oluruz. Facebook bizi bir yankı odasına koyar, bu nedenle farklı fikirlere karşı yabancılaşırız, sokak siyaseti kabiliyetimiz azalır. Aynı durum bizden farklı fikirlerdeki insanlar için de geçerlidir. Herkes kendi odasında yaşar, herkes kendi odasında şişer. Öyle ki bir an yan yana geldiğimizde aynı olayları bambaşka ve kesin cümlelerle yorumladığımızı görürüz.

Ensar Vakfı'ndaki çocuk tacizleri Facebook'taki gündemin baş maddesiyken, AKP'li bir tanıdığımın Facebook hesabına onun telefonundan baktım. Facebook bu tanıdığa aynı konuda bambaşka haberler gösteriyordu. Buna göre Ensar Vakfı haberleri Fetö'cülerin kasıtlı çıkardığı yalanlardı, Fetö'nün oyununa gelmemeliydik, Ensar Vakfı binlerce yoksul çocuğu Fetö kıskacından kurtarmıştı vb...

Facebook içeriğini kullanıcının belirlediği feci halde "yandaş bir medya"dır; hem de bu yandaşlık bizzat kullanıcıya yandaşlıktır. Bir şeyleri beğenerek, kendimiz gibi düşünmeyenleri engelleyerek Facebook sayfamızı kendimize "yandaş" bir sihirli aynaya çevirirz. Aynadaki cin bize "en güzel sensin" der, bize de bunu "beğenmek" düşer.

Allah'tan bu yankı odaları fazla büyümez, Twitter kadar yaygınlaşmaz.

INSTAGRAM NEDEN KÖTÜDÜR?

Instagram kötü değildir. Sadece etkisizdir. Çok fazla bakarsanız gözlerinizi yorar, hep aynı açıyla poz verirseniz yüz felci olabilirsiniz, hepsi bu. Bütün belediye başkanlarına "Sadece Instagram kullanın yeter" dedim. Şimdi buna Tik Tok da ekliyorum.

(Twitter'ı yıllar önce bıraktığım halde Facebook ve Instagram'a devam ettim. 31 Mart'tan sonra bu iki platformda yazdığım yazıların bazıları milyonlarca kişi tarafından okundu, bin takipçili sayfada paylaştığım yazılar yarım saat sonra internet sitelerine haber olarak düştü. 31 Mart'tan önce çok kullanmamıştım ama 31 Mart'tan sonra ülkenin derdi İstanbul seçimi olunca bilinçli olarak siyasi mesajlar yazdım ve seçmeni sükunete çağırdım. Şu anda da uzun yazılarımı Facebook'ta paylaşıyorum. Güneri İçoğlu'nun "Akacak mecra bulamadım" isimli bir köşesi vardı. Benim de akabileceğim tek mecra Facebook kaldı. Patronum Mark Zuckerberg berbat biri ama yine de Türkiye'de en özgürlükçü yayınlarında bile Facebook'taki kadar serbestlik bulamamıştım, buna da şükür.

Yaptığım sunumlarda CHP'lilere "Twitter'dan çıkın" dedim. Bu kitabı okuyanlara da aynısını söylüyorum. Twitter'dan çıkın, Facebook'u da bir "notebook" gibi kullanın. Baktınız çok kaptırıyorsunuz, ara verin. Hiç olmadı Facebook'tan da çıkın. Eskiden Facebook mu vardı?)

%99 GÜZELİZ

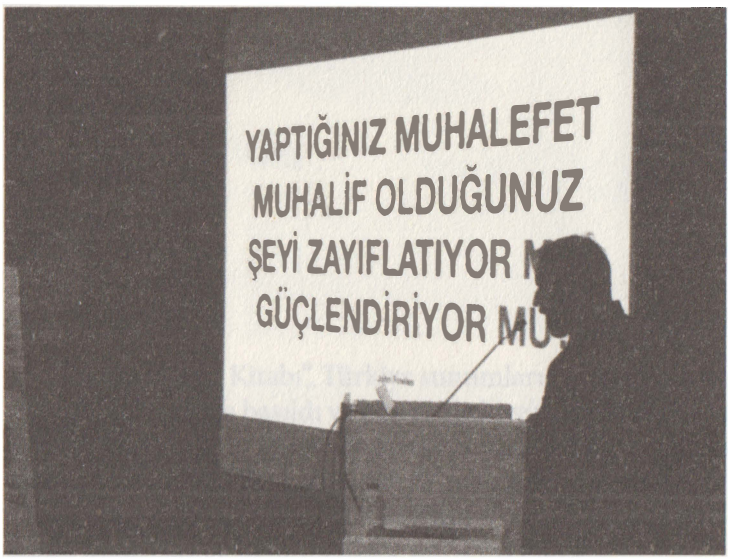


İyilik ve kötülüğün izafi, tartışılır hatta çocuksu sözcükler olduğunu bildiğimi bildirmeme gerek var mı? Arife tarif gerekmez düşüncesiyle size en basit tanımlarla konuşmak istiyorum.

Türkiye'de kötülüğü üreten ve yayanları toplasan nüfusun %1'i, yani 800 bin kişi anca eder. 800 bin karanlık insanla yaşamak korkutucudur, onlar her kente, her mahalleye ve her partiye dağılmıştır. Yani kimse bana AKP'liler kötüdür, CHP'liler iyidir demesin. AKP'nin, MHP'nin, İyi'nin, HDP'nin, CHP'nin yani her partinin içinde siyasetten geçinen, kendi çıkarını düşünen, yalancı, üçkağıtçı tipler var.

Bir başka açıdan bakarsak da ülkemizin %99'u kendi halinde, mülayim insanlardan oluşur. Bu nedenle tüm partilerin de içinde ezici çoğunluk iyi insanlardır.

Hepimiz biraz kıskançlık yapabiliriz, hepimiz zaman zaman kibirli hödükler gibi davranmış olabiliriz ama bu kötülükler süreklilik içermez. Sadece AKP'ye oy verenler değil, tüm partilerin seçmenleri doğal müttefikiz. Biz herkese kucak açmalı, herkesi dinlemeliyiz.



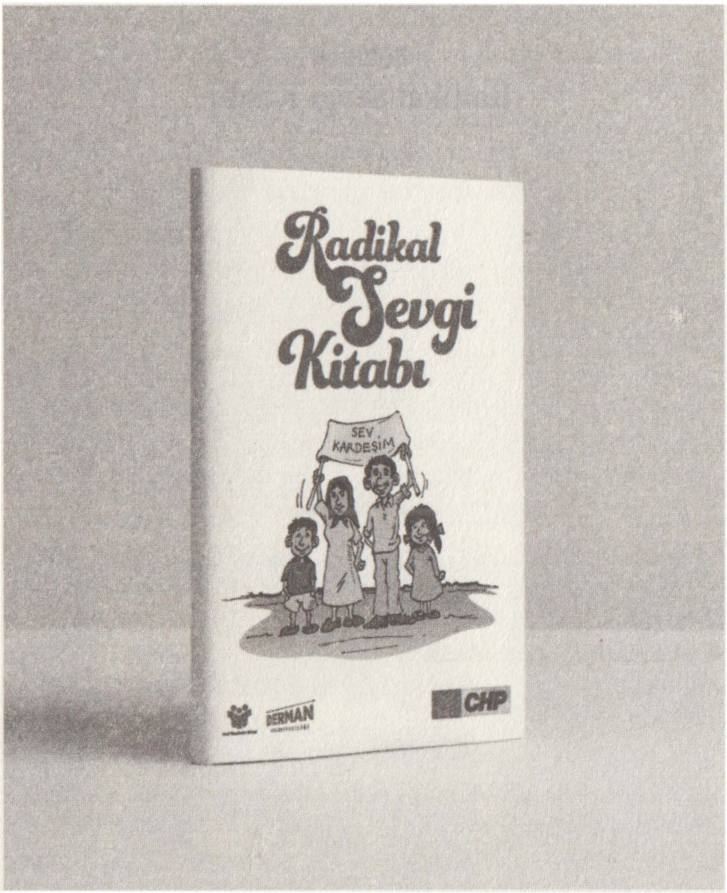
Sunumları genellikle bu slaytla bitirirdim. Bu slayt sunum bittikten sonra devam eden karşılıklı konuşma faslında ekranda saatlerce kalırdı.

Bölüm 8

Radikal Sevgi Kitabı

"Radikal Sevgi Kitabı", Türkiye sunumlarının özeti olarak 2018 Aralık ayında basıldı ve bütün Türkiye'ye dağıtıldı. Bazı kentlerdeki örgütler kitabı üyelerine hemen dağıtıp fazlasını sipariş ettiler; paketleri açmadan depoya yollayan kentler de oldu. Kitap defalarca basıldı, CHP'nin resmi internet sayfasında hem Türkçe hem İngilizce pdf'i yayınlandı.

Kitabın dilinin basit cümlelerden ibaret ve edebi oyunlardan mümkün olduğunca uzak olmasına çalıştım. Çizer Arif Yalçın'dan yetmişlerin devrimci yayınlarındaki çizim tarzıyla çalışmasını istedim. O yayınlarda da yer yer acemice ama sıcak bir tarz olurdu.



"Radikal Sevgi Kitabı", CHP örgütlerine bir tür "örgüt içi eğitim" dokümanı olarak dağıtıldı. Amaç seçmene değil, seçmene ulaşan örgüte rehberlik etmekti. Kitabın tamamını CHP örgütlerinden ücretsiz temin edebilirsiniz. Kitap ayrıca web sayfamda da pdf olarak var.

Bölüm 9

Ayşe Hanım'a Göre Stratejiler

Genel Merkez Stratejisi, durum analizi ve çözüm yöntemlerinden oluşuyordu. Normal şartlar altında CHP'nin benden istediği bundan ibaretti. Yıllardır hizmet satın aldığı tüm reklam ajansları bir genel strateji ve bu stratejiye bağlı olarak bir kampanya üretmişlerdi.

Ben ilk andan beri bunun yanlış ve yetersiz olduğunu söyledim. Bir değil, birçok kampanya gerekliydi. Tüm kampanyaların merkezinde "Radikal Sevgi" olsa da kurum olarak CHP'nin ve aday olarak bir bireyin kampanya stratejileri ve kampanyaları aynı olamazdı.

Genel Merkez kampanyasının stratejisine göre "Martın Sonu Bahar" kampanyası yapıldı. Bu kampanyayı ilerleyen sayfalarda anlatacağım.

Genel kampanyanın stratejisi olan diyalojik iletişim, radikal sevgi, derman belediyeciliği tek tek tüm adayların da stratejisiydi.

1 – Erdoğan'ı görmezden gel.

2 – Onu sevenleri sev

Genel merkez kampanyasında bu stratejinin birinci maddesini hiçbir siyasal söyleme girmeden, AKP'ye laf çarpmadan, "Hacivat" rolünü oynamayarak; ikinci maddesini de AKP "illet ittifakı"ndan söz ederken, biz siyasi ayrım yapmadan tüm Türkiye seçmenini kucaklayarak uyguladık.

Bu strateji belediye başkanı adaylarında da devam etti. Bütün adaylar bu stratejiye uygun olan "aday adayları"ndan seçildi. "Radikal Sevgi" kavramını en iyi taşıyacak kişiler aday gösterildi.

Ülke genelindeki atmosferin yanı sıra her adayın ve her seçim bölgesinin kendine göre farklılıkları vardı. Genel Merkez kampanyası "parti"yi özne yaparken, seçim bölgelerinde adaya kampanya yapılıyordu. Adaya yapılan kampanyaların da kendi içinde tutarlı bir stratejisi olması gerekiyordu.

Bu nedenle Genel Merkez stratejisi ve kampanyasını, belediye başkanı aday stratejisi ve kampanyasında ayrıştırdık. Bunu daha iyi anlatmak için, bir vatandaşın seçimdeki algılama sürecini açmamız gerekiyor.

AYŞE HANIM NE GÖRDÜ?

Beşiktaş'ta yaşayan bir seçmen düşünelim, adı da Ayşe Hanım olsun. (Ankara-Mamak, İzmir-Bornova veya Kayseri-Felahiye vb de olabilir)

Beşiktaşlı Ayşe Hanım, 31 Mart seçiminde karar verirken, CHP'den gelen ikişer adımlı üç kampanya gördü. Yani toplam altı adımlı "stratejiler" ve "kampanyalar"a maruz kaldı:



1 – Genel Merkez Türkiye Geneli Stratejisi
2 – Genel Merkez Türkiye Geneli Kampanyası
3 – Büyükşehir Adayı Stratejisi
4 – Büyükşehir Adayı Kampanyası
5 – İlçe Adayı Stratejisi
6 – İlçe Adayı Kampanyası

Bu liste sadece CHP veya Millet İttifakı'nın stratejileri ve kampanyalarını içeriyor. Oysa Ayşe Hanım aynı zamanda Cumhur İttifakı'nın da altı basamaklı stratejisine ve kampanyasına tanık oldu. Seçim kararını tek bir stratejiye ve kampanyaya bakarak vermedi. Onun oy kararının bu kampanyalar veya stratejilerden sadece biriyle ilgili olduğunu düşünmek bizi yanıltır. 31 Mart ve 31 Mart'ın mirasını devam ettiren 23 Haziran analizleriyle ilgili büyük yanılgılardan biri de bu.

Maddeleri tek tek açalım:

1 – Genel Merkez Stratejisi... Bu strateji Ocak 2018'den beri (aslında son yirmi yıldır) CHP'ye anlatmaya çalıştığım ve ancak Eylül 2018'de uygulamaya konulan stratejiydi. Yani basitçe "Diyalojik İletişim", "Radikal Sevgi", "Derman Belediyeciliği" gibi kavramlarla açıkladığımız ve bu kitabın içinde anlatılan strateji.

2 – Genel Merkez Kampanyası... Genel Merkez tarafından onaylanan, kısaca "Martın Sonu Bahar", "Seni Seviyorum Türkiyem" sloganları ve şarkısıyla anımsadığımız, "Hepimiz aynı belediye otobüsündeyiz" reklamıyla birlikte ilk kez gördüğümüz, ardından 12 belediye başkanını tek tek gösteren "dizi reklamlarla" devam eden, çok katmanlı büyük kampanya. Dizi reklamlar hem ana kampanyanın ve Türkiye geneli "Biz belediyeciliği biliriz" anlatısının bir aracıydı hem de dördüncü maddede açıklanacağı gibi tek tek adayların da işine yaradı.

3 – Büyükşehir Adayı Stratejisi... Tüm adaylar radikal sevgi stratejisine göre seçildi ve seçildikten sonra da hepsi aynı stratejiyi kullandı. Yani Genel Merkez Stratejisi'ndeki "Diyalojik İletişim", "Radikal Sevgi" kavramlarından hareketle, 2011 baskılı "AKP Neden Kazanır? CHP Neden Kaybeder?" kitabımda sayfa 177-202 arasında madde madde yazılan strateji. Her aday bu stratejiyi kendi kişilik özelliklerine, kendi seçim bölgesinin demografisine ve rakibin özelliklerine uygun olarak uyarladı. Bu uyarlama kısmında da biz Genel Merkez Ekibi olarak tüm adaylarla beraber çalıştık.

4 – Büyükşehir Adayı Kampanyası... İşte burada illere göre değişen durumlar oldu. Eskişehir'e hiç karışmadık örneğin, nasıl karışalım, bu stratejiyi yıllardır Büyükerşen örneğiyle doğruluyorduk; Antalya, Hatay ve İstanbul kendi kampanyalarını yaptılar ama zaten hepsi ilk üç maddeye ve aday stratejisine uyum içinde çalışıyordu ve kampanyaları

boyunca bizle sürekli irtibat halindeydiler. Bunların içinde Hatay'ın kampanyası özellikle harikaydı. İzmir kampanyası bir karmaşa içinde geçti ve adayı belirleme dışında bir kampanyası oldu diyemeyiz. Ankara, Bursa, Adana, Mersin, Aydın kampanyalarının her aşamasını, etkili kampanya yapamadıkları tespit edilen Muğla ve Tekirdağ'a ise son anda yetişerek final kampanyalarını biz yaptık.

Bunlar dışında özellikle İstanbul ve Ankara'da il örgütleriyle de bağlantımız oldu. İstanbul ve Ankara'da il örgütlerinde bize ders verecek düzeyde deneyimli insanlar çalışıyordu. Diğer il örgütlerine haksızlık etmek istemem ama hem İstanbul hem de Ankara il örgütlerinde bu seçim muazzamdı ve sonuca katkıları, kazanan adayların katkıları kadar yüksekti.

Genel Merkez Kampanyamızın aslan payı bir ay boyunca tek tek 12 adayın "dizi reklamı" olarak tanıtılması fikrine dayanıyordu. Bu dizi reklamlar ülke genelinde tüm seçim bölgelerinde işe yaradılar. Bu 12 reklamla bir taşla üç kuş vurduk; hem genel kampanyaya hem reklamda oynayan adaylara hem de bu "aday evreninden" yararlanan tüm diğer adaylara...Her biri neredeyse o illerin toplam reklam bütçesi kadar yüksek bütçelerle ulusal kanallarda yayınlanan bu reklamlar, doğal olarak o seçim bölgesindeki seçmeni de etkilediler. Ayrıca bir de çapraz etkileşim vardı: Yani Beşiktaş'taki Ayşe Hanım, İstanbullu Ekrem İmamoğlu'nu izleyerek de etkilendiği gibi, Antalyalı Muhittin Böcek veya Ankaralı Mansur Yavaş'ın reklam filmini izleyerek de etkilendi.

Son olarak İstanbul, Eskişehir ve Aydın'a özel "karşılaştırmalı" animasyon filmleri yaptık. Bu filmlerde Beylikdüzü ile Esenyurt'u; Eskişehir'le Kütahya'yı, Aydın'la Denizli'yi karşılaştırdık. Seçime birkaç gün kala özellikle AKP seçmenini hedefleyerek yayına sürdüğümüz bu reklam filmleri "siyasetsiz seçmen" üzerinde "son karar"ı netleştirme amacı taşıyordu.

Ulusal kampanyamızın son haftasında en yüksek bütçelerle Ekrem İmamoğlu reklamımızı yayınladık. Son hafta ayrıca AKP'nin siyasetsiz seçmenine seslenen İstanbul konulu viral reklamlarımızı güçlü bir destekle hedef kitlelere ulaştırdık.

Ayşe Hanım, bulunduğu ildeki büyükşehir adayını seçerken bu çok boyutlu iletişimden etkilendi.

5 – İlçe Adayı Stratejisi... Adayların stratejisi aynıydı ama büyükşehir kanunlarına göre bir seçmen hem bulunduğu ilçe için oy veriyor hem de büyükşehir adayı için. Örneğin Bolu veya Edirne gibi "normal şehir"ler için değil ama büyükşehirler için beşinci ve altıncı basamak etkisi de söz konusuydu. İlçelerin performansı büyükşehir adaylarını, büyükşehir adaylarının performansı da ilçeleri etkiliyor.

Beşiktaş'taki Ayşe Hanım, Beşiktaş'ın bu stratejiye uygun olarak seçilen CHP adayının, kendi karakteri, rakip analizi ve ilçenin demografisine göre özelleştirdiği "ilçe stratejisi"ne de tanık oldu. Bu stratejiye uygun olarak Beşiktaş İlçe Örgütü'nün seçim çalışmaları, Ayşe Hanım'a ulaştı ve sadece Beşiktaş için değil, İstanbul Büyükşehir Adayı için de Ayşe Hanım'ın kararında etkili oldu.

6 – İlçe Adayı Kampanyası... Burada da bize büyük bir iş yükü düştü. Birçok ilde ilçe kampanyalarına toplamda daha fazla emek harcadık. Bu örnekteki Beşiktaş, %80'lere yaklaşan doğal oyuyla ilgi alanımızda değildi ama İstanbul ilçelerinin yarısına ayrıca ek kampanyalar yaptık.

AYŞE HANIM'IN KARARI

Ülke genelinde yüzden fazla seçim bölgesinin kampanyasına dahil olduk. Kimine kısmen, kimine tamamen... Bunu nasıl yaptık benim bile aklım ermiyor. Arkadaşlarım bazen hiç tanımadıkları kentlerin, seçime iki ay kala belirlenen adaylarına bir oy daha fazla kazandırmak için yollara düşüyor hatta karda kışta o yollarda banketlerden filan da düşüp yüreğimi ağzıma getiriyorlardı.

Ayşe Hanım'ınsa bütün bunlardan haberi yok. Yaşadığı ilçede Beşiktaş ilçe adayına bakıyor: güler yüzlü, genç bir delikanlı. Bu delikanlı hiç çatışmıyor, hep sevgiden bahsediyor. Ayşe Hanım aynı anda İBB adayına bakıyor, bir başka güler yüzlü delikanlı, o da çarşı pazar geziyor, zıtlaşmıyor, herkesle

diyalog kuruyor. Ayşe Hanım'la il veya ilçe örgütlerinden onlarca insan sadece sevgi ve anlayışla iletişim kuruyor, kimse yüksek siyaset tuzaklarına düşmüyor...

Ve Ayşe Hanım akşam televizyonu açıyor, CHP'nin ülke genelindeki tüm adayları "dizi reklamlar"da aynı dilden konuşuyor, ekran bahar dallarıyla kaplı CHP logosuyla doluyor. Erdoğan illet, Bahçeli beka derken, Kılıçdaroğlu hiç yanıt vermiyor, CHP adaylarıysa siyasete hiç bulaşmadan kent yoksulları, esnaf (köylü), gençlik ve annelere derman olacak sözler söylüyor.

İlanlarda AKP adayları, babalarının yanında poz veren sünnet çocuğu gibi Erdoğan'la birlikte, CHP adaylarının her biri karakter sahibi, sorumluluk bilincinde adaylar olarak tek başlarına. Ayşe Hanım işte bu çok kademeli iletişimle seçimi izliyor.

Yapılan işin kapsamını özetlemek dahi bu kadar uzun sürdü. Televizyon röportajlarında kulağına "Kısa kes reklam girecek" talimatları gelen bir spikere tüm bunları anlatmak, hele de örnekler vermek imkânsız. "Ben yaptım, ben süperim, kimsenin etkisi yok her şey benim eserim, ben, ben, ben" diye zırvalamak ise her zaman daha kolay ve daha anlaşılır.

Bir sürü iş yaptığımızı gereksiz bir tevazuuyla yok sayacak değilim. Ama Ayşe Hanım'ın oy kararı bir uçta Kemal Kılıçdaroğlu, bir uçta Ayşe Hanım'a bahar çiçeği veren dört yaşında kız çocuğu olmak üzere yüzbinlerce insanın gayretiyle netleşti. Bir tek insanın hakkını yemek, afiş asan bir tek gencin bile emeğini görmezden gelmek asla istemem.

Bölüm 10

Başkan Adaylarının Stratejileri

Adaylar için olan strateji 2009'da Antalya'da deneyimlediğim, 2011'de kitabını yazdığım ve 2014'te de çok sayıda seçim bölgesinde uyguladığım "Selim Türkhan"a dayalı stratejiydi. Bu deneyimi 2011'de önce gazetelerde, sonra da kitabımda madde madde aktarmıştım.

Belediye seçimlerine giren tüm adaylar, "AKP Neden Kazanır? CHP Neden Kaybeder?"de madde madde sıralanan aşağıdaki stratejiye göre hareket ettiler. Ulaşabildiklerimizin hepsi.

İleride bahsedeceğimiz kampanya reklamlarının da tek bir hedefi vardı, kitle iletişim araçlarıyla bu stratejiyi mümkün

olduğunca çok kişiye yaymak. Tek tek her aday için yapılan seçim kampanyaları da bu stratejiye uygun olarak hazırlandı.

Adayların seçildiği bir kampanyada, adayın günlük faaliyetleri ve medya ilişkileri reklam kampanyasından daha etkilidir. Adaylar aşağıda sıralanan stratejiye uygun hareket ederlerken, medya yansımaları da bu doğrultuda hazırlandı.

Genel Merkez kampanyasında adayların üstüne onları koruyacak şemsiye bir ruh eklemeye çalışırken, tek tek seçim bölgelerinde 2009'da Antalya'da yaptığımızı yaptık.

(Hatırlatma: Parantez içindeki sayılar "AKP Neden Kazanır? CHP Neden Kaybeder?" kitabındaki sayfa numaralarıdır.)

1 –KENDİN GİBİ OL

Tarkan'ın meşhur şarkısında "Başkası olma kendin ol böyle çok daha güzelsin" diyor. Başkası olmak, başkası gibi görünmek bir tür "reklam kampanyası"dır, yani düpedüz yalancılıktır. Büyükşehir adaylarının tamamı "neyse o" oldukları için aday gösterildiler.

Adaylıkları kesinleşince her birine "Reklam yapmayacağız, neysek onu yansıtacağız" dedim. Çünkü mesele reklam değil, hiç olmadı. Bu seçim iletişiminin bir "reklam" gibi anlatılmasını doğru bulmuyorum. Meselemiz seçmenle konuşmak, adayla uyumlu söylemler kullanmaktı. Ayakkabıyı imal etmeye çalıştık, cilalamaya değil. (155)

Eskiden belediye başkanları hindi gibi şişine şişine pozlar verir, bol keseden (ve genellikle talep de edilmeyen) vaatler sunarlardı. Bu seçim böyle olmadı. Bunun nedeni de halkın ilk baştan beri etkin olmasıydı, ilk andan beri kentlerin taleplerinin dinlenmesiydi. Daha ortada hiçbir aday yokken halkın kararları vardı.

2 – ŞEHRİN GİBİ OL

Seçim sonrası yapılan bir araştırmada Adana'daki "Zeydan, Adana gibi başkan" sloganı, tüm kentlerdeki seçim bölgesinde, adaylar arasında en çok akılda kalan slogan oldu. Bu slogan hızla yükselirken, "Acaba her kentte bunu

mu kullansaydık?" diye de düşündüm. "İmamoğlu, İstanbul gibi", "Yavaş, Ankara gibi", "Soyer, İzmir gibi" başkan adayıydı.

Sloganlar ne olursa olsun, eylemler ve söylemler seçmeni her aday için aynı çıkarımlara ulaştırıyordu: "Bu aday bizden, bu aday bizim kente yakışacak"

Adaylara tek tek bakın, hepsinin aday gösterildikleri kentin imajına ne kadar uyduklarını göreceksiniz:

İmamoğlu, İstanbul gibi genç, dinamik, gelenek için saygılı, gelecek için umutlu,

Yavaş, Ankara gibi saygın, ağırbaşlı, başkent ciddiyetine uygun,

Soyer, İzmir gibi, yüzü dünyaya dönük, açık fikirli, demokrat.

Adayların her fırsatta kentlerini sahiplenmeleri de bu algının hızla yayılmasına katkıda bulundu. (84) Böyle sözler tekrar edildikçe hamaset gibi değil, doğal ruh hali gibi algılanmaya başlandı (154), ki zaten tüm adaylar kentlerini çok seviyordu.

3 – YÜZÜNÜ SİYASETSİZ SEÇMENE DÖN

Başkan adaylarının tamamı siyasetsiz seçmene, siyasetten arınmış söylemlerle seslendi. AKP ve MHP yerel seçimi sürekli siyasi platforma çekmeye çalıştılar ama CHP ve CHP adayları bu tuzağa hiç düşmediler. ("AKP Neden Kazanır? CHP Neden Kaybeder?"in temel konusu buydu)

Seçmeni görün, sevin (101), sayın, ona inanın, o size hayran olmak ve heyecanlanmak istiyor. Seçmeni sahiplenin ve iyelik eklerini konuşmalarınızdan eksik etmeyin. (143)

Vaatlerin ağırlığı düzenli gelir sahibi olmayan, esnaf ve zanaatkar ailelere odaklı oldu. (120). Bebekler, çocuklar kucaktan inmedi ve annelere özel olarak seslenildi. (121)

Biz kampanya için uğraşırken, adayların vaktinin çoğunluğu çarşıda pazarda esnaf ziyaretlerinde Selim Türkhan ve eşi Selime Türkhan'larla buluşmakla geçti. (68)

4 – "CUMHURBAŞKANIM" DEMELİSİN

Ülkenin yönetim makamlarını tanımak seçmene "hizmete devamlılık, istikrar, efendi olma" gibi alt mesajlar verir. İyelik ekleri "tanıma"yı kanıtlamanın en kestirme yöntemidir. Bazen içten bir tonla söylenen "Sayın Cumhurbaşkanı" ifadesi de "tanıma" hissini içerir. (153)

Adayların hiçbiri Cumhurbaşkanı'na veya seçim bölgelerindeki iktidar partisi adaylarına karşı sözler söylemediler. Aksine, her zaman kapsayıcı konuştular. (187 – Kitap yazıldığında orijinal madde "Başbakanım demelisiniz" şeklindeydi)

İyilik ekleri kampanya boyunca hiçbir adayın dilinden düşmedi. (81) Adaylar konuşma dillerinde, basın bültenlerinde ve ilanlarda bol bol iyelik ekleri kullandılar. (118) Türkiye değil, Türkiye'm; Eskişehir değil Eskişehir'im dediler. Çünkü halk kendini seveni sever. (101)

Bu maddenin pratikte ne kadar zor ve bazen sinir bozucu olduğunun farkındayım. Size "illet, zillet, terörist" diyenlere nazik konuşmak çok kolay olmayabilir. Her adaya anneannemden öğrendiğim "Ya sabır ya selamet" sözünü tekrarladım, örgütlere yaptığım gibi adaylara da tespih hediye ettim. Çok kritik sorunlar yaşayan adaylarla özel olarak dertleştim. Adaylar devlet yöneticilerine her zaman saygılarını korudular, zorlansalar bile "diyalektik iletişim" tuzağına düşmediler.

2011'de kitabımda yazdığımda da bazı çevrelerin çok eleştirdiği bir maddeydi bu. Konuyu bütünüyle ıskalayıp "iktidar yalakalığı" yaptığımı iddia edenler bile olmuştu.

5 – RAKİBİNE BAŞARILAR DİLE

2009'da Akaydın, kampanyasına benim ricamla, mevcut belediye başkanı ve rakibi Türel'i ziyaret ederek başlamıştı. (68) 2009'da büyük psikolojik üstünlük getiren bu hareketi, 2019'da en iyi şekilde Ekrem İmamoğlu uyguladı. "Eski başkanları ziyaret ediyorum" gerekçesiyle hem Topbaş'ı hem Erdoğan'ı ziyaret etti. Binali Yıldırım'la da her zaman seviyeli ve saygılı konuştu. Aslında burada biraz acele davrandı çünkü ben en azından beş büyük kentin adayının beraberce ziyarete gitmesini istiyordum.

Sadece bir kez ziyaret etmek anlamında değil, seçim süreci boyunca her kentte kardeşliği, rakibi saygıyı savunun taraf CHP (veya Millet İttifakı) tarafı oldu.

AKP ve MHP merkezi biçimde öfkeyi ve kavgayı yaymaya çok gayret etti. Millet İttifakı'na "İllet İttifakı", "Zillet İttifakı", teröristler, terörle iş birliği yapanlar gibi her tür söz söylendi ama planlar bu kez tutmadı. Rakip "öfke" söylemlerini sıralarken CHP'li adaylar seçim bölgelerindeki her vatandaşı "Radikal Sevgi"yle sevdi. Öfkeye karşı suskun olmak (Karagöz'e karşı Hacivat rolü oynamamak) ve sadece doğal seçmenleri değil, en militan karşı çıkışları bile anlamaya çalışmak, yani halkı "radikal sevmek" kampanyanın temeli oldu. İmamoğlu'nun ters ters konuşan delikanlıya anlayışlı ve sabırlı sözleri, her ilde, her ilçede benzeri yüzlerce kez yaşanan bir duruma karşı tüm CHP adaylarının benzer ve doğal tepkisiydi. Mansur Yavaş'a dualar okuyan nine, Yavaş'ın haksız iftiralar karşısında ağırbaşlılığını korumasına vurulmuştu.

Rakip adaylara ziyaret, rakip parti çalışanlarına ikramlar, selamlaşmalar 2019 seçiminin rutini haline geldi. İller, ilçeler bazında bazıları komik, bazıları hüzünlü yüzlerce buluşma yaşandı. Radikal sevgi, CHP'den AKP ve MHP tabanına da yayıldı. AKP, MHP'nin tepe yönetimi sert beyanatlarla ortamı germeye çalıştığı anlarda, CHP örgütleri AKP ve MHP çadırlarına baklava, börek ikram ediyordu.

6 – BAŞARIYI TAKDİR ET VE AYRIŞTIR

Körü körüne bir muhalefet, her sözcüğü doğru bile olsa seçmen tarafından benimsenmiyor. "Yıkmak için gelmiyoruz, bayrağı almak ve daha yukarıya taşımak için geliyoruz" (188) demek her zaman en etkili söylem.

Rakip kategorik olarak reddedilmedi. (152-153) Yapılan olumlu işler söylendi, halkın memnun olduğu hizmetlerin devam edeceği vurgulandı. AKP veya MHP'nin yönetiminin icraatlarına çamur atılmadı çünkü seçmen böyle negatif söylemleri sevmiyor.

Mersin bu konuda çok iyi bir örnek olabilir. Mersin'de partiler ittifakla seçime girmediler ve bu ilk bakışta CHP'nin

çok aleyhine bir durum oldu. CHP adayı Vahap Seçer, rakipleri döneminde yapılan olumlu icraatları bir bir sıralayarak şaşırtıcı konuşmalar yaptı. Bazı konuşmalarının sonunda "Başkan sen sahiden CHP'den mi adaysın?" diyen vatandaşlar da oluyordu. Bu hak yememe, hakkını verme, doğruya doğru deme halleri, seçmen gözünde her zaman "Özü sözü bir adam" gibi olumlu bir etki bırakır. Hemen her ilde bu durumu gördük.

Ulusal televizyonlarda boy gösterme şansı bulan tüm büyükşehir adayları kendi illeri için bu tip sözleri söylediler ve beğeni topladılar. AKP'ye kategorik olarak kötü demeyip, AKP döneminde yapılan iyi işlerin hakkını verdikçe ortadaki seçmenin bariyerleri azaldı.

7 – UZMANLIĞININ KIYMETİNİ BİL

Bir adayın kendi uzmanlığına dayanan söylemlerle oy istemesi çok etkili oluyor. (29) Buna Antalya'da tanık olmuştum. Kılıçdaoğlu'nun "Aile Sigortası" önerisi de onun uzmanlığına uygun olduğu için çok çabuk benimsendi örneğin. Adayların uzmanlığının kıymetini bildik (94) Uzman olduğu ve geçmişte başardığı konular üzerinden projeler ürettik veya referanslar sunduk. Uçuk vaatlerden kaçındık, akla, mantığa uygun konuştuk. (190)

Bir belediye başkanı adayının uzmanlığı illaki belediyecilik olmak zorunda değil. Adayın uzmanlığı ne olursa olsun göreve talip olurken bu uzmanlıktan referans vermek zorunda.

Tahrifli tarih alışkanlığı hiç bitmez. Seçimden sonra bazı ilçe adayları bulundukları büyükşehirle ilgili "Ben aday olsam, ben de kazanırdım" dediler. Aynı duruma 2009 seçiminden sonra da tanık olmuştuk. (66) Belki haklılar, belki kazanabilirlerdi. Ama kimse "Dimyat'a pirince giderken evdeki bulgurdan olmak" istemedi. Bu cesareti sadece İstanbul, Bursa, Antalya ve Adana adayları gösterdi.

CHP "rant"tan sanki bir küfür sözcüğü gibi bahseder. Oysa bir belediyenin en temel görevlerinden biri kentin rantını yükseltmektir. Bunu 2011 baskılı kitabımda defalarca vurgulamıştım. Bir konutun değerinin artması, büyük oranda

belediyenin başarısıdır. Hele de komşu il veya ilçede fiyatlar düşüyorsa. Seçimde Esenyurt ve Beylikdüzü'ndeki emlak fiyatlarının beş yıllık seyrini karşılaştırdık ve bu karşılaştırma İmamoğlu'na güç verirken, Esenyurt'a da katkıda bulundu. Beylikdüzü'ndeki emlak fiyatlarının yükselişi İmamoğlu'nun "bu işi bildiğinin" kanıtı haline geldi.

Türkiye'nin en iyi ilçe belediyelerinden biri olan Nilüfer'in başkanı olmak, Bozbey'in muhteşem seçim performansının arkasındaki en önemli nedendi. Muhittin Böcek ve Zeydan Karalar kentlerindeki araştırmalarda o kadar önde çıkıyorlardı ki ne lobisi yaparlarsa yapsınlar kimse bu iki kişiyi aşamadı ve halk da bu iki başarılı ilçe belediye başkanını ödüllendirdi.

8 – MAKUL PROJELER SUN

Yapılan araştırmalarda "somut proje" fetişizminin modası azalmış görünüyordu. Bunun birkaç nedeni olabilir: 2014'te her partiden onlarca aday "Yaparsa Hoca Yapar" sloganını kullandığı gibi, somut projeler konusunu da fazlaca sahiplenmiş gibiydiler. Kitabı okurken unuttukları şey, projelerin makullük ve kentin ihtiyaçlarına göre üretilme mecburiyetiydi. (142)

2014 seçiminde 3D animasyon filmlerinin ucuzlamasıyla, bazı adaylar kentlerine Dubai tarzı fütüristtik binalar kondurarak oy istedi. 2019'da bu binaların hiçbiri yapılmadığı için seçmen böyle görsellere doydu. İkinci bir neden, bu işin "kralı"nı zaten devletin yapıyor olmasıydı. Devletin yaptırdığı saraylar, dev camiler veya şehir hastaneleri beton fetişizminde belediyeleri bir rakip olmaktan çıkarıyordu.

Devlet görkemli binalarla göz doyururken, halk belediyelerden karnını doyurmasını talep etti. 2018'de halktan gelen verilere baktıkça bu kez somut projelere boğulmamak gerektiğini de görmüş oldum. "Derman Belediyeciliği" kavramı bu bilgiler sonucunda doğdu. İnsanların dertlerine kulak vereceğimizi ve sonra bu dertlere derman olacağımızı söyledik. Zenginlerin pek derdi yoktu galiba ama geçmişte %80 AKP çıkan yoksul mahallelerde bu söylem ciddiye alındı. Kent yoksullarından anlamlı bir oy geçişi olmayacağını biliyorduk

ama George Ritzer'in söylediği gibi: En uzak halkadaki kanaatleri katıdan sıvıya dönüştürürsen, daha yakın halkaları sıvıdan buhara dönüştürebilirsin.

CHP içindeki bir klik, 2009'daki "Somut projeler sunun" önerimi, 2019 araştırma sonuçlarını dikkate almayacak kadar çok önemsemiş olmalı. Benden habersiz bazı ucuz filmler üretmişler ve bunları yayınlamaya çalışmışlar. Halkın talebi olmayan şeyleri, halka vaat etmeye kalkmışlar. Başımda yeterince iş yokmuş gibi bir de bunu durdurmak için vakit harcamıştım.

9 – KİMLİK SİYASETİ YAPMA

Siyasetsiz seçmenden oy almak isteyen hiçbir parti kimlik siyaseti yapmamalı. Kimlikler üzerinden yaratılan söylemin siyasetsiz seçmen üzerinde bir oy karşılığı yok. Kimliklerine sahip çıkanlar zaten kimliklerine göre çeşitli partilere oy veriyorlar. Selim Türkhan bir belediye başkanı adayı tarafından nasıl görüldüğünü değil, adayın ona yarın için ne söylediğini duymak istiyor. (192) Bunları önceleyerek oy veren seçmenin kararını bir kampanya ile değiştiremezsiniz ama bu kimliklerin bir veya birkaçına sahip olduğu halde kendini bu kimliklerle tanımlamayan seçmeni, kapsayıcı söylemlerle kendinize çekebilirsiniz. (143)

Adaylar belirlenirken, adayın kimlikleriyle kentteki çoğunluğun kimliklerine dikkat edildi. Ankara'ya Kayserili bir aday önerme yanılgısını CHP değil AKP yaptı; Karadeniz göçmenlerinin çoğunluk olduğu İstanbul'da adayın Trabzonlu olması onu diğer aday adaylarından ve rakibinden ayıran bir nitelik oldu.

Buna rağmen hiçbir aday, bu "doğuştan gelen" nitelikleri üzerinden oy devşirmeye çalışmadı. Pozitif söylemle bile olsa halka etnik, mezhepsel farklılıklarla seslenilmedi. Rakibin bu konudaki zayıflıkları dahi kullanılmadı.

Örneğin Ankara'da; Özhaseki'nin Ankara'da yolunu kaybettiği ve herkese adres sorduğu bir film yapıp kenara koymuştuk, kampanyanın seyrine veya rakibin söylemlerine göre bu videoyu yayına sokabilirdik. Mansur Yavaş daha ilk

andan itiraz etti ve "Özhaseki, beyefendi bir insandır, bu filmi kullanamayız. Böyle gelecek oy hiç gelmesin." dedi.

10 – DÜRÜSTLÜK KELİMESİNİ AĞZINA ALMA

Dürüstlük, yolsuzluk sözlerini asla telaffuz etmemek gerekir. (185-193) Ticaret her zaman kusursuz işlemez, işin aslı her zaman kusurlu işler. CHP'ye oy vermeyen geniş seçmen kitlesi maaş almaz, onların çoğu ticaret erbabıdır. Ticaret erbabı bir malı hak ettiğinden yüksek fiyata satınca yolsuzluk yaptığını düşünmez, "iyi kazıkladım enayiyi" diye düşünür.

Ben "dürüstlük", "yolsuzluk" gibi sözlerin yarattığı riskleri on yıldır yazıyorum. Belediye başkanı yolsuzluk yapmasın isterim ama "yolsuzluk yapmayacağım" demesini de anlamlı ve yararlı bulmam. Bu söylem, CHP'ye oy vermeyen geniş kitle üzerinde iş bilmezlik, ticaretten anlamamak veya daha fenası palavra atmak olarak algılanabilir.

Dürüstlük ve yolsuzluk gibi sözcükler seçim kampanyalarında, özellikle yerel seçim kampanyalarında CHP için ters tepen, AKP oylarını polarize etmeye yarayan sözcükler.

Dürüstlük ve yolsuzluk konusunda ne söylememiz gerektiğini yapılan araştırmalar sonucunda sağ seçmen söyledi: "İsraf." İmamoğlu'nun özellikle 31 Mart'tan sonra öne çıkardığı "israf" sözcüğü, dürüstlük ve yolsuzluk kavramlarını ikame etmesi için halka sorularak seçilen sözcüktü.

11 – YALAN SÖYLEME

Bilmediğin bir konuda yalan söyleme, bilmiyorsan bilmiyorum de. Reklam yapmıyoruz, halka yapabileceğimiz konuları anlatıyoruz, bunu yaparken araştırmalar ve kalitatif deneyimlerle halkın ne dediğini de sürekli ölçümlüyoruz.

Haberlerin yalan, alıntıların güvenilmez, referansların çürük olduğu bir çağda yaşıyoruz. Her yanımız yalanla çevrili. Tarihin en büyük yalanları hakkında şüphe ifade etmek bile yok edilme gerekçesi. Yalan en büyük şike. Yalanın olduğu bir yerde adaletin yaşaması imkânsız.

Lenin, "Kapitalizmin olduğu yerde özgürlük, gerçekleri saptırma özgürlüğüdür." der. (266)

Yalanla mücadele etmenin tek bir yolunu biliyorum: Yalan söylememek.

Yalancılarla yalan rekabetine giremem, girsem de kaybederim... Bu nedenle işin en başında bizi yalancı duruma sokacak adayların seçilmemesi gerektiği konusunda direttim. Genel Merkez de böyle düşünüyordu.

Adayların yalan söylememesi konusunda çok hassas davrandım. Ulusal kampanyada da hiç yalan konuşmadık. Kampanyanın ilk (ve tek) basın ilanı, Türkiye'nin en iyi on ilçesinin tamamının CHP'li olmasına sevinmediğimizi aksine üzüldüğümüzü söylemekti. Yalan değil, gerçekten böyle düşünüyorduk. Derman Belediyeciliği kapsamında da hiçbir akıl dışı vaat üretmedik.

12– TAKİPÇİ OLMA, POLEMİKTEN KAÇ

AKP'ye cevap vererek seçim kazanılmaz, aksine AKP'nin istediği gibi "Hacivat tuzağı"na düşülür. Algı iktidarı hep elde tutulmalı. (143, 154, 194, 195)

Seçim her yerde yumuşak geçmedi, bazı kentlerde çok sert seçim kampanyaları oldu. Rakip cephe her gün yeni bir iftira, yeni bir hakaret, sahte haberler, sahta araştırma sonuçları üretiyordu. Bunların hiçbirini dikkate almadık, görmezden geldik.

Adayların hepsine "teflon tava gibi olun, attıkları çamur üzerinizden kaysın gitsin" diyordum. Yine de öyle üzücü iftiralar üretiliyordu ki bazı adayların ağladığına bile tanık oldum. Pek çok adaya "Ben dahil herkesi unut, git eşinle, çocuklarınla konuş, bir gün ara ver" gibi telkinlerde bulundum. Ülkenin neresine gidersek gidelim gergin insanlarla karşılaşıyorduk ve onların bu girdaba kapılmasını, takip ve polemik tuzaklarına düşmesini engellemek için çabalıyorduk.

13 – TABANINLA SÖZLEŞ

İktidar delegeyi, delege iktidarı seçerken tabanla bir sözleşmeye girmek gerekli görülmeyebilir. (155-195, 196) Nasılsa her cemaatin bir hocası, her hocanın bir minberi vardır. Bu karşılıklı goygoy, seçim kazanmanın önünde engel olabilir

çünkü seçimler parti örgütlerindekilerin bireysel oylarıyla değil, halk çoğunluğuyla kazanılıyor.

Taban sözleşmesine adaylar belirlenmeden önce yaptığımız kent toplantılarında çok fazla vurgu yaptım. Her gittiğimiz kentte CHP yöneticileriyle bu konuları konuşuyorduk, internet ve telefonla bizden her zaman fikir ve destek alıyorlardı. CHP tabanı sabretti, hiçbir şekilde kavgaya girmedi. CHP tabanı "muhalefet tellalları"nın yarattığı elitist iklimden uzaklaştıkça, adayların kapsayıcı söylemlerine karşı "iç muhalefet" de azaldı.

14 – AİLE OL

Türkiye bir aile toplumu ve seçmenlerin çoğu "kendi gibi" veya "ideali gibi" bir aile üyesine oy vermek ister. (194) Bazı klişe görüntüler vardır: Eşiyle el ele yürüyen başkan adayı ve bir bebeği kucağına almış başkan adayı. Bir görüntünün klişe olması, o görüntünün değerini düşürmez. Hayat sürekli yeni nesiller yaratır ve insanların geneli sürekli "mutlu görüntüler" görmek ister. "İlk aşk" altmış yaşında birine klişe gelebilir ama bu klişe on dört yaşında bir genç için soluk almak kadar önemlidir.

"Aile tablosu" klişelerin en güçlüsüdür. İyi evlatlar yetiştirmiş bir ebeveyne vatandaş güvenir, eşiyle saygılı bir ilişkisi olan aday seçmende de saygı uyandırır. Böyle görüntüler veren adaylar avantaj kazanır. İmamoğlu'nun aday olduğu ilk günlerde, sosyal medyada İmamoğlu ile Yıldırım çiftlerini karşılaştıran ve Yıldırım ailesine hakaret eden bir caps peydahlandı. Bunu İmamoğlu'na gönderdim ve hemen en sert biçimde tepki vermesini söyledim. Yanıt Dilek İmamoğlu'nun hesabından geldi, Semiha Yıldırım'ı sahiplenen çok güçlü bir mesajdı. Eşi ve çocukları, İmamoğlu'nun imajına pozitif etki yaptı. Diğer birçok aday için de bu durum geçerli.

15 – DIŞ GÖRÜNÜŞE ÖZEN GÖSTER

Fiziksel görünüm Selim Türkhan için önemli. (196) Günümüz siyasetçileri sözcüğün tam anlamıyla bir "fotomodel." Donal Trump veya Boris Johnson gibi fiziksel görünüm

açısından şanssız olsanız dahi, bir tarzınız olmalı. 2009'da siyasetçilere "kırmızı kazak" modasını çıkarmıştım, bu moda 2014'te Sarıgül ve Yavaş'ın da benimsemesiyle zirvesini yaptı. Kırmızı kazaktan 2019'da da vazgeçmedik ama adaylara göre değişiklikler ekledik; Mansur Yavaş'ın yeşil kravatı, Zeydan Karalar'ın kareli gömleği gibi.

Kimi adaylar imaj konusunda sabit fikirlere sahipti: Tunç Soyer, Türkiye'nin en iyi portre fotoğrafçılarından biri olan Muammer Yanmaz'ın çektiği yüzlerce yeni fotoğrafı beğenmeyip güneş altında çekildiği için sert gölgeler içeren ve baskı hatası gibi duran eski bir fotosunu kullandı örneğin. Bunu da kampanyanın ortasında yaptı. Ekrem İmamoğlu'nun da gözlüğünü yok edemedim. İmamoğlu gözlüğünü çıkarttığı anda Clark Kent'ten Süpermen'e dönüşüyor ve çok yakışıklı görünüyor. Gözlük bu yakışıklı adamı sadece güçsüzleştirmekle kalmıyor aynı zamanda gözlüğün tüm negatif bagajını gereksiz yere yüklenmesine yol açıyor. Filmlerde bir karakteri "gıcık", "kuralcı", "sabit fikirli" göstermenin en kestirme yolu, o karaktere gözlük takmaktır. Bu gözlük, Yıldırım karşısında fazla ayak bağı olmamış olabilir ama yarın Erdoğan'ın karşısına çıktığında bunun nasıl etkisi olacak bilmiyorum, biraz ülkenin değişimiyle de ilgili.

16 - GAYE'Nİ UNUTMA

GAYE, Genç, Anne, Yoksul, Esnaf sözcüklerinin baş harflerinden oluşan, bizim uydurduğumuz bir sözcük. Seçimde her adımda "Bu adım GAYE'yi etkiler mi?" diye düşünüyorduk... Herhangi bir ille ilgili verilerde önce "GAYE"yi kontrol ediyor, söylemin GAYE'ye uygunluğunu ölçüyorduk. Adaylar da bu GAYE'yi paylaştı. Vaatler her zaman gençlere, annelere, kent yoksullarına ve esnaflara odaklandı. (119, 120, 121, 143)

Bu maddelere, adaylar belirlenmeden önce ve adaylar belirlenirken de dikkat edildi. Elbette ki kısıtlı zamanda çok büyük hatalar da yapılmış veya siyasi pazarlıklarla tam içe sinmeyen kişiler de aday gösterilmiş olabilir. Ama on iki büyükşehir adayı özelinde, hiç hata yapılmadı: Yukarıdaki stratejiye uygun

oldukları için aday gösterildiler ve bu maddelere uygun seçim kampanyaları yaparak başarı kazandılar.

HER ŞEYİ SEN Mİ BİLİYON?

Seçimden sonra bir başkan "Ben bu stratejileri uyguladım ama kitabınızdan haberim bile yoktu" dedi. Başkanın yanında söz almayan yaşlı bir adam, baş başa kaldığımızda, "Her adımda bu kitaptan yararlandık, sen onu boş ver." dedi.

Çocuğunuz doğduğunda bebek bakım kitapları alırsınız. Belediye başkan adayı olursanız da bu konuda neler yazılmış diye araştırırsınız. Bir kişi belediye başkan adayı olunca kitabım mutlaka karşısına çıkıyordu. Bazı başkan adayları kitap okumalarıyla ünlü insanlar değil, başkan adayı gerçekten okumasa bile, işini bilen bir danışman bu fikirleri kendi düşünceleri gibi satabiliyordu. (Buna defalarca tanık olduk.)

Öncesinde ve sonrasında "AKP Neden Kazanır? CHP Neden Kaybeder?" gibi bir kitap yazılmadı. 2009 seçiminden önce yerel seçim iletişimi diye bir kavram bile sadece ve belki bir iki belediyede hayat buluyordu. Genel siyasi kampanya ile yerel seçim kampanyasının dil ve yöntem farklılıklarından neredeyse kimse haberdar değildi. Yerel seçim kampanyası (tıpkı milletvekili adaylığı kampanyası gibi) Erol Atar ekolü bir fotoğrafçıda bol rötuşlu bir fotoğraf çektirip, birkaç kafiyeli başlık üretmekten ibaretti. Siyasal iletişimle ilgili literatür, az sayıda çeviri eser ve deneyime dayalı olmayan kuramsal kitapla sınırlıydı. Direkt olarak AKP ve CHP seçim kampanyaları farkını anlatan ve deneyim içeren bir kitap bile yazılmamışken, AKP ve CHP'nin yerel seçim kampanyalarını irdeleyen bir makale bile bulmak güçtü.

Seçimlerle ilgili benim de referans aldığım onlarca kıymetli kitap var. Kitapların çoğu çeviri veya yabancı dilde, bu nedenle AKP, CHP veya Türkiye özelinde bilgiler içermiyorlar. Bazı çok kıymetli kitaplar da öylesine kuramsal ki sıradan bir okurun pratik anlamlar çıkarması kolay değil.

"AKP Neden Kazanır? CHP Neden Kaybeder?"in ilgi görmesinin ardında bu nedenler olabilir. Kitabın tanıklık içermesi, gerçek olaylardan, görünen bilinen bir durumdan

aktarılması onu daha ilginç kılıyor olmalı. Konu ne olursa olsun, gerçek olaylardan aktarımlar her zaman daha ilgi çeker. Bir arkadaşımın sözüyle: Hiçbir kurgu, hayatın kendisi kadar şaşırtıcı olamaz.

Bu kitabı benzersiz kılan özellik, benim yazım sanatımla ilgili değil. Kitap benzersiz çünkü 31 Mart 2019 öncesinde, CHP'nin son 40 yıllık tarihinde, 2009 Antalya'dan başka tanıklık edilecek bir seçim başarısı yoktu. Kimse çıkıp "Ben de şu büyükşehiri AKP'den alan kampanyayı yaptım, işte deneyimlerim" diye kitap yazamazdı çünkü böyle ikinci bir durum yaşanmamıştı.

Bu nedenle de ilgi çekmesi kaçınılmazdı zaten. CHP'de fotokopisi dağıtılan başka kaç kitap vardır ki?

STRATEJİLERİ ADAYLARA NASIL ULAŞTIRDIK?

2011'de AKP gibi yeni nesil bir popülist parti karşısında nasıl etkili siyaset yapılır diye bir kitap yazdım. "AKP Neden Kazanır? CHP Neden Kaybeder?" basıldıktan sonra geçen uzun yıllarda kitap adeta anonimleşti. Bilinen konular daha da bilinir oldu, az bilinenler yeni eklemelerle zenginleşti.

31 Mart seçiminden aylar önce, daha önce hiçbir reklam ajansının yapmadığı bir iş yaptık. Türkiye genelinde CHP'nin tüm il, ilçe örgütleriyle bir araya geldik. İstanbul ve Ankara örgütlerinde yıllardır tanıdığım, bu konuları konuştuğum, sunumlar yaptığım, fikirleri beraberce geliştirdiğim, dahası bana çok şey öğreten başkanlar ve ekipler vardı. CHP'nin %5 aldığı yerlere bile gittik, oradaki arkadaşlarla da konuştuk. Dikte ettik demiyorum, "konuştuk" diyorum.

Bu konuşmaların, bu tanışıklıkların geleceğin siyasetinde çok etkisi olacağını biliyorum. X kentinde bir ihtiyar hiçbir şey anlamayıp sözümü kesmiş olabilir ama aynı X kentinde "Seni çok iyi anlıyorum abi" diye yanıma gelip elimi tutan gençler de vardı. Geleceği de bu gençler belirleyecek. Aralık ayından itibaren adaylar tek tek açıklanmaya başlandı. Kent toplantılarında bizi dinlemeye gelenlerin önemli bölümü aday da gösterilmişti.

Büyükşehir adaylarında işimiz kolaydı, hemen hepsi "AKP Neden Kazanır? CHP Neden Kaybeder?" de yazılanları daha kitap çıktığı zaman okumuş ve benle bu nedenle tanışmışlardı. Onları önerme, aday olmaları için çabalama nedenim de bu tanışıklıklardı zaten.

İmamoğlu, Beylikdüzü İlçe Örgütü Başkanı'yken daha kitap ilk çıktığı günlerde beni Beylikdüzü'ne çağırdı. İstanbul il genelinde hiçbir yerde, hiçbir ilçe örgütünde benim fikirlerimle bu kadar ilgili bir kalabalık görmemiştim. İmamoğlu ile tanışıklığımız çok daha eskiye dayanıyordu ve "Yerel seçimde aday hangi stratejiyle kazanır?" konulu sunumlarımı daha 2012 yılında en ön sırada dinleyen kişi yine o olmuştu.

Mansur Yavaş'la 2013'te tanıştım. İlk sözü, kitabımdan yüz adet satın aldığı ve tanıdıklarına dağıttığıydı. Geçen yedi yılda her zaman bir arkadaş, bir ağabey gibi yanımda oldu.

Tunç Soyer, yıllar önce ilk buluşmamızda "Kitabını okuyup bakış açımı değiştirdiğim biriyle aynı masadayım. Bu beni nasıl heyecanlandırıyor anlatamam." demişti.

Mustafa Bozbey zaten hemşerimdi. 2014 kampanyası zamanında da büyükşehir için elinden gelen desteği vermişti.

Muhittin Böcek, Antalyalı bir belediye başkanı olarak, kendisinden de söz eden kitabımı ilk okuyanlar arasında olmalıydı.

Zeydan Karalar, 2013'te Seyhan kampanyası için beni arayan ve o günden beri de irtibatta olan kişiydi.

Vahap Seçer, kitabımı çıktığı yıl okuduğunu ve milletvekili olduğu o dönemde kitabın hem CHP hem de diğer partilerin vekilleri tarafından elden ele dolaştığını söylemişti.

Özlem Çerçioğlu, 2014'te büyükşehir belediye başkanı adayı olduğunda "Aydın Ankara'dan zengin", "Yaparsa Özlem Yapar" gibi sloganları aynen kullandığını ve kitaptan sayfa sayfa yararlandıklarını söyledi.

Yılmaz Büyükerşen benim kitabı yazarken bile en çok feyz aldığım ve teorilerimi kanıtlamak için örnek gösterdiğim iki kişiden biriydi. Yaptıklarıyla hepimizin rehberi oldu. 2009 Antalya seçiminden sonra ilk iş olarak Antalya'nın yeni belediye başkanıyla Eskişehir'e ziyaret organize etmiştim.

Büyükerşen, 2018'de daha adayların hiçbiri belli değilken yaptığım toplantılara aksatmadan katılmış ve her sözümü onaylayarak desteklemişti.

Osman Gürün, yakın dostu Mustafa Akaydın için yaptığım "Hedef 1" kampanyasını on yıldır kesintisiz kullanıyordu.

Kadir Albayrak ile seçimden çok önce tanıştık ve o da Tekirdağ'da yaptığımız her sunuma katılıp, stratejinin her aşamasını birinci elden duydu.

Tüm adaylar içinde bir Hatay Büyükşehir Belediye Başkanı Lütfü Savaş'ı daha önceden tanımıyordum, kitabımı okumuş mu emin değilim. Kampanyasını da bütünüyle kendi kendine yaptı ama "Radikal Sevgi" ve halkı ayrım yapmadan "kucaklama" stratejimize en uygun kampanyalardan biri onundu.

İl ve ilçelerde de durum farklı sayılmazdı. Birçok kente ilk gidişim değildi. Diyalojik İletişim, Bulut Algı, Orta Dünya Birliği gibi pek çok konuda çağrılan her yere giderek on yıl geçirmiştim. Hep CHP'liler çağırdığı için doğal olarak CHP örgütlerinin organizasyonlarına katıldım. (Diğer partiler çağırsa onlara da sunum yapardım ama hiçbiri davet etmedi.)

SÜREÇ İÇİNDE KİTABIN DESTEĞİ

Nereye gidersem gideyim "AKP Neden Kazanır? CHP Neden Kaybeder?"in güç halkası çevreme sarılı oluyordu. İnsanların büyük kısmı beni "31 Mart Kampanyası Başkanı" olarak değil, sevdikleri bir kitabın yazarı olarak gördüler ve bu durum karşılıklı inanç ilişkisi kurmamızda hayli işe yaradı.

Kitabın belediye başkanı adaylarına önerdiği strateji açıktı. Bu stratejiyi "somut proje" kısmı hariç neredeyse hiç değiştirmedim. Başkanlar stratejiyi uyguladılar ve halktan karşılık gördükçe daha da sahiplendiler. Kampanya sırasında çoğu beni telefonla arıyor, "Bugün bir kahve toplantısında stratejiye %100 uydum ve büyük alkış aldım" gibi moral verici sözler söylüyorlardı. Konuştuğum ve sunum yaptığım her aday dersini iyi çalışmış oluyordu. Toplantılardan sonra kitabımı imzalamamı isteyen adaylar oldu. Hiç beklemediğim bir anda ayağa kalkıp "Ben 2014'te seçimi kitabınız sayesinde

kazandım, arkadaşların huzurunda size teşekkürlerimi sunuyorum" diyenler de oldu.

O kitabı yazmasam da CHP kampanyasını yapabilirdim ama CHP örgütleriyle ve başkan adaylarıyla bu kadar sıcak ilişki kuramazdım. Dolayasıyla enerjimin büyük bölümü stratejiyi anlatmakla tükenirdi.

Sohbetimizin sonuna geldik. Sıfır Toplamlı Oyun ardından Nash Dengesi, buradan hareketle Karnaval Toplumu, "Diyalojik İletişim" ve bir diyalojik iletişim örneği olarak "Radikal Sevgi." Bu düşünsel altyapının üzerine Türkiye'deki "çarpık ülkeleşme" ve Siyasal İslam'ın dinamosu olan köyden kente göçen birinci ve ikinci nesil kentliler konusu... Hiçbir şeyi atlamadık değil mi?

Daha ikinci kitap var, ikinci kitapta konuşmayacak mıyız?

Orada o kadar konuşma var ki bizim ayrıca konuşmamıza gerek yok. İkinci kitapta işimiz biraz zor çünkü konu çok. 2011'de tek bir kampanya vardı ve bu nedenle anlatmak kolaydı.

Tüm kampanyaları anlatmayacaksın herhalde.

Hepsini anlatamam ve ayrıca herhangi birini de tüm detaylarıyla anlatamam. Öte yandan bir belge olması adına bellibaşlı kampanyaların tamamını az da olsa anlatmam gerek.

Bari işlerin 4000 sayfalık tüm dokümanlarını verseydin.

Çalıştay raporlarıyla birlikte 6000 sayfa. CHP arşivinde duruyorlar. Bu kitabı yazmayı bir ayda bitiririm diye düşünüyordum, bir yıl sürdü. Yazmak değil, elemekle vakit kaybettim asıl.

O halde biz artık susalım, ikinci kitapta işler konuşsun. E, nerede kaldı "Diyalojik İletişim"?

İkimizin arasındaki diyalog değil ki mavra. Aynaya bakarak diyalog yapılır mı hiç?

Ekler

Ek 1 - Diyalojik İletişimle İlgili Sorular ve Yanıtlar

DİYALOJİK İLETİŞİM SAHTEKARLIK MI?

Diyaloji kavramını bazı dinciler ve liberaller sinsi amaçlarla kullandılar. Bazı dinciler diyalogdan yanayız diyerek bolca reklam yaptılar. Türkiye kesmedi, Papa ile bile diyaloğa girmeye kalktılar. Yaptıkları diyaloji filan değildi. Amaçları beraber olmak değil, "beraber olma" bahanesiyle daha fazla insanı kendilerine çekmekti. Pek çok şey gibi diyaloji de onlar için amaç değil araçtı: Kendi iktidar alanlarını geliştirme aracı...

Kimseyi dinledikleri de yoktu zaten. Tıpkı Amerika'daki şarlatan tarikatlar gibi bunlar da "sevgi", "kardeşlik", "diyalog"

sözcüklerini kendi çıkarları yönünde papağan gibi tekrarladılar. Bu sözlerle göz boyar, taraftar kazanırken, bir yandan da sesi kesilmiş bir kapalı toplum inşa ettiler.

Diyalog sözcüğü bir kısım liberal / solcu insan tarafından da çok beğeniliyordu bir ara... Bunlar da iktidar sübvansiyonuyla zengin ve bu nedenle de yüksek telif ödeyebilen değersiz yayınlara makaleler yazıp, oralarda köşeler kapıp hatta bazen iktidar bağlantılı kuruluşlara danışmanlık filan yapıp hayli mesut günler yaşadılar. Burada da "diyalog" bu avanta ağını örtmek için kullanılan bir örtü işlevini gördü. Gerçekte ne onlar bir şey söyledi ne de diğerleri onları dinledi.

DİYALOJİK İLETİŞİM İYİ, DİYALEKTİK İLETİŞİM KÖTÜ MÜ?

Böyle bir sonuç çıkarmak doğru olmaz. Hayatın her anında karşı çıkmamız kaçınılmaz olan birçok durumla karşılaşırız. İktidar evimize, işyerimize hatta yatak odamıza girer ve bizi sürekli bir kalıba sokmaya zorlar. "Şunu yapacaksın çünkü doğrusu bu" diyen bir kişiyle diyalog kuramazsınız. Bazen karşı çıkarsınız, yetmezse kavga edersiniz.

Diyalojik iletişimi daha çok "önleyici sağlık hizmeti" olarak görmek gerek. Yani hastalığı oluşturacak nedenleri daha hastalık başlamadan ortadan kaldırmak. Daha etkileşimli, birbiriyle daha çok konuşan, daha fazla dinleyen bir toplum daha sağlıklı bir toplumdur. Böyle bir toplumda pek çok sorun hiç doğmadığı için o sorunu çözmeye de gerek kalmaz.

Diyalog aynı zamanda bir varoluş kanıtıdır. Var olmak, dünya üzerinde bir yer kaplamak, caydırıcıdır. Erzurum'da oruç tutmayan genç dayak atan kişiler, İstanbul'da içkili bir restoranda iş bulunca ramazanda içki servisi yapabilirler. İnsanlar birbirlerini gördükçe, tanıdıkça ötekileştirmek zorlaşır ve radikal şiddet azalır.

DİYALOJİK İLETİŞİM HER KOŞULDA İŞE YARAR MI?

Her zaman yaramaz. Hatta sistem sürekli olarak diyalojik iletişimi kullanılmaz kılan zorlamalar yapar. Telaş diyalo-

jinin düşmanıdır. İşi son ana bırakıyorsanız, diyaloji sizi kurtarmaya yetmez. Diyalojik iletişim için en güzel yöntem sürekliliktir.

Ana akım bir partinin iletişim modeli olarak çok faydalı olsa da maaş zamları için mücadele eden bir sendika için pek geçerli bir yöntem olmayabilir. Sendikanın işverenle iletişiminde doğa gereği diyalektik iletişim kullanılırken, sendikanın kendi üyeleri ve olası üyeleriyle diyalojik iletişim kurması işleri kolaylaştırır.

DİYALOJİK İLETİŞİM UZLAŞMA MI?

Diyalojiden bahseder bahsetmez gelen ilk sorudur. Bunun nedeni diyalektik iletişimle doğup büyüyen, ihtiyaç odaklı işletim sistemiyle yaşayan canlılar olmamız. Farklı bir işletim sistemini alıştığımız kalıplarla sorguluyoruz. Diyalojik iletişimde çatışma yok ki uzlaşma olsun. Tez yok ki anti tez olsun, anti tez yok ki, sentez olsun.

Hiç sevmediğim iki sözcük var: "normallik" ve "uzlaşma." Normallik kendini norm sayma cüreti gösteren küstahların sözü, uzlaşma ise sinsilerin.

Ben Heavy Metal seviyorum, sen Türk Sanat Müziği seviyorsun. Senle nasıl uzlaşabilirim? Bu uzlaşmanın geleceği yer neresi olabilir? Serdar Ortaç mı?

Kendini "sen"le var eden bir "ben"; bitmek bilmeyen kıyaslar ve hınç duygusu diyalektik dışavurumun karakteri. Oysa bir konuda uzlaşmak demek, varoluş iddianızı reddetmek demek. Diyalektik iletişim bizden sürekli bunu ister: Tez, antitez, sentez. Sentez uzlaşmadır oysa müzik örneğinde görüldüğü gibi sen de ben de ortak bir zemin bulamıyoruz.

Aslında her uzlaşma bir mecburiyet. Uzlaşmamız gerekmiyor, birbirimizi tanımamız ve birbirimize tahammül etmemiz gerekiyor.

Diyalojik iletişim benim Heavy Metal dinlerken, senin de Türk Sanat Müziği dinleyebilme hürriyetin. Elbette sesi ölçülü açarak ve karşıdakine zarar vermeden.

Patron sömürü peşinde, işçi hak peşinde. Diyalektik iletişim iki tarafın kavga etmesini ister, "sosyal demokrasi" ve "ılımlı kapitalizm" diyalektik düşünce tarzının sonucu iki "sentez"dir.

Tarikatçılar uzlaşma yalanıyla yirmi yılımızı tükettiler. Uzlaşma değil de "hoşgörü" derlerdi, uzlaşmadan bile beter bir söz. "Hoşgörü" toplantılarında şanlı sosyalistler, namlı dincilerle bir araya geldi ve uzlaşma görüntüleri verdi. Bir ateist bir dindarla nasıl uzlaşabilir? İkisi de aynı kentten geliyorsa veya aynı takımı tutuyorsa veya ortak ilgi alanları varsa, o konuda konuşabilirler elbette ama onları tanımladığımız halleriyle ("ateist olan birey" ve "dindar olan birey") uzlaşmaları matematiksel olarak olanaksızdır.

Dindar kişi bizi izleyen ve sınayan bir yaratıcının olduğuna, bu yaratıcının elçiler aracılığıyla emirler ilettiğine inanır; ateist bir insansa kişileşmiş bir yaratıcının olmadığına, koca kâinatı yaratan yaratıcının bizi umursamayacağına, elçilerin de kendi sözüne kendi de inanan arkaik kişiler olduğuna inanır. Bu iki düşünce hiçbir platformda uzlaşamaz: Ya dindarsındır ya da ateist. Diyalektik iletişim bizi olmayacak duaya amin demeye zorlar. Diyaloji ise ateist ve dindara beraber konuşmalarını, bir çözüme ulaşmaya çabalamaksızın birbirleriyle sohbet etmelerini öğütler.

Bebekler düşünmeden ve sorgulamadan doğar, genellikle sorgulamadan büyür ve sorgulamadan da doğururuz, döngü böyle devam eder. Sorgulayanlar azınlıktadır, sorgulamayanlarsa çoğunlukta. Çünkü sorgulamak için biraz olsun rahat olmak gerekir; baskılar, eksiklikler ve açlıklar içinde bir insan hiçbir şey anlamadan yetmiş yaşına geliverir.

Durum böyleyken demokrasi her zaman sorgulamayanların işine yarar. Çoğunluk sorgulamaz ve sorgulamayanlar da bu nedenle çoğunluk olur. İştahlı bir entelektüel bu durumu kişisel avantaja çevirebilir ve bir anda uzlaşma toplantılarının baş konuğu haline gelebilir. Uzlaşma, obur entel bebeğin, çoğunluğun kocaman memelerinden süt emmesi.

Dürüstlük genellikle para pul işleriyle ilişkilendirir, gerçekte anlamı çok daha geniştir. Bu kitaba en dürüst düşüncelerimi yazsam başıma neler gelirdi acaba? Bruno dürüsttü, bunun karşılığında bir meydanda yakıldı ve sonra da o meydana heykeli dikildi.

Birilerinin dürüst olması gerekir ve gerçek dürüstlere saygı duyulmalı. Ne yazık ki dünya dürüst olduğunu iddia eden sahtekarlarla doludur. Zengin birinin hırsızlık yapmaması, hırsızlık yapandan daha dürüst olduğunu kanıtlamaz.

Dürüst oldukça toplum içinde minik bir noktaya dönersiniz ve süreç o noktanın kendini imha etmesine (veya imha edilmesine) kadar devam eder.

Bireysel olarak tam dürüstlük toplumu daha dürüst bir hale dönüştürmek için en yararlı yol olmayabilir.

Güvenli bir ülkede dürüst bireyler düşüncelerini rahatça ifade edebilir, diktatörlüklerde ise dürüstlük işaret edilmek, linç edilmek ve yok edilmek demektir. Demokrasi ve hipokrasi ters orantılıdır.

Diyalojik iletişim herhangi bir konuyla ilgili zıtlaşmaya başlamadan önce insanların birbirini tanımalarını ister. Mavra grupları (yankı odaları) yoksa, insanlar birbirlerini daha iyi tanırlar ve daha verimli konuşurlar.

Diktatörler tarafından yönetilen ülkelerde tüm tartışmalar şikelidir. İktidarın lehine o kadar çok tabu yaratılmıştır ki bu tabuları kırmadan "diyalog" mümkün olmaz. Tabuları kırmaya çalışmak da genellikle tabuların daha da güçlenmelerine yol açar.

Bu nedenle diktatörlük altındaki dürüst bir insan şu iki yoldan birini seçmek zorundadır: Ya mümkün olan en dürüst şekilde yaşanan tüm sahtekarlıkları anlatıp önce yakılacak (sonra belki heykeli yapılacak) veya mümkün olduğu kadar çok insana dürüstçe seslenip diktatörlüğü bitirecek söylem birliğine ulaşacak.

Diyaloji bir tartışmayı değil, bir toplumu kazanmanın yöntemidir. Diyalojik iletişimde olduğunuzdan farklı görünmeye, reklam yapmaya, poz yapmaya ihtiyacınız yoktur

çünkü ne maç vardır ne de maçın skoru. Diyalojik iletişimde kim olduğunuzu, ne düşündüğünüzü söyler ve cemiyetin içinde saygıyla otursunuz. Var oluşunuz bile o cemiyetin tüm kimyasını değiştirir.

Diyaloji dürüstlüktür ama bu dürüstlüğün sonunda ne kahraman ilan edilmeyi bekleyin ne de heykelinizin yapılacağını umun.

DİYALOJİK İLETİŞİM MAVRA MI?

Mavra sözcüğünün kökenine ilişkin teoriler muhtelif ve günümüzde "gevezelik", "çene çalma" gibi bir anlamı var.

Diyalojik iletişimi anlatırken, gündelik hayatımıza ilişkin politik olmayan ortak konuları aramak ve bu konular üzerinde konuşmak gerektiğini vurguluyorum. Ama diyalojik iletişim de sonuçta bir siyasal iletişim. Yöntem farklı da olsa amaç aynı: Siyasal erkin veya oy temsilinin artması.

Gevezelik veya çene çalma (yani mavra) tanıdığın, bildiğin hatta yakının olan kişilerle yapılır. Dost rehabilitasyonu ve zaman öldürme dışında anlamı olmaz. Mavra yaparak yeni insanlara ulaşılmaz, dolayısıyla mavra bir diyalojik iletişim yöntemi değildir.

Mavranın, iletişim dünyasındaki ismi Yankı Odaları: Kendi benzerlerini bulup, kendi sesinin yankısını duymak; kendi kendini sivriltmek, onanma bağımlısı olmak... Sosyal medyada en büyük "mavra" Facebook'ta döner. Bu platformun temel amacı bireyi "beğeni" bağımlısı yapıp, sadece kendisini beğenecek kişilere odaklanmaya itmesidir.

Siyasi partiler mavraya karşı önlem almalı. Parti örgütlerinin binalarında sabahtan akşama kadar birbirleriyle sohbet eden insanlar olur. Bu sohbetlerin eğitici bir yönü de yok. Zaten aynı kafada olan kişiler partilerin açık tutmak için maliyet üstlendiği binaları, kendi kısır sohbetleriyle işgal ederler. Mavra ekipleri, partiye dışarıdan katılmak isteyenlere karşı da bir bariyer gibi olur ve bir bariyer gibi görünür.

DİYALOJİ UYGULANABİLİR Mİ?

Aslında bir anlamda uygulanıyor. Uygulanmasa sokaklar savaş alanına dönerdi. En derin tahriklerin olduğu dönemde bile bu ülke konuşa konuşa pek çok yarayı sardı. Gazete haberleri tecavüz eden, asan, kesen tiplerle bizi tanıştırır ama toplumun büyük kesimi, her şeye rağmen bir arada yaşamanın yollarını arar. İnsanlar konuşur ve konuştukça anlaşır.

Birbirimizle sohbet ettiğimiz oranda bir ülkeyiz. Birbirimizle bağlarımızı kestiğimiz oranda da iki düşman kamp.

Türkiye çok uzun zamandır birbirini dinlemeyenlerin ülkesi yapılmaya çalışılıyor. Toplumu sürekli biz ve onlar diye ikiye bölen bir anlayış hâkim. Tanımadığın biri hakkında atıp tutmak kolaydır ama tanışma bıçkınlığı törpüler. "Gözlemlemeyen insan konuşamaz" diye bir söz var. Sürekli bizim gibi insanlarla birlikte yaşayıp, bizim gibi insanlarla sosyal medyada buluşursak, neyi gözlemleyebiliriz? İnsanlara bu fanuslardan çıkmaları için "Sosyal medyadan çıkın" dedim.

Diyalog eyleminde karşılıklı olma, yakınlık, empati, gerçeklik gibi bölümler olduğu gibi güvenlik açığı, beklenmedik sonuçlar gibi riskler de vardır. Bir kişi bir başkasıyla diyaloğa girerken zırhlarını çıkarmak zorundadır. Yoksa bu diyalog olmaz.

"Yarin yanağından gayrı, her şeyde, her yerde hep beraber diyebilmek" aynı zamanda bir diyaloji çağrısıdır. Gerçek bir diyalogda her konu konuşulur. İllaki bir sonuca gitmek veya uzlaşmak için değil, salt paylaşmak için. Kimse öteki kişinin altında veya üstünde olamaz. Köle olan efendi ve efendi olan köle değil, insan olan insanların sohbeti.

Toplumun bize verdiği tüm unvanlar diyaloğu kesmemiz için dağıtılan rüşvetler. Omzundaki rütbe, kullandığı otomobil veya kartvizitindeki unvanla üstünlük taslamaya çalışan kişiyle karnavallarda alay edilir.

DİYALOJİK İLETİŞİM HAYALCİLİK Mİ?

Diyalojik iletişimin hayalci olup olmadığı bir sorudan öte, bir itham olabilir. Bu konuları anlatmaya başladığımda

insanlar genellikle sözümü keser ve şunu söylerler: "Allah aşkına bi dur yahu... Bu insanları tüm bu söylediklerine nasıl ikna edeceksin?"

Sözümü kesen kişinin beyni tamamen "diyalektik iletişim" kurallarına göre çalışıyor. Birincisi diyalojik iletişim bir ikna aracı değil. Bir konuya "inanan" bir insanı, bu inancının yanlış olduğuna "ikna" etmeye çabalamak, genellikle karşı tarafın inancına daha fazla sarılmasına yol açar. Diyaloji belirli bir konuda anlaşmak için değil, anlayışlı bireyleri çoğaltmak için kullanılır.

Esas sorun "bu insanlar" sözünün tanımlamasındadır. Kimdir "bu insanlar"? İtirazcı "Bu insanları nasıl ikna edeceksin?" derken, yekpare bir kitleden bahsediyor gibidir.

Diyalojik iletişim ütopyası, konuşa konuşa her konuda anlaşabileceğimiz bir dünya olsa da o dünya günümüz dünyasına hurilerle dolu bir cennet kadar uzakta olmalı. Her şey manipüle ediliyor, tüm bilgiler kirli, insanlar yoksul, yoksun ve öfkeli.

"Bu insanlar"ın tamamını ikna edebileceğimize dair en ufak bir hayalim yok. Ama örneğin 2017 Referandumu'nda sadece 700 bin kişi daha "hayır" deseydi, AKP referandumu kaybedecekti.

Seçimler "bu insanlar"ın tamamı aynı düşünecek diye yapılmıyor. Yeterli sayıya ulaşmak yeterli. Ve son olarak, herkesi ikna edeceğine inananlar hayalcidir.

Ek 2 - İş Tanımları

Adayın nitelikleri, bölgenin nüfus yapısı ve bölge örgütü öncelikli belirleyici güçler. Ayrıca hiçbir seçim bölgesi genel siyasetten bağımsız değil, genel siyaset de her bölge için ayrı ayrı önemli. Bizim yapacağımız kampanya ancak beşinci güç olabilir. Biz bu kampanyaların veri durumda mümkün olan en etkili biçimde yapılması için çalışacağız. Yapacağımız işleri de şöyle sıraladık:

1 Genel olarak CHP'nin "belediyecilik bizim işimiz" algısını artıracağı iletişim stratejileri ve reklam konseptleri geliştirmek, *reklam metinleri yazmak, reklam film senaryoları yazmak, iletişim kampanyaları tasarlamak ve yaratmak,* sonuç

vermiş başarılı belediyecilik projelerini parlatıp markalaştırmak, *taktik fırsatları takip edip hızla içerik üretmek, dijital ajansları, prodüksiyon ve araştırma şirketlerini, matbaaları görevlendirmek, denetlemek ve değerlendirmek.*

Her bir bölge için tasarlanacak iletişim faaliyetlerini 360 derece reklam kampanyası haline getirmek. *(Çizgi üstünden, çizgi altına; PR malzemeleri üretmekten, dijital kampanyalara dek tüm iletişim unsurları.)*

2 - CHP'nin il ve ilçe bazında tüm belediyeleri için o belediyeye özel ve belediyenin seçim bölgesi dahilinde iletişim kampanyaları yapmak. Bunun için belirlenen seçim çevrelerinde, belediye başkanları ve ekipleriyle toplantılar yapmak; her bir belediyenin hizmetlerini, hedeflerini, bölgedeki rakiplerin durumlarını analiz ederek belediye başkanını ve belediye hizmetlerini tanıtacak etkili kampanyalar hazırlamak, sloganlar bulmak, görsel kodlar geliştirmek.

3 - Başka partilerin belediyeleri tarafından yönetilen ve CHP'nin kazanma potansiyeli olan hedef il ve ilçelerde; o bölgedeki il yönetimleriyle birlikte toplantılar yapıp yakın CHP'li belediyelerin de desteğini alarak *(Üsküdar için Kadıköy gibi),* o bölgeye özel reklam kampanyaları hazırlamak.

4 - CHP'nin düşük oy aldığı ama son referandum sonuçları ve araştırma analizleriyle oylarını artırma elastikliği yüksek görünen hedef il ve ilçelerde (Örneğin: İstanbul Sultangazi, Esenler; Erzurum veya Kayseri) CHP'nin oy yüzdesini artırmak. Böylece hem ülke genelinde hem de il bazında galibiyet şansını yükseltmek.

5 - Ulusal ve yerel kampanyaları koordine etmek. CHP'li belediyeler arası ortak görsel ve düşünsel kodlar yaratmak.

6 - Sadece siyasi tercihlerine göre değil, seçmeni şoför, hamile, çocuklu, genç, işçi, kanser hastası vb farklı asimetrik gruplara ayırarak, her grup ile ayrı ayrı ve bire bir iletişim yapmak.

7 – Parti örgütleri için iletişim planı, söylem ve materyal oluşturmak. Bunları seçim bölgelerine ve o bölgenin dinamiklerine göre özelleştirmek. Bu faaliyetlerde yer alacak in-

sanlar için verilecek eğitim programlarına reklam ve iletişim konularıyla katkıda bulunmak.

8 - Genel iletişim stratejisi ve kampanyasına bağlı olarak, sosyal medya için video ağırlıklı çok sayıda materyal içeriği üretmek ve üretilmesini sağlamak.

9 - Hem yerelde hem ülke çapında, AKP'yi takipçi yapacak, tartışma yaratacak iletişim disiplini kurmak.

10 – Muhtarlara özel iletişim yapmak.

11 - Seçime katılma oranını artırıcı taktik iletişimler hazırlamak.

12 - Araştırma şirketlerini yönetmek, yönlendirmek ve çıkan sonuçları iletişim gereksinimleri ve fırsatları yönünden analiz etmek.

13 - Her ilde parti üyeleri haricinde kalan daha siyasetsiz seçmeni ve özellikle gençleri hedefleyen gönüllülük kampanyaları hazırlamak. Siyaseti öne çıkarmadan her kentte, o kentin üyesi olmayı bir "love brand" haline getirmek. Seçmen geneline ulaşma çabasında bazen parti örgütlerinin daraltabildiği çemberi genişletmek.

14 – Hem ulusalda hem yerelde kadın ve gençlik örgütleriyle tanışmak, onları bilgilendirmek, fikirlerini almak.

15 - Adaylar belirlendikten sonra ana iletişim ekibinin kaptanlığıyla ek profesyonel kadrolarca, her adayın fotoğraflarını çekmek, görsel kodlarını oluşturmak; adaylara diksiyon, vücut dili ve görünüm eğitimi vermek; ana iletişim ekibiyle direkt olarak adaya özel söylemler üretmek.

Ek 3 – Seçim Öncesi Swot Analizi (Eylül 2018)

CHP'NİN GÜÇLÜ YÖNLERİ

Başarılı ve marka olma potansiyeli taşıyan CHP belediyeleri.

(İlk maddede bunu söyledim ama dönüp dolaşıp söyleyeceğimiz tek belediye hâlâ Eskişehir'di. İlçe bazında başarılı örnekler az da olsa vardı, bu başarılı ilçelerin neredeyse tamamı büyükşehir adayı olmakla ödüllendirildi.)

CHP'nin parti kültürü, örgütü ve seçmeni.

Referandumda %50'ye dayanmış Hayır Bloğu ile dirsek teması.

AKP'de olan büyük kentlerin merkezi ilçelerinde CHP belediyelerinin olması.

(Beşiktaş, Kadıköy, Bakırköy, Şişli, Çankaya, Muratpaşa, Konyaaltı, Seyhan, Yenişehir, Mezitli gibi merkez veya gözde ilçelerin CHP'de olması, alışveriş veya gezi için kent merkezine gelen milyonlarca seçmenle temas kurmak demek.)

Ben :)

(Kuşkusuz böyle bir maddeyi CHP'ye sunmadım. Zaten gözümün üzerinde kaş arayan yeter miktarda insan vardı, onlara bir de böyle malzeme veremezdim. Öte yandan herhangi bir kuruluşa sunum yapan biri, hem bireysel hem de kurumsal anlamda doğal olarak bu maddeyi söylüyordur. Hatta yaptığı tüm sunum bu maddeyi kanıtlamak üzerine kuruludur. Aksi halde zaten onca önemli insanı başına toplayıp sunum yapmazsın. CHP'ye mümkün olan en iyi sonucun gelmesini sağlayacak siyasal iletişimci olduğumu hem kendime hem de ekibime inançla biliyordum, bundan emindim. Bir başka seçenek bile yoktu ve soran olursa bunu kanıtlardım da. Kendime inanmasam, ülkenin kaderini belirleyecek bir işte sorumluluk almazdım.)

CHP'NİN ZAYIF YÖNLERİ

Yerel yönetim adına Genel Merkez kaynaklı iletişim yapılmamış olması.

(CHP'nin genel bir propaganda birimi vardı ve burada adı üstünde siyasi iletişim yapılıyordu. Oysa yerel yönetimle ilgili iletişim ve genel siyasetle ilgili iletişim yapısal olarak farklıdır. Özellikle CHP için genel siyasi iletişim, yerel iletişime zarar verir. Siyasal iletişimin öne geçtiği bir yerel seçim süreci CHP'ye yeni bir 2014 felaketi getirir. Bunu CHP'ye anlatmaya çok zaman harcadım. Ne ölçüde başardım emin değilim.)

CHP belediyelerinin genelinin dünya standartlarında iletişim ve reklam hizmeti almıyor olması. Alanların da bazen komşu ilçelerde dahi çok farklı söylemlerle öne çıkması.

(İstanbul Sarıyer'in reklamıyla, komşu Şişli'nin reklamı arasında dağlar kadar fark vardı. Büyük kentlerin en önemli

ilçeleri CHP'de olduğu halde, kurumsal dil birliği söz konusu değildi. Neredeyse tüm ilçeler, siyasi iletişim ve yerel iletişim farkını bilmeyen, eş, dost matbaa şirketleriyle tanıtım yapıyordu. AKP, bu konuda CHP'ye tur bindiriyordu.)

İktidarın muazzam iletişim baskınının da etkisiyle takipçi pozisyonda kalmak, Adalet Yürüyüşü gibi istisnalar haricinde gündem belirleyememek.

(Bu konuda CHP'nin elinde olan ve olmayan konular vardı. Biz elinde olanları düzeltmeye odaklandık.)

Genel siyasetin öne çıkması ve sıradan vatandaşa, gündelik hayatta ilgi ve heyecan oluşturacak vizyon sunamamak.

(Yerel seçimin konusu park yapmak, çöp toplamak, ulaşımı düzenlemek gibi konular olduğu halde, bitmeyen genel siyasi tartışmalar CHP'nin oy kararını değiştirebilecek seçmene ulaşmasını sürekli engelliyordu.)

Yerel yönetimdeki başarıları bugüne kadar yeterince duyurmamış olmak.

(Gökhan Günaydın zamanında yapılan "Kentine Güvenen Kentler Buluşması" gibi bir etkinlik bir daha hiç yapılmadı. CHP'li bir belediyenin başarısını halkı bırakın, komşu il veya ilçe bile bilmiyordu. İstanbul İl Örgütü'nün kurduğu veriye dayalı çağdaş organizasyonlar geçmişte olmadığı için il örgütleri (dolayısıyla CHP) belediyeleri denetleyemiyordu. Her belediye başkanı çevrelerindeki özel kalem, danışman, başkan yardımcısı gibi dar kadroların kuşatması altındaydı. Başkanlar kazara bir araya gelseler bile icraatlar üzerinden yapıcı sohbet etmelerine pek zaman kalmıyordu.)

Başarısız bazı belediyeler ve görevden alınan CHP'li belediye başkanları sonucu oluşan olumsuz algı.

(Beşiktaş ve Ataşehir başkanları yolsuzluk iddialarıyla görevden alınmıştı. Çamur at izi kalsın mantığıyla bu kararların siyasetsiz seçmende bir etkisi de olmuştu. Beşiktaş ve

Ataşehir kendi seçim bölgelerinden çok, İstanbul ve Türkiye genelinde her yerde genel bir güven eksikliği yaratmıştı.)

Yerel yönetimlerin halen ortak bir sinerji ve "iyi hizmet" algısı inşa etmemiş olması.

(Seyit Torun ilk bir yılını darmadağın ilişkileri toplamaya, tüm belediye başkanlarıyla tanışmaya ve onlarla bağ kurmaya harcamıştı. Kendisi de belediyeci olduğu için bu işi yaparken zorlanmadı ama bilgi paylaşmakta hayli ketum ve Genel Merkez tarafından denetim konusundan hoşnutsuz olan belediyelerin duvarlarını aşmak uzun zaman aldı. 31 Mart'tan sonra rutin bir alışkanlık haline gelen "belediye toplantıları", seçim öncesinde bir ütopyaydı.)

İzmir

(Her ilin kendi içinde sorunları olabilir, dertler şikâyetler bitmez ama İzmir bir bütün olarak ayrı bir kategori kabul edilecek seviyedeydi. Aziz Kocaoğlu ile Genel Merkez'in uyuşmazlıklarını sağır sultan bile biliyordu ama tek sorun bu değildi. İzmir'in çoğunluğu CHP'ye ait ilçelerinin birinden bile büyük bir başarı, gurur verici bir yenilik haberi gelmiyordu veya çok az geliyordu. İzmir'in beşte biri kadar olan Eskişehir tüm ülkede CHP'li belediyelerin başarı kanıtı olurken, meclis çoğunluğuna da sahip İzmir'den böyle haberler gelmiyordu.)

BU SEÇİME ÖZEL FIRSATLAR

(Buradaki maddeler ikinci kitapta "AKP Neden Kaybetti?" başlığı altında daha detaylı yer aldı. Seçimden çok önce yaptığımız bu tespitler, seçim sonrasında da geçerliliğini devam ettirdi.)

Kentlerdeki sosyolojik değişim.

(Elimizdeki en büyük fırsat bu ilk maddeydi. Kentlerde yaşayan "köylü kentliler" kente adapte oldukça AKP güç kaybediyordu. Bu konuya bu kitapta çok yer verdim.)

Medya etkililiğinin her geçen gün azalması.

(Medya kanallarının çoğunluğu iktidarın elindeydi ama bu kanalların seçmeni ikna etme ve etkileme yeteneği tüm dünyada azalıyordu. PostTruth denilen dönemin içindeydik, sayısal ve oransal olarak her geçen gün artan biçimde seçmen artık medyaya inanmıyordu. Medyanın yönlendirici, beyin yıkayıcı etkisi on yıl öncesine göre yerlerde sürünüyordu. Üstüne Erdoğan bence hayatının hatasını yapıp Aydın Doğan'ı oyun dışına attı. Aydın Doğan medyası, CHP seçmenini yönlendirmekte büyük bir güce sahipti ama satıldıktan sonra bu özelliğini hızla yitirdi. Aslında Aydın Doğan medyası yıllar boyu AKP'ye ve Erdoğan'a, Yeni Akit veya Yeni Şafak'tan çok daha fazla yarar sağlamıştı. Aydın Doğan'ın gitmesiyle Erdoğan'ın CHP seçmenini yönlendirme kabiliyeti iyice azaldı.)

AKP'nin görevden aldığı kendi belediye başkanlarını neden görevden aldığını anlatamaması. Bir kısım seçmenin bu konuda ikna olmaması. Bunun genel seçimi de etkileyecek olması.

(İstanbul, Ankara, Bursa ve Balıkesir'de belediye başkanları görevden alındı. Bu başkanların dördü de kendi kentlerinde sevenleri olan ve AKP seçmeninin gözünde başarılı bulunan kişilerdi. İstifa görünümlü bu kelle uçurma gösterisi, AKP seçmeninin bir kısmında [Selim Türkhanlar cephesinde] anlaşılmadı. "Bu kişilerin bir hatası mı vardı? Hırsızlık mı yapmışlardı? Fetullahçı mıydılar? O halde bir suçlamayla görevden alınmaları gerekmez miydi? CHP'li başkanlara böyle yapılmamış mıydı? Başkanlar ağlamaya varan sitemlerle istifa ettiler. Madem ortada bir suçlama yoktu, neden böyle bir karar alınmıştı? Madem yaramaz insanlardı, üç yıl önce neden aday gösterilmişlerdi? Halkın seçtiği bir aday keyfi biçimde istifa ettirilecekse, AKP seçmenin yarın seçeceği aday da belki aynı durumla karşı karşıya kalacaktı. O halde sandığa gitmenin ne anlamı vardı?" Bu konuşmalar kahvelerde, sokaklarda, fabrikalarda yapıldı. AKP seçmeninin önemli bölümü oy kararını değiştirmese de Erdoğan'a inancını ciddi

biçimde yitirdi. Bu inanç erozyonu AKP'nin seçimi polarize edememesinin en önemli nedenlerinden biri olacaktı.)

AKP'nin gençler için bir cazibe oluşturamaması.
(AKP'nin yaşlanması sürüyor ve AKP ne yapsa bunu toparlayamıyordu. Genç insanlarda yüksek olan inanç ve adalet hisleri, AKP elitindeki "zengin, huysuz ve yaşlı" imajıyla her geçen gün daha fazla uyumsuzluk gösteriyordu.)

Özellikle kadınların toplumdaki konumları ve ebeveynlerin çocuklarının eğitimleriyle ilgili endişeleri.
(Türkiye'de insanlar çocukları için yaşar. Siyasi, sosyal, ticari tüm araştırmalarda bu sonucu bulabilirsiniz. AKP'nin eğitim politikalarının başarısızlığı bu partinin %60'lık sınıra ulaşmasında her zaman bir numaralı engel oldu. Son beş yıldaki İmam Hatip çılgınlığı da AKP'ye yarar değil, zarar getirdi ve daha da getirecek. Bu parti eğitim konusunda bu kadar büyük hatalar yapmasa, hiçbir şekilde yıkılamaz ve Erdoğan tıpkı Putin gibi %70'ler bandında oylar alırdı. Eğitim konusunun yerel yönetimlerle özel bir ilgisi yok ama AKP'den CHP'ye (veya İyi Parti'ye) kayabilecek oylar üzerinde CHP lehine güçlü etki yerel seçimde bile var.)

Yerel seçimler ülke siyasetinin gölgesinde yapılsa da büyükşehirlerde, özellikle İstanbul ve Ankara'da farklı dinamiklerin işlemesi.
(Topbaş ve Gökçek'in görevden alınıp yerlerine emanetçilerin 'atanma'sının tek olumsuz etkisi güven bunalımı değildi. Bu durum AKP'nin tek sesli görüntüsünü daha da artırdı. Gökçek, Erdoğan'la aynı dönem başkan olmuş, 22 yıl görev yapmış, Türkiye'nin her zaman gündeminde olmuş bir başkandı. Topbaş, Gökçek gibi bir Twitter sevdalısı olmasa da en büyük kenti üç dönemdir başarılıyla yöneten bir başkandı. Gökçek kadar popüler değildi ama ona oy vermeyenler tarafından nefret objesi olarak da görülmüyordu. İstanbul ve Ankara'daki bu iki güçlü siyasi figürün yok olması seçmenin hoşuna gitmedi. AKP'nin iki şehri de kaybetmesinde Topbaş

ve Gökçek'in bu şekilde devre dışı bırakılması kesinlikle etkili oldu. Erdoğan biraz daha sabredip bu iki ismi seçim zamanı tekrar aday göstermemekle yetinse, Binali Yıldırım'ın da Mehmet Özhaseki'nin de şansı artardı.)

Tehdit ve korku içeren olumsuz mesaj stratejisinin geri tepme olasılığı.

(Muhalefet Hacivat rolünü bırakırsa, Karagöz her geçen gün daha da gözü kara bir saçmalıkla dikkat çekmeye çalışacaktı. Bu öngörü de bire bir tuttu. AKP ve MHP seçim sürecinde her geçen gün şiddetlenen sözleriyle yerel seçim ikliminden bütünüyle koptular.)

CHP'YE YÖNELİK TEHDİTLER

AKP'nin tüm medyaya hâkim olması ve sivrilen her figürü yıpratmak için özel çalışma yapması.

Cumhurbaşkanı'nın tüm olanaklarını partisi için kullanması.

AKP'nin devletin bütün kaynaklarını kullanıyor olması.

Olağanüstü hal ortamında seçime gidilme olasılığı.

AKP'nin seçim yasalarını değiştirme ve sandıkta hile yapma gücü.

Terörle mücadele ve milliyetçilik ekseninde MHP ile yapılan ittifak ve bunun yerel seçime yansıma olasılığı.

Ülke siyasetinin, yerel meselelerin önüne geçme olasılığı.

Genel umutsuzluk ve korku ortamında seçimlere katılımın düşük olma olasılığı.

(Bu maddeyi sunduğum 26 Eylül 2018 tarihinde, CHP seçmeni Muharrem İnce travması yaşıyordu. Türkiye'nin geleceğinde yer sahibi olabilecek, bazı nitelikleri muazzam olan bir siyasi figür, "yapma" denilen her şeyi yaparak sadece kendine değil, tüm CHP'ye zarar verdi. Seçim gecesi ve sonrasında yaşananlar birçok seçmeni sandıktan uzaklaştırdı. Bu öyle derin bir travmaydı ki ne kadar çabalarsak çabalayalım sandığa olan inançsızlığı bütünüyle yok edemedik. 31 Mart'ta 13.000 oy farkla seçimi kazanan İmamoğlu'na oy verebilecek

yüzbinlerce CHP'li seçmen bu nedenle sandığa gitmedi. Gitselerdi ikinci bir seçime gerek kalmayacaktı. Kıl payı kaybedilen her yer, bu nedenle kaybedildi. Çünkü her aday ve her örgüt yapabileceğini yaparak bir noktaya gelmişti, bunun üstüne bir iki puan ekleyebilecek doğal CHP seçmenin bir kısmı "Nasıl olsa kazanamayacağız, nasıl olsa seçim gecesi sandıklar ele geçirilir, bir kez daha hayal kırıklığı yaşamak istemiyorum" gibi düşüncelerle oy kullanmadı. 31 Mart'ta başarı bu travmaya rağmen geldi.)

Kaynakça

Abraham Lincoln – *Gettysburg Konuşması* – Kafka Kitap.

Adam Alter – *Karşı Konulmaz: Bağımlılık Yapıcı Teknolojinin Yükselişi ve Bizim Ona Esir Edilişimiz* – Paloma.

Ahmet Hamdi Tanpınar – *Huzur* – Dergah.

Ahmet Taşgetiren – *Güzel Müslüman Olmak* – Erkam.

Ali Şimşek – *Yeni Orta Sınıf "Sinik Stratejiler"* – Agora Kitaplığı.

Andrew Potter – *The Authenticity Hoax: How We Get Lost Finding Ourselves* – McClelland and Stewart.

Antonio Negri, Michael Hardt – *Çokluk: İmparatorluk Çağında Savaş ve Demokrasi* – Ayrıntı.

Antonio Negri, Michael Hardt – *Ortak Zenginlik* – Ayrıntı.

Barry Sanders – *Kahkahanın Zaferi: Yıkıcı Tarih Olarak Gülme* – Ayrıntı.

Barry Sanders – *Öküzün A'sı: Elektronik Çağda Yazılı Kültürün Çöküşü ve Şiddetin Yükselişi* – Ayrıntı.
Barry Schwartz – *Bolluk Paradoksu: Az Aslında Çoktur* – MediaCat.
Benedictus de Spinoza – *Etika* – Dost.
Benedictus de Spinoza – *Teolojik Politik İnceleme* – Dost.
Bernard Suits – *Çekirge: Oyun, Yaşam, Ütopya* – Ayrıntı.
Bertrant Russel – *Mutlu Olma Sanatı* – Say.
Burcu Şentürk – *Bu Çamuru Beraber Çiğnedik, Bir Gecekondu Mahallesi Hikâyesi* – İletişim.
Cal Newport – *Dijital Minimalizm* – Metropolis.
Can Kozanoğlu – *Cilalı İmaj Devri: 1980'lerden 90'lara Türkiye ve Star'ları* – İletişim.
Can Kozanoğlu – *Yalan Yıllar* – Can.
Cemil Meriç – *Bu Ülke* – İletişim.
Cemil Meriç – *Kültürden İrfana* – İletişim.
Christopher Hadnagy – *Social Engineering: The Art of Human Hacking* – Wiley Publishing.
Comte De Lautreamont – *Maldoror'un Şarkıları* – Kırmızı.
Çetin Balanuye – *Spinoza'nın Sevinci Nereden Geliyor* – Ayrıntı.
Daniel Kahneman – *Hızlı ve Yavaş Düşünme* – Varlık.
Daron Acemoğlu, James A. Robinson – *Dar Koridor: Devletler, Toplumlar ve Özgürlüğün Geleceği* – Doğan.
David Ogilvy – *Confessions of an Advertising Man* – Southbank Publishing.
Desiderius Erasmus – *Deliliğe Övgü* – İş Bankası Yayınları.
Desiderius Erasmus – *Savaşa Karşı* – Zeplin.
Diego Tatian – *Spinoza: Dünya Sevgisi* – Dost.
Douglas Rushkoff – *Hemen Şimdi Budalası: Güncelin Müptelası Yeni insan* – Ufuk.
Eduardo Galeano – *Tepetaklak, Tersine Dünya Okulu* – Sel.
Eduardo Galeano – *Kucaklaşmanın Kitabı* – Can.
Edward O. Wilson – *İnsan Varlığının Anlamı* – Olvido.
Ellias Canetti – *Kitle ve İktidar* – Ayrıntı.
Erich Fromm – *İnsanlık Başarabilecek mi?* – Say.
Erich Fromm – *İnsan Olmak Üzerine* – Say.
Erich Fromm – *Sevme Sanatı* – Say.
Fırat İlim – *Bahtin, Diyaloji, Karnaval ve Politika* – Ayrıntı.
François Rabelais – *Gargantua* – İş Bankası Yayınları.
François Rabelais – *Pantagruel* – İş Bankası Yayınları.
Frantz Fanon – *Yeryüzünün Lanetlileri* – Versus.
Füsun Üstel – *"Makbul Vatandaş"ın Peşinde: İkinci Meşrutiyet'ten Bugüne Vatandaşlık Eğitimi* – İletişim.

George Orwell – *Faşizm Kehanetleri* – Sel.
George Ritzer – *Büyüsü Bozulmuş Dünyayı Büyülemek* – Ayrıntı.
George Ritzer – *Küresel Dünya* – Ayrıntı.
George Ritzer – *Toplumun McDonaldlaştırılması* – Ayrıntı.
Gilles Deleuze, *Felix Guattari – Anti Ödipus: Kapitalizm ve Şizofreni 1* – Bilim ve Sosyalizm Yayınları.
Gilles Deleuze – *Fark ve Tekrar* – Norgunk.
Gustave Le Bon – *Kitleler Psikolojisi.*
Hans Rosling – Factfulness: Ten Reasons We're Wrong About the World and Why Things Are Better Than You.
Think – Flatiron Books.
Hayri Kozanoğlu – *Yuppiler, Prensler ve Bizim Kuşak* – İletişim.
Henri Bergson – *Gülme* – İş Bankası Yayınları.
Ivan Illich – *Şenlikli Toplum* – Ayrıntı.
İbn Haldun – *Mukaddime* – Kaynak.
İbn Rüşd – *Fas'ul Makal: Felsefe ve Din İlişkisi* – İşaret.
İrfan Özet – *Fatih Başakşehir: Muhafazakar Mahallede İktidar ve Dönüşen Habitus* – İletişim.
Jacques Lacan – *Televizyon* – Monokl.
Jacques Ranciere – *Demokrasi Nefreti* – İletişim.
Jared Diamond – *Çöküş: Toplumlar Başarısızlığı ya da Başarıyı Nasıl Seçerler?* – Pegasus.
Jared Diamond – *Üçüncü Şempanze: İnsan Türünün Evrimi ve Geleceği* – Pegasus.
Johan Huizinga – *Homo Ludens: Oyunun Kültür İçindeki Yeri Üzerine Bir İnceleme* – Alfa.
John O'Neill – *Piyasa: Etik, Bilgi ve Politika* – Ayrıntı.
John Von Neumann, Oskar Morgenstern – *Theory of Games and Economic Behavior* – Princeton University Press.
Jonah Berger – *Gizli İkna: İnsan Davranışını Şekillendiren Hayalet Etkiler* – MediaCat.
Judith Butler – *Biziz Halk: Toplanma Özgürlüğü Üzerine Düşünceler* – Koç Üniversitesi Yayınları.
Orhan Pamuk – *Kafamda Bir Tuhaflık* – Yapı Kredi Yayınları.
Hector Macdonald – *Hangi Doğru: Nereden Baktığınız Gerçekliği Nasıl Şekillendiriyor* – Domingo.
Karl Marx – *1844 El Yazmaları* – İletişim.
Lars T. Lih – *Lenin'i Yeniden Keşfetmek* – Ayrıntı.
Latife Tekin – *Berci Kristin Çöp Masalları* – Can.
Lee Mcintyre – *Hakikat* Sonrası – Tellekt.
Luc Ferry – *Sevgi Devrimi* – Akılçelen Kitaplar.

Malcolm Gladwell – *Çizginin Dışındakiler: Bazı İnsanlar Neden Daha Başarılı Olur?* – MediaCat.
Mark Blyth – *Kemer Sıkmak: Tehlikeli Bir Fikrin Tarihi* – Koç Üniversitesi Yayınları.
Martin Jay – *Diyalektik İmgelem: Frankfurt Okulu'nun Tarihi ve Çalışmaları (1923 – 1950)* – Ayrıntı.
Melanie Klein – *Haset ve Şükran* – Metis.
Melanie Klein – *Sevgi, Suçluluk, Onarım* – Kanat Kitap.
Michael A. Ledeen – *Liderlik ve Güç Kullanımında Machiavelli* – Literatür.
Michel Foucault – *Doğruyu Söylemek* – Ayrıntı.
Michel Foucault – *Kelimeler ve Şeyler: İnsan Bilimlerinin Bir Arkeolojisi* – İmge.
Michel Foucault – *Seçme Yazılar* – Ayrıntı.
Mihail Bahtin – *François Rabelais ve Ortaçağ Rönesans Halk Kültürü* – Alfa.
Mihail Bahtin – *Karnavaldan Romana* – Ayrıntı.
Mihail Bahtin – *Söylem Türleri* – Metis.
Mihail Bahtin- *Rabelais ve Dünyası* – Ayrıntı.
Miles Young – *Dijital Çağda Ogilvy'ye Göre Reklamcılık* – The Kitap.
Mirgün Cabas – *Can Kozanoğlu, Bıçkın ve Ağlak: Yeni Türkiye'nin Hikâyesi* – Can.
Murray Bookchin – *Kentsiz Kentleşme; Yurttaşlığın Yükselişi ve Çöküşü* – Metis.
Murray Bookchin – *Özgürlüğün Ekolojisi: Hiyerarşinin Ortaya Çıkışı ve Çözülüşü* – Ayrıntı.
Mustafa Kutlu – *Kalbin Sesi ile Toprağa Dönüş* – Dergah.
Neil Postman – *Televizyon, Öldüren Eğlence* – Ayrıntı.
Niccolo Machiavelli – *Prens* – Can.
Nicholas O'Shaughnessy – *Hitler'i Pazarlamak: İkna, Sunum ve Propaganda* – The Kitap.
Oliver Bullough – *Paravatan: Neden Dünyayı Dolandırıcılar Yönetiyor ve Onlardan Nasıl Geri Alırız* – Domingo.
Oliviero Toscani – *Reklam Bize Sırıtan Bir Leştir* – Milliyet Yayınları.
Owen Jones – *Apaçiler: İşçi Sınıfının Şeytanlaştırılması* – Pegasus.
Ömer Faruk – *Aşk ve Ereksiyon "Aşk"ı* – 6:45 Yayınları.
Özdemir İnce – *AKP'nin Kısa Tarihi: Türk Sağının İdeolojik ve Siyasi Arka Planı* – Sia.
Paul Freiere – *Ezilenlerin Pedagojisi* – Ayrıntı.
Peter Berkowitz – *Nietzsche, Bir Ahlak Karşıtını Etiği* – Ayrıntı.
Peter Conrad – *Mitomani: Apple'dan IŞİD'e Günümüzün Masalları* – Koç Üniversitesi Yayınları.

Peter Fleming – *Çalışmanın Mitolojisi: Kapitalizm Kendine Rağmen Nasıl Ayakta Kalıyor?* – Koç Üniversitesi Yayınları.
Peter Fleming – *The Death of Homo Economicus: Work, Debt and the Myth of Accumulation* – Pluto Press.
Peter Mendelsund – *Okurken Ne Görürüz?* – Metis.
Peyami Safa – *Fatih Harbiye* – Ötüken.
Philip Schlesinger – *Medya, Devlet, Ulus: Siyasal Şiddet ve Kolektif Kimlik* – Ayrıntı.
Philip Zimbard – *Bitik Erkekler* – Pegasus.
Rasim Özdenören – *Yaşadığımız Günler* – İz.
Rasim Özdenören – Müslümanca Düşünme Üzerine Denemeler – İz.
Richard H. Thaler, Cass R. Sunstein – *Dürtme: Sağlık, Zenginlik ve Mutlulukla İlgili Kararları Uygulamak* – Pegasus.
Richard Sennett – *Beraber* – Ayrıntı.
Richard Sennett – *Gözün Vicdanı; Kentin Tasarımı ve Toplumsal Yaşam* – Ayrıntı.
Richard Sennett – *Saygı: Eşit Olmayan Bir Dünyada* – Ayrıntı.
Richard Sennett – *Yabancı* – Metis.
Richard Sennett – *Yeni Kapitalizm Kültürü* – Ayrıntı.
Richard Sennett – *Zanaatkar* – Ayrıntı.
Richard Sennett – *Otorite* – Ayrıntı.
Roland Boer – *Cennetin Eleştirisi: Marksizm ve Teoloji* – Ayrıntı.
Ruşen Çakır – *Ayet ve Slogan: Türkiye'de İslami Oluşumlar* – Metis.
Ruşen Çakır, Fehmi Çalmuk – *Recep Tayyip Erdoğan; Bir Dönüşüm Öyküsü* – Metis.
Sam Harris – *Ahlakın Coğrafyası: Bilim İnsani Değerleri Nasıl Belirler?* – Akılçelen Kitaplar.
Saul Newman – *Bakunin'den Lacan'a: Anti-Otoriteryanizm ve İktidarın Altüst Oluşu* – Ayrıntı.
Schumacher – *Good Work* – Harper Collins.
Selahattin Yıldırım – *Ansiklopedik Kent Sözlüğü* – Marmara Belediyeler Birliği Kültür Yayınları.
Selahattin Yıldırım – *Yerel Yönetim ve Demokrasi* – Marmara Belediyeler Birliği Kültür Yayınları.
Selçuk Şirin – *Yol Ayrımındaki Türkiye; Ya Özgürlük Ya Sefalet* – Doğan.
Selçuk Şirin – *Bir Türkiye Hayali* – Doğan.
Servet Avcı – *İtikatta İslamcı Amelde Tokatçı: Kazaya Bırakılan Din* – Doğu Kütüphanesi.
Seth Stephens – Davidowitz – *Bana Yalan Söylediler, İnternet ve Gerçek Yüzümüz* – Koç Üniversitesi Yayınları.
Steven Nadler – *Spinoza, Bir Yaşam* – İletişim.
Stuart Sutherland – *İrrasyonel* – Domingo.

Steven Levitsky, Daniel Ziblatt – *How Democracies Die: What History Reveals About Our Future* – Penguin.
Şerif Mardin – *İdeoloji* – İletişim.
Şerif Mardin – *Siyasal ve Sosyal Bilimler* – İletişim.
Şerif Mardin – *Türkiye'de Din ve Siyaset* – İletişim.
Şerif Mardin – *Türkiye'de Toplum ve Siyaset* – İletişim.
Şerif Mardin – *Yeni Osmanlı Düşüncesinin Doğuşu* – İletişim.
Tali Sharot – *The Influential Mind: What the Brain Reveals About Our Power to Change Others* – Henry Holt Co.
Tali Sharot – *The Science of Optimism: Why We're Hard-Wired for Hope* – Robinson Publishing.
Tanıl Bora – *İnşaat Ya Resulullah* – İletişim.
Terry Eagleton – *Radikal Kurban* – Ayrıntı.
Terry Eagleton – *Hayatın Anlamı* – Ayrıntı.
Terry Eagleton – *İyimser Olmayan* Umut – Ayrıntı.
Terry Eagleton – *Kötülük Üzerine Bir Deneme* – İletişim.
Terry Eagleton – *Kültür* – Can.
Terry Eagleton – *Mizah* – Ayrıntı.
Terry Eagleton – *Tatlı Şiddet: Trajik Kavramı* – Ayrıntı.
Theodor W. Adorno – *Sahicilik Jargonu* – Metis.
Thomas Cathcart – *The Trolley Problem* – Workman Publishing.
Thomas Hobbes – *Leviathan* – Litera.
Todd May – *Deleuze: Bir Birey Nasıl Yaşayabilir?* – Kolektif Kitap.
Ulaş Bayraktar – *Dönüşüm ve Statüko: Reform Sonrası İl Genel Meclisleri* – Kalkedon.
Ulus Baker – *Aşındırma Denemeleri* – İletişim.
Ulus Baker – *Beyin Ekran* – İletişim.
Ulus Baker – *Dolaylı Eylem* – İletişim.
Ulus Baker – *Kanaatlerden İmajlara* – İletişim.
Vincent de Gaulejac – *İşletme Hastalığına Tutulmuş Toplum* – Ayrıntı.
Vladimir İlyiç Lenin – *Bir Adım İleri, İki Adım Geri* – Sol.
Vladimir İlyiç Lenin – *Halk Eğitimi Üzerine* – Bilim ve Sosyalizm.
Wilhelm Schimd – *Mutsuz Olmak* – İletişim.
Wilhelm Reich – *Faşizmin Kitle Psikolojisi* – Cem.
Yakup Kadri Karaosmanoğlu – *Yaban* – İletişim.
Yaşar Kemal – *Deniz Küstü* – Yapı Kredi Yayınları.
Yıldıray Oğur – *Ey Özgürlük* – Ufuk Kitapları.
Yüksel Taşkın – *AKP Devri: Türkiye Siyaseti, İslamcılık, Arap Baharı* – Birikim.
Yüksel Taşkın – *Siyaseti Anlamak ve Anlamlandırmak* – Alabanda.

AKP, CHP'ye iki kez yenildi. Ben her iki kampanyayı da yapan kişiyim.

CHP AKP'ye karşı ilk kez 2009'da Antalya'da seçim kazandı. O kampanya 2019'da yüzden fazla seçim bölgesine uyarlandı ve sonuç yine zafer oldu. İşin sırrı neydi? Veya her şey zaten göz önünde miydi?

"Seçimden sonra her biri kendi ülkelerinin ana akım medyasından çok fazla yabancı gazeteci benimle röportaj yaptı. Türkiye'de pek soran soruşturan olmadı. 2009 seçiminden sonra CHP'den kimse beni aramamıştı, yine aramadı, bu açıdan bir tutarsızlık yok. 2009 seçiminden sonra AKP'den iki ayrı ekip benle toplamda bir haftadan uzun süre görüştü ve neden yenildiklerini sorguladı, 2019'dan sonraysa bir tek AKP'li bile aramadı. Bu örnek CHP'nin neden kazandığını açıklamıyor ama AKP'nin neden kaybettiğini açıklıyor olabilir.

Partiler kendi fanuslarında, kendi destanlarını yazarken Levent'ten metroya binen bir delikanlı, Kartal'da yaşayan sevgilisiyle buluştu. Delikanlı etkileşimli tasarım okumak için İtalya'ya gidecekti, genç kız İmam Hatip son sınıfta üniversiteye hazırlanıyordu. Caddebostan parkında taşların üzerine oturdular ve denizi izlerken birbirlerine sımsıkı sarıldılar.

Bu kitap tahrifli tarihten mamul kavanoz siyasetçileri için değil, sahilde sımsıkı sarılmış o gençler için yazıldı."

Bir siyaset kitabı okuyacağımı sanıyordum. Türkiye için yazılmış bir aşk romanı ve aynı anda, her nasılsa, bir siyasal tarih ansiklopedi okudum.
Haluk Şahin

KDV den muaftır. 30 TL