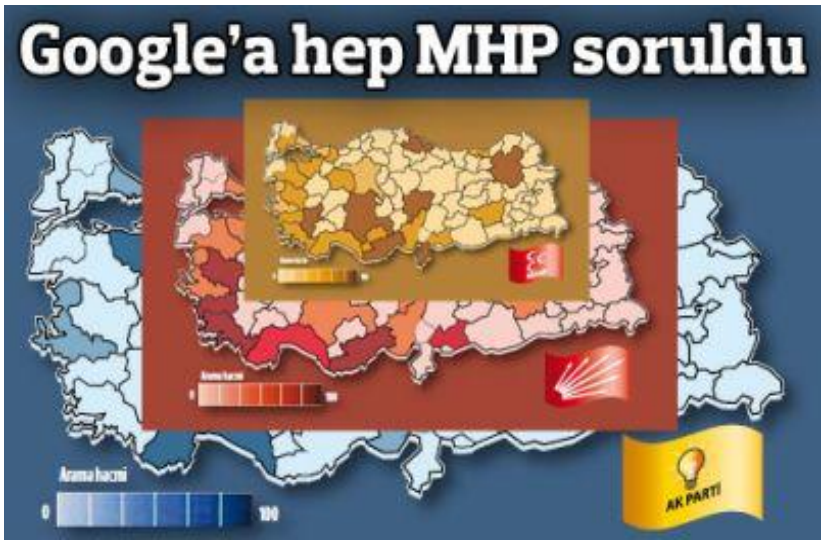


Google'a hep MHP soruldu Google'ın trend analizi seçim döneminde parti ve liderlerin performansına uygulandığında çarpıcı sonuçlar ortaya çıkıyor. Google'ın yıldızı MHP...

2011 seçimleri, internet mecrasının 2002 ve 2007'ye kıyasla çok daha etkin ve yaygın olduğu bir zamanda gerçekleşiyor. Geçen 4 yılda gündelik yaşamı sarmalayan sosyal ağlar, söylem üreten, siyasal eleştiri ve rekabetin kıyasıya gerçekleştiği birer 'siber agora'ya dönüşürken, partiler, liderler ve politize olmuş gruplar tarafından da büyük rağbet gördü.

Dolayısıyla 2011 seçimlerini, özellikle kentli, orta sınıf ve genç nüfus açısından bu agoranın da belirleyici olduğu bir tünelin ucunda izlemek mümkün. En önemli arama motoru Google'ın 'trend analizi' hizmeti, siyasal partiler ve liderler açısından çalıştırıldığında dikkat çekici sonuçlar veriyor. Bu sayfalarda bir çoğunu grafik olarak göreceğiniz bu sonuçlar özellikle genç ve kentli seçmenin davranışlarını analiz etmek açısından faydalı olabilir. Üst haritalarda partilerin altlarda ise liderlerin Google trafik hacimleri illere göre gösteriliyor.

Kasetler MHP'yi uçurdu

Üstte mayıs ayı boyunca liderlerin 'aranma' performansı, altta ise yine mayıs ayı boyunca parti isimlerinin arama performansı görülüyor. Sarıyla gösterilen, Bahçeli ve MHP kaset haberleriyle birlikte dalgalanıyor. Diğerleri daha istikrarlı.

AKP: Türkülü reklamdan büyük başarı

'AKP' ve 'Tayyip Erdoğan' terimleriyle yapılan aramalarda görülen genel yaygınlık seçim döneminde de sürüyor. Bu açıdan özellikle Erdoğan'ın istikrarlı bir grafiği var. En 'sıcak' kaset günlerinde Devlet Bahçeli'ye kaptırdığı, "arama satırına adı en çok yazılan lider" unvanını da geri almış durumda. Diyarbakır mitinginden hemen önce ve miting günü bölgedeki ilginin arttığı

görülüyor. Erdoğan adını en çok arayan iller arasında Antalya 6., İzmir 10. sırada…

Parti adıyla yapılan aramalarda ise Erdoğan kadar olmasa da bir bölgesel yaygınlık dikkat çekiyor. Partinin adını içeren arama terimleri arasında en yaygını 'AKP mitingi'. En büyük çıkış yapan aramalar ise 'AKP Diyarbakır mitingi' ve 'AKP reklamı'… İnternet mecrasında hayli popüler olan reklam klibinin etkisi Google trend analizinde de dikkat çekiyor.

'AKP' terimiyle yapılan aramaların toplam arama hacmi içinde diğerlerine göre en yüksek olduğu şehirler, sırasıyla; İçel, Kayseri, Konya, Erzurum ve Diyarbakır. İlk onda Ankara, İstanbul ve İzmir yok. Erdoğan terimiyle en çok arama yapılan kentler ise sırasıyla Samsun, Kayseri, Erzurum, Kocaeli ve Adana. Listede yine İstanbul yok.

CHP: İlgi büyük kentlerde yoğunlaşıyor

CHP lideri Kılıçdaroğlu'na yönelik ilginin büyük şehirlerde yoğunlaştığı görülüyor. Google trend analizinde değerlendirmeye yol açacak kadar trafik 4 büyük kentte gerçekleşiyor. Sırasıyla; Adana, İzmir, Ankara ve İstanbul…

Bir Google tarama sayfasından Kemal Kılıçdaroğlu'yla ilgili bir linke en çok 'CHP' terimiyle yapılan aramalardan sonra erişiliyor. Şaşırtıcı olansa bu sıralamada ikinci sırada 'Tayyip Erdoğan' teriminin olması. Yani Kılıçdaroğlu'na yönelik internet trafiğinde ikinci sırayı, arama satırına 'Tayyip Erdoğan' yazan ama görüntülenen listeden bir Kılıçdaroğlu ile ilgili bir linki seçenler oluşturuyor.

CHP terimi de lideri gibi, en çok büyük kentlerde, liderinden farklı olarak ise Ege ve Akdeniz kıyı şeridi ile İç Ege'de aranıyor.

CHP'nin internet ratinginin en yüksek olduğu iller sırasıyla; Muğla, Manisa, İçel, Eskişehir ve Aydın. İlk 10'da Ankara ve İstanbul yok. Kayseri sekizinci, Sakarya onuncu sırada.

İzmir CHP mitingi, CHP seçim şarkısı ve ve CHP reklamı terimlerinde büyük çıkış görülüyor. Diğer partilerden farklı olarak CHP'de 'aday adayları' terimi de hâlâ çok arananlar listesinde.

MHP: Kasetten sonra, muhafazakâr bölgelerde 'MHP' aramaları arttı

Seçim sath-ı mailinde öne çıkan 4 parti (AKP, CHP, MHP ve BDP/Bağımsızlar) ile 3 lider (Erdoğan, Kılıçdaroğlu ve Bahçeli) terimleri kullanılarak yapılan karşılaştırmalı analizlerin en çarpıcı sonucu MHP üzerindeki olağanüstü ilgi… Benzer bir ilgi partinin lideri Devlet Bahçeli için de geçerli. Özellikle 'kaset şantajı ve yayını' dönemlerinde bu partiye ilişkin trafikteki olağanüstü artış zaten tahmin edilebilirdi. Ancak bu ilginin milliyetçi-muhafazakar seçmenlerin çok yoğun olarak bulunduğu Kayseri, Konya, Erzurum gibi illerde odaklanması çarpıcı. Seçmenin davranışını olumlu ya da olumsuz yönden mi etkileyeceğini bilemeyiz ama MHP ve AKP'nin çok oy aldığı bu kentlerde 'kaset iddiaları' ve hemen ardından da 'kaset görüntüleri'ne yoğun bir ilgi olduğu görülüyor. Konuya çok ilgi gösteren kentlerden biri de MHP'nin oldukça yüksek oy oranına sahip olduğu Mersin.

MHP'nin farkliulkuculuk isimli grup tarafından yapılan şantajların hemen öncesinde istikrarlı ve görece düşük bir traiğe sahip olduğu ama özellikle bu grubun '18 Mayıs'a kadar süre' tanıyan ültimatomundan sonra hem yurt geneline yayılan hem de büyük bir çıkışla hacimlenen bir trafik yarattığı görülüyor. Siyasal parti ve liderlere yönelik trafik genel olarak büyük kentlerde yoğunlaşırken MHP trafiği, partinin geleneksel oy rezervlerinin bulunduğu Orta Anadolu kentleri başta olmak üzere Batı Anadolu, Akdeniz ve Karadeniz kentlerinde aniden yükseliyor.

Yukarıdaki tespitlerin tümü, 'MHP' kriterli aramaların yanı sıra 'Devlet Bahçeli' kriterli aramalar için de geçerli. Bahçeli'ye yönelik internet trafiği de kaset iddialarıyla birlikte 'büyük çıkış' yapıyor ve geleneksel olarak internetin en popüler lideri olan Tayip Erdoğan'ı bile açık ara geride bırakıyor. 'Bahçeli'nin toplam aramalar içinde diğer liderlere oranla görülmemiş bir şekilde artarak 'pik' yaptığı iki tarih, 'kaset tehdidi'nin geldiği 12 Mayıs ile (bu tarih zirve), kasetlerin yayına verildiği 18 Mayıs tarihleri. Aynı zirveler, 'MHP' aramaları için de geçerli. Ancak MHP terimi 'Bahçeli'den daha çok aranıyor.

Son 1 ayda, MHP'yle ilgili en çok kullanılan arama terimlerinde ilk 10 sırada 'kaset', 'video' ya da 'Mehmet Ekici' terimlerinden biri mutlaka var. En 'büyük çıkış'ı yapan ise Mehmet Ekici…
9.6.2011 Radikal