

# SIYASAL KAMPANYA ARACI OLARAK SEÇİM MÜZİKLERİ: 2017 REFERANDUM ÖRNEĞİ

*Araştırma Makalesi / Research Article*

Aydemir, A. (2021). Siyasal Kampanya Aracı Olarak Seçim Müzikleri: 2017 Referandum Örneği. *Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi SBE Dergisi*, 11(3), 1298-1315.  
<https://doi.org/10.30783/nevsosbilen.979895>.

Geliş Tarihi: 06.08.2021  
Kabul Tarihi: 13.08.2021  
E-ISSN: 2149-3871

Dr. Öğr. Üyesi Aslı AYDEMİR  
Dicle Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü Başkanı  
[asliaydemir6@hotmail.com](mailto:asliaydemir6@hotmail.com)  
ORCID No: 0000-0002-0396-154X

## ÖZ

Siyasal kampanyalarda hedef kitleye ulaşabilmek için çeşitli iletişim araçları bulunmakla birlikte, parti ve adaylar tarafından üzerinde önemle durulan araçlardan bir tanesi seçim müzikleridir. Bu çalışmada da 2017 anayasa değişikliği referandumu için “evet” kampanyası yürüten Ak Parti ve MHP ile “hayır” kampanyası yürüten CHP ve HDP’nin kampanya için oluşturdukları seçim şarkılarının hangi teknik ve söylemlerle seçmene aktarıldığını ortaya koyabilmek amaçlanmıştır. Referandum kampanyası için oluşturulan seçim çalışmaları parti ideolojisini yansıtmadan şeffaf bir şekilde hazırlanmalıdır. Bu bağlamda çalışma, kampanya aracı olan şarkılara parti ideolojisinin yansıtılıp yansıtılmadığının ortaya çıkarılması açısından önem arz etmektedir. Şarkılar, doküman analizi yöntemiyle bir video barındırma web sitesi olan YouTube aracılığıyla izlenerek gerekli veriler toplanmıştır. Çalışmada, şarkıların video kliplerinin hem teknik yönünün hem de içeriğinin analizi için kategorisel analiz yöntemi tercih edilerek tablolar oluşturulmuş daha sonra şarkıların analizi için nitel araştırma yöntemlerinden biri olan Van Dijk’in söylem analizi tekniği kullanılarak yorumlanmıştır. Çalışmanın sonucunda, MHP’nin bir anayasa değişikliği için değil de parti ve aday propagandası yapmak amacıyla şarkı sözü ve klbin içeriğini oluşturduğu, Ak Parti’nin parti lideri ve logosunun klipte yer aldığı, CHP ve HDP’nin de tamamen şeffaf olamadığı klbin görüntülerine ve şarkının sözlerine ideolojilerinin yansıdığı ortaya çıkan önemli bulgulardandır.

**Anahtar Sözcükler:** Siyasal İletişim, Siyasal Kampanya, Seçim Müzikleri, 2017 Referandum, Söylem Analizi

## ELECTION MUSIC AS A POLITICAL CAMPAIGN TOOL: “2017 REFERENDUM EXAMPLE”

### ABSTRACT

Although there are various communication tools to reach the target audience in political campaigns, one of the tools that are emphasized by parties and candidates is election music. In this study, it was aimed to reveal with which techniques and discourses the election songs created by the Ak Parti and MHP, which run a “yes” campaign for the 2017 constitutional amendment referendum, and the CHP and HDP, which run a “no” campaign, are transferred to the voters. The election work created for the referendum campaign should be prepared transparently without reflecting party ideology. In this context, the study is important in terms of revealing whether party ideology is reflected in songs that are campaign tools. Songs were tracked through YouTube, a video hosting website, through document analysis method, and the necessary data was collected. In the study, tables were created by choosing a categorical analysis method for analyzing both the technical aspect and the content of video clips of songs, and then interpreted using Van Dijk’s discourse analysis technique, one of the qualitative research methods for analyzing songs. As a result of the work, the video was created by the MHP not for a constitutional amendment, but for propaganda for the party and the candidate, where the AK Party’s party leader and logo were included in the clip, the CHP and HDP were not completely transparent, and the song was It is one of the important findings that emerged that his ideologies were reflected in his words.

**Keywords:** Political Communication, Political Campaign, Election Musics, 2017 Referendum, Discourse Analysis.

## GİRİŞ

Siyasal kampanyalar, siyasal iletişimin en önemli aşamalarından bir tanesi olup kampanya sürecinde istenilen amaca ulaşabilmek için çok çeşitli siyasal iletişim tür ve yöntemleri kullanılmaktadır. Çünkü gerek seçim kampanyası döneminde parti ya da adayın istenilen yönde oy kullanma davranışını gerçekleştirilmesini sağlayabilmek için, gerekse ülkeyi ilgilendiren çok önemli konularda halkın görüşlerine başvuru referandum için yapılan kampanyalar siyasal iletişimin odak noktasıdır.

Geçmişten günümüze özellikle seçim öncesi dönemlerde yürütülen siyasal kampanyalara verilen önem günümüzde daha da artmış rekabet ortamında kıyasıya mücadele eden partiler, liderler profesyonel kampanya danışmanların kapılarını çalmaktadırlar. Kampanyalarda belirlenen amaç doğrultusunda istenilen etkinin oluşturulabilmesi için çok çeşitli yöntem ve araçlar kullanılmakla birlikte kullanılan en etkili yöntemlerden bir tanesi de seçim şarkılarıdır. Çünkü müziğin insanların üzerindeki tesiri bilimsel çalışmalar da kanıtlanmıştır. Seçmenlerde seçim dönemi öncesinde yapılan seçim müzikleriyle radyolarda, televizyonlarda, sokaklarda, internet ve sosyal medya ortamlarında karşılaşmakta ve melodileri, sözleri akıllarında kalabilmektedir. Hatta bazen kişiler kendilerini, siyasi görüşleriyle aynı doğrultuda olmayan partilerin seçim şarkılarını mırıldanırken bulmaktadırlar. Bu da seçim şarkılarının, seçmen kitlesi üzerinde olumlu bir algının oluşturulabilmesi için önemli bir kampanya aracı olduğunun düşünülmesini sağlamaktadır.

Bu çalışmada da 16 Nisan 2017 Referandum'u için yürütülen siyasal kampanyalarda Ak Parti, CHP, MHP ve HDP'nin kampanya araçlarından biri olan seçim şarkıları, nitel araştırma tekniklerinden söylem analizi yöntemiyle ele alınarak incelenmiştir. Araştırma modeli olarak partilerin seçim şarkıları öncelikle kategorisel analiz modeliyle analiz edilmiştir.

## 1. SİYASAL KAMPANYALAR

Siyasal kampanyalar, seçmenlerin tercihini herhangi bir aday ya da parti lehine çekebilmek amacıyla gerçekleştirilen siyasal iletişim faaliyetlerindedir. Seçmen kitlesini etkileme amacıyla gerçekleştirilen siyasal kampanya faaliyetleri planlı ve etkili bir şekilde gerçekleştirildiği zaman özellikle kararsız seçmen kitlesi üzerinde tesirli olabilmekte ve kampanyayı gerçekleştiren siyasi aktörler tarafından kitlenin vereceği karar istenilen yöne çekilebilmektedir.

Siyasal kampanyalar, halk oylaması/referandum kampanyaları ve seçim kampanyaları olmak üzere genelde iki farklı şekilde gerçekleşmektedir. Referandumda ülkenin yönetim yapısına bağlı olarak; yeni bir anayasanın onaylanması ya da var olan anayasanın bazı maddelerinin değiştirilmesi, savaş ilanı durumu vb. halkı ilgilendiren bazı konularda yönetimin doğrudan karar vermek yerine halkın görüşünü alınır (Aziz, 2007: 106). Seçim kampanyaları ise seçim öncesi dönemlerde seçmen kitlesini etkileyerek tercihlerinin belirli bir aday ya da parti lehine motive olmasını sağlayan propaganda ve iletişim faktörlerindedir (Kalender, 2005: 81). Bu siyasal iletişim yönteminde siyasi partiler, daha fazla oy toplayabilmeyi ve kararsız seçmen kitlesini etkileyerek kendilerine çekebilmeyi amaçlamaktadır.

Seçimlerde aday olan siyasi partiler demokrasinin temel öğelerindedir ve iktidar olabilmenin yolu da bu seçimlerin adil, eşit ve serbest olmasından geçmektedir. Sandık halkın iradesinin somut olarak ortaya çıktığı yer olduğu için seçimler de en üst seviyede güvenilir ve şeffaf olmalıdır (Taylan, 2021: 70). Seçimlerin şeffaf olmasının yanı sıra seçmenin güvenini sağlayabilmek için seçim öncesi gerçekleştirilen seçim kampanyalarının da şeffaf olması gerekmektedir. Gündem belirleme sürecindeki üç farklı gündem olan; medya, kamu ve politika gündeminde her yapının kendine göre önemli görerek ön plana çıkarmak istediği gündem bulunmaktadır (Altıncık, 2020: 13). Bu nedenle seçim kampanyaları döneminde aday ve partinin seçmen kitlesine ulaşabilmesinin önemli araçlarından biri olan medyanın gündeminde şeffaf bir şekilde yer alabilmeyi sağlaması, başarıya ulaşılabilmesi için çok önemli bir husustur. Siyasal kampanya planlamasında medya ile ilişkiler bağlamında bu husus üzerinde hassasiyet gösterilmelidir.

Siyasal kampanyanın planlanması aşamalarının yanı sıra adayın ya da partinin tercih edilebilirliğini artırmak amacıyla yapılan dikkat çekme, ilgi uyandırma, istek uyandırma ve harekete geçirme gibi tutundurma çalışmaları da seçim kampanyalarının önemli stratejilerindedir (Çobanoğlu, 2007: 136). Temel amaç, seçmeni istenilen hedef doğrultusunda harekete geçirebilmektir (Chicksand and Carrigan, 2006: 271). Siyasal kampanyanın planlanması süreci ve tutundurma çalışmaları seçmenin istenilen yönde oy verme davranışını sergileyebilmesi için dikkatle planlanmalı ve uygulanmalıdır.

Kitlenin dikkatini aday ya da parti üzerine çekebilmek amacıyla görsel, yazılı, işitsel her türlü dokümanın kullanılması önemli olup bunlardan bir tanesi de seçim müzikleridir.

## 2. SEÇİM MÜZİKLERİ

Müziğin insanlar üzerindeki derin etkisi bilinmekle birlikte, çeşitli alanlarda hedef kitleyi etkileme amacıyla kullanılmaktadır. Bu alanlardan biri de siyasal iletişim faaliyetleridir. Siyasi arenada özellikle seçim dönemi öncesi kampanyalarda, hedef kitlenin dikkatini çekebilmek ve tekrarlarla farkından bile olmadan, şarkıların kişilerin zihinde yer edinmesi sağlayabilmek amaçlanmaktadır. Bu sayede kişi, kimi zaman isteyerek kimi zaman farkında bile olmadan kendini, şarkının sözlerini mırıldanırken bulmaktadır. Üstelik bu davranış bazen kişinin siyasi düşüncesiyle örtüşmeyen bir partinin ya da adayın şarkısının söylenmesi şeklinde de vuku bulabilmektedir.

Müzik, kişilerde duygu oluşturabilme anlamında sözcüklerden daha farklı bir dokuya sahiptir. Müzik ve sesin kullanımında, verilmek istenen mesajın özelliği ve hedeflenen etki dikkate alınmalıdır (Uztuğ, 2004: 329). Seçim müzikleri, siyasi reklamlarda olduğu gibi adayı, partiyi tanıtan, vurgulaması gereken önemli özelliklerinin yer aldığı, milli ve dini duyguların kimi zaman yöresel kimi zaman ulusal melodilerle ifade edildiği bir niteliktedir. Seçim şarkıları partilerin ya da adayın propagandasını yaparak seçmenin dikkatini çekebilmek ve bu dikkat üzerinden duygularını harekete geçirerek daha heyecanlı bir ortam yaratılması niyetindedir (Budak, 2018: 34).

Müziğin, güçlü bir sosyal uyaran olması gibi önemli bir özelliği vardır. İnsanlar müzik sayesinde farklı tempolarla hareket edebilir ve onlara katılabilirler (Trainor, 2010: 44). Dissanayake de müziği öncelikle davranışsal ve motivasyonel bir kapasite olarak görmektedir (Perlovsky, 2010: 4). Bu anlamda müzik her alandan insanları motive edici, harekete geçirici bir özelliğe sahip olmakla birlikte siyasal kampanya faaliyetlerinde önemli bir görev üstlenmektedir.

Kulağa ve duygulara hitap edici özelliği olan müzik seçim kampanyalarında kullanılırken seçmen kitlesi üzerinde farklı etkiler uyandırabilmektedir. Seçim dönemlerinde kullanılan müziğin farklı kullanım amaçları olabilmektedir. Tıpkı konuşma biçimi gibi müzik de insanların düşüncelerini etkileyebilmek amacıyla özenle seçilir (Tanyıldızı, 2012: 100). Dünya’da siyasal arenada var olma mücadelesi veren birçok aday kampanyalarında müziğin gücünden faydalanmıştır.

Amerikalı siyasi adaylar, kampanyalarını canlandırmak için yüz yıllardır müziği kullanmaktadırlar. 1840 seçimleri adayları gerçekmiş gibi resmetmek ve rakipleri küçük düşürmek için “şarkı söyleme kampanyalarını kullanmasında” önemli bir dönüm noktası olarak görülmektedir (Schoening and Kasper, 2012: 44). 1960 seçimlerinde, John F. Kennedy’nin kampanyasında, Kennedy’i savunan yeniden yazılmış sözlerle Frank Sinatra’nın hit single “High Hopes”un değiştirilmiş bir versiyonu kullanılmıştır (Schacter, 2011: 577).

2016 ABD. başkanlık seçimi kampanyalarında Trump ve Clinton duygular aracılığıyla seçmene ulaşabilmek için müziği kullanmış ancak bunu farklı şekilde yapmışlardır. Trump’ın müzik kodu doğrudan ve basitken, Clinton’ın müzik kodu karmaşık ve dolaylıdır (Mas, et al., 2017: 597). Hangi tarzda hangi tonda olursa olsun seçim müzikleri seçmen kitlesinin duygularına hitap ederek onların tercihlerini etkileyebilmek amacıyla seçim kampanyalarında yoğun bir şekilde kullanılmaktadır.

## 3. SİYASAL İLETİŞİMDE KAMPANYALAR VE SEÇİM MÜZİKLERİ: “2017 REFERANDUM MÜZİKLERİNİN ANALİZİ”

Çalışmanın örnekleme olan referandum, 16 Nisan 2017 tarihinde gerçekleşmiştir. Seçmenler, o dönemin mevcut Türkiye Cumhuriyeti Anayasası’nın 18 maddesi üzerinde yapılması planlanan değişiklikleri oylamak için sandık başına gitmiştir. Hükümette yer alan Ak Parti’nin desteklediği değişiklikler için MHP’nin de destek vermesiyle meclisten geçerek oylama kararı alınmıştır (2017 Türkiye anayasa değişikliği referandumu, 2021). Mecliste yer alan diğer partilerden CHP ve HDP’nin propagandasını yaptığı “hayır” seçimde % 48,59 oranda kalırken, Ak Parti ve MHP’nin desteklediği “evet” % 51,41 oy oranına sahip olmuş ve değişiklik kabul edilmiştir (Geçmiş seçim sonuçları, 2021). Referandum öncesi siyasal kampanyalar, yoğun bir şekilde Ak Parti, MHP, CHP ve HDP tarafından gerçekleştirildiği için çalışmanın örneklemini bu partilerin seçim şarkıları oluşturmaktadır.

### **3.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi**

Siyasal iletişimde hedef kitleye ulaşabilmek, onların duygu ve düşüncelerini etkileyerek karar verme aşamasında tercihlerinin istenilen yönde olmasını sağlayabilmek amacıyla çok çeşitli kampanya araçları kullanılmaktadır. Bu araçlardan bir tanesi de müziğin insanlar üzerindeki olumlu etkisinden yola çıkılarak yapılan seçim şarkılarıdır. Bu şarkılar kimi zaman popüler olan şarkılar üzerine yeni sözler yazılarak halkla buluşturulurken kimi zaman da yepyeni bir beste yapılarak kamuoyuna sunulmaktadır. Bu çalışma da siyasal kampanya çalışmalarında partilerin kampanya söylemlerini, müziği kullanarak hangi teknik ve söylemlerle seçmene aktardıklarını ortaya koyabilmeyi amaçlamaktadır. Özetle, seçim şarkılarının profilini ortaya koyabilmek bu çalışmanın temel amacıdır.

Siyasal kampanya aracı olarak kullanılan müzikler seçim dönemlerinde siyasi partilerin ideolojisini yansıtmaktadır. Ancak referandumlar, anayasa değişikliği ya da ülkeyi ilgilendiren çok önemli meselelerde halkın da görüşünü alabilmek amacıyla gerçekleştirilen oylamalar olduğu için kampanyanın temasında herhangi bir ideolojik vurgu olmadan şeffaf bir süreç olması gerekmektedir. Bu bağlamda çalışma, “siyasi partilerin anayasada değişikliği öngörülen 18 maddenin oylanacağı referandum için gerçekleştirdikleri kampanya araçlarından olan seçim şarkılarında parti ideolojilerini yansıtmışlardır” varsayımdan hareketle söylem analizi yöntemiyle verilmek istenen mesajın neler olduğunu ortaya koyabilmek açısından önem arz etmektedir.

### **3.2. Araştırmanın Yöntemi**

Çalışmada kullanılan yöntem, sosyal bilimlerde en çok tercih edilen yöntemlerden biri olan nitel araştırma tekniğine dayanmaktadır. Çalışmada öncelikli olarak bir doküman olan videolardan faydalanılmıştır. Dokümanlar çok çeşitli olup gazeteler, kitaplar, yasal metinler, mektuplar, dergiler, günlükler, okul kayıtları, sağlık ve kamu kayıtları, istatistikler, anayasa ve yönetmelikler, haritalar, çizelgeler, fotoğraflar, anılar, röportajlar, resimler, videolar, mesajlar bunlardan bazılarıdır (Kıral, 2020: 170). Referandum kampanyası için oluşturulan şarkılar da doküman analizi yöntemiyle bir video barındırma web sitesi olan YouTube aracılığıyla izlenerek gerekli veriler toplanmış, bu veriler ışığında biçim, içerik ve teknik olarak kategorisel analiz metoduyla tablolar oluşturularak analiz edilmiştir. Tabloların yorumlanması, şarkıların ve video kliplerinin analizinde ise Van Dijk’in söylem analizi yönteminden faydalanılmıştır.

Van Dijk’e göre söylem analizi, bir şeyi söyleme şeklidir (Güngör, 2020: 4). Bu şekil incelenirken makro ve mikro olmak üzere iki düzeyde ele alınır. Bu çözümleme söylemin içerisinden örtük olan hakim ideolojik pratikleri ortaya çıkarabilmek adına araştırmacılara dilsel bir hareket esnekliği tanır (Karaduman, 2017: 44). Böylelikle de her araştırmacı incelemiş olduğu verilerde var olan anlamdan kendi yorumlamasına göre yeni bir anlam çıkarır.

Makro yapıda tematik ve şematik yapıya odaklanılır. Tematik yapıda daha çok “görünenin ne olduğu” söz, görüntü, içerik arasında uyum olup olmadığına bakılır, şematik yapıda ise “durum ve yorum”a bakılır. Durumda, bilgi tam olarak işlenmiş mi, yorumda, ideolojik bir söylem barınıyor mu gibi arka plan bilgisine bakılır. Ardalan ve bağlam bilgisi ile daha çok sosyal ve ideolojik çıkarımlar yapılabilmektedir (Van Dijk, 1991: 116).

Mikro yapıda ise sesler, kelimeler, cümle kalıpları, anlamları üzerine odaklanılır (Van Dijk, 1988: 27). Özetle, sözcük seçimi, kelimeler arası uyum, cümle yapısı ve cümleler arası ilişkiler gibi özellikler ile retorik üzerinde durulur. Sentaktik (sözdizimsel) açıdan cümlelerin etken-edilgen, basit-karmaşık, uzun-kısa oluşu gibi dilbilgisel özellikler incelenirken, lexical (kelime seçimi) açıdan çözümlemede ise, sözcük seçimlerine bakılır. Kullanılan sözcük seçimlerinin analizi, ideolojik yorum olup olmadığının ortaya konulabilmesi açısından önemlidir. Retorik analizde ise, içeriğin güçlendirilmesi, inandırıcılığın artırılması ve dikkat çekici olması bakımından kullanılan istatistikler, sayılar, fotoğraflar, söz sanatları, olayın taraflarından yapılan alıntılar incelenmesi yer almaktadır.

### **3.3. Evren ve Örneklem**

Araştırmanın evreni, 2017 referandumu için 4 siyasi partinin yürütmüş olduğu kampanyalar için yapılmış olan şarkıların hepsini kapsamaktadır. Ancak araştırma için seçkisiz olmayan örneklem yöntemlerinden amaçsal örneklem yöntemiyle seçilen şarkılar analiz edilmiştir. Amaçsal örneklemede, çalışmanın amacına uygun bilgi açısından en zengin olan veriler seçilerek derinlemesine araştırma yapılır (Akbay, 2021). Bu yöntemle birlikte çalışmanın amacı ve içeriğine uygun olarak, aynı zamanda partilerin resmi olarak referandum şarkısı olarak kullandıkları, geleneksel ve sosyal medya ortamlarında

-sosyal medya ortamları siyasal ifade amacıyla aktif bir şekilde kullanıldığı için (Yılmaz ve Yaşar, 2020: 204)- en fazla gösterilen bu nedenle de seçmen tarafından bilinen şarkılar tercih edilmiştir.

### 3.4. Geçerlilik ve Güvenilirlik

Bir araştırmada kullanılan veri toplama tekniği yeterli ve amacına uygun ise o çalışma geçerlidir. Güvenilirliği ise araştırmada kullanılan tekniğin aynı şartlarda aynı sonuçları vermesi ve ölçüğü oluşturan ifadelerin kendi içinde tutarlı olmasıdır (Saruhan ve Özdemirci, 2011: 138-140). Nitel verilerin geçerliliği ve güvenilirliği büyük ölçüde değerlendiricinin metodolojik becerisine, duyarlılığına ve eğitimine bağlıdır (Labuschagne, 2003: 101). Bu bağlamda kodlamanın tarafsız olduğunu sunabilmek için kodlama yapıldıktan sonra bu kodlama, araştırmacı tarafından araştırma yöntemleri ve alan ile ilgili bilgisi olan bir bireye araştırmanın amacı, önemi, yöntemi, veri toplama tekniği ve içeriğiyle ilgili gerekli bilgiler çerçevesinde eğitim verilerek, yeterli olduğunu düşündüğü zaman da kodlama yapılması istenmiştir. Kodlayıcılar arası güvenilirlik için de nitel analiz yönteminde en çok tercih edilen yöntemlerden biri olan, Miles ve Huberman'ın (1994) güvenilirlik formülü kullanılmıştır. Bu formülde bir araştırmanın güvenilir sayılabilemesinin koşulu; iki farklı kodlayıcının üzerinde görüş birliğine vardığı kod sayısının toplam uzlaşılabilir ve uzlaşılabilen kod sayısına bölünmesiyle ortaya çıkan sonucun en az %70 olmasıdır (Miles and Huberman, 1994: 64).

$$\text{güvenirlik} = \frac{\text{anlaşma sayısı}}{\text{toplam anlaşma sayısı} + \text{anlaşmazlıklar}}$$

Bu çalışmada, kodlayıcılar tarafından oluşturulan kodlama cetvelinin birbiriyle uyumu % 88,8 olup araştırma güvenilir sayılmıştır.

### 3.5. Bulgular

#### 3.5.1. “Evet İle Güçlü Türkiye” (Ak Parti)

2017 referandumunu için “evet” yönünde kampanya yürüten Ak Parti'nin kullandığı kampanya şarkılarından bir tanesi “Evet ile güçlü Türkiye” şarkısıdır. Şarkının klipi ilk olarak, dönemin Ak Parti Genel Başkanı ve Başbakanı Binali Yıldırım'ın Ankara Arena'da gerçekleştirmiş olduğu halk oylaması kampanya tanıtım toplantısında gösterilmiştir. Şarkının klipi, 3 dakika 4 saniye sürmektedir.

**Tablo 1:** Ak Parti Referandum Müziği'nin Kategorisel Analizi

Kategoriler	Tanımlamalar
Kıyafetin sunumu	Yöresel, muhafazakar, dini, iş kıyafeti, baret, baş örtü, bere, kasket.
El-kol hareketleri	Sağ el kalbin üzerinde selamlama, el sıkışma, sarılma, el sallama, alkış, duaya açılan el, el elin üstünde, alın terini silme, el-kol göğüs üzerinde bağlı, baş parmak havada onaylama.
Enstrüman tercihi	Vurmalı, telli ve üfleli çalgılar
Orijinalliği	Özgün
Müzik türü	Halk müziği
Kullanılan vokal	Kadın, erkek, çocuk
Söz ögesi kullanımı	Sözlü
Hedef kitle	İşçi, C1, C2 ve E sosyo-ekonomik statü

URL: <https://www.youtube.com/watch?v=YpVkrGsuvAw>

Ak Parti'nin referandum şarkısının makro yapısal analizinde tematik açıdan bakıldığında, klipte ön plana çıkarılmak istenen anlam, Türkiye'nin doğusu, batısı, kuzeyi, güneyi fark etmeden, sosyal statü farkı gözetmeden kardeşlik, birliktelik gibi birleştirici bir yaklaşımın ortaya çıkarılmasıdır. Bunu ortaya çıkarırken de şarkının sözlerinde yer alan “tek millet, tek bayrak, tek millet, tek vatan” vurgusu Tablo 1'de de belirtilen el sıkışma, sarılma, elin başkasının elinin üzerinde olması gibi görsel öğelerle desteklenmiştir. Aynı zamanda tematik olarak şarkının başlığına bakıldığında, egemen söylemin net bir şekilde başlığa taşındığı görülmektedir. Başlık, Ak Parti'nin kampanya söylemi olan birlik, beraberlik

ve evet birleşimi olarak oluşturulmuştur. Şematik olarak incelendiğinde, şarkının arka plan bilgisinde, klip seher vakti yani şafağın sökmek üzere olduğu vaktin gösterilmesiyle başlamaktadır. Bu arka plan bilgisiyse Ak Parti'nin yürüttüğü evet kampanyasında verilen her “evet” oyu ile ülkemizin karanlıkta kalmış bazı yönlerinin de aydınlığa çıkacağı aktarılmak istenendir. Aynı zamanda sabahın ilk ışıklarıyla birlikte bir caminin avlusunda abdest almak üzere açılan musluk, abdestin alınması, caminin avlusunda semazenlerin dönmesi, farklı yörelerin halk oyunları toplulukların görüntüleri, sabahın bereketiyle işlerine başlayan küçük esnafın filmin genelinde yer alması gibi dini öğelerin kullanımıyla Ak Parti'nin muhafazakar ve yerel kimliğine uygun olarak ideolojisinin klibe yansıdığını söylemek mümkündür.

Şarkının arka planında İstanbul, Çanakkale, Nevşehir (Kapadokya) vs. gibi çeşitli illerden görüntülerin yer almasıyla ülke genelinde ayırım yapılmaksızın bir birlikteliğin olduğu vurgulanmıştır. Yine filminin genelinde çeşitli meslek gruplarından görüntüler yer almakla birlikte daha çok manav, terzi, tamirci, balıkçı, marangoz, taksici vb. küçük esnafın görüntülerinin güler yüzlü ve mutlu bir biçimde aktarılmasıyla halktan gücünü aldığı imajı aktarımıyla halkın da mevcut ülke yönetiminden memnun olduğu aktarılmak istenendir. İslam'da selamlaşma ve duanın maneviyatının önemine binaen selamlaşma şekli olarak da sağ elin kalbin üzerine götürülerek karşı tarafa “sen benim kalbimdesin” aktarımı ve ellerin dua etmek üzere göğe doğru açılması klipte yoğun bir şekilde kullanılmıştır. Klipte yer alan insanların kıyafetlerinin sunumunda da yine muhafazakar ve yöresel tarzda kıyafetlerin yer aldığı görülmektedir. Görüntülerde yer alan bir diğer ayrıntı da atların koşması ile de güç, cesaret, asalet simgelenirken, Ak Parti'nin icraatlarına durmaksızın devam edeceği arka plan bilgisi olarak sunulmaktadır.

Şarkıda vokal olarak kadın, erkek, çocuk seslerinin kullanılması Ak Parti'nin yansıtmak istediği kapsayıcı olma ve birlik duygusunu vermektedir. Şarkının orijinal olması, halk müziği ezgileri taşınması, sözlü olması, hareketli bir müziğin eşlik etmesi de insanların duygularını yükselten böylelikle de hedef kitle dışındaki tüm seçmenin ilgisini çekebilme özelliğiyle kampanyanın olumlu olarak yürütülebilmesi açısından önemlidir.

Ak Parti'nin referandum şarkısının mikro yapısal analizi için şarkının sözleri aşağıda yer almaktadır;

*“Evet İle Güçlü Türkiye”*

Biz biriz diriyiz, biz beraber kardeşiz,  
Hep birlikte verelim el ele, olsun güçlü bir Türkiye,  
Hep birlikte verelim el ele, evet ile güçlü Türkiye.  
Ekmeğim aşımın benim,  
Toprağım suyumsun benim,  
Evim ocağım, umudum, yarınım,  
Canım ülkem, güzel vatanım.  
Tek millet ve tek bayrak için,  
Tek devlet ve tek vatan için  
Hep birlikte verelim el ele, evet ile güçlü Türkiye.  
Tüm şehitler, gaziler için,  
Aydınlık bir gelecek için,  
Çocuklar için, yarınlarımız için evet ile güçlü Türkiye.

Şarkı sözleri mikro yapısal olarak sentaktik açıdan incelediğinde, şarkının isminin etken yapıda olduğu ve genel olarak şarkının genelinde vurgulanmak istenen güç, birliktelik mesajıyla uyumlu olduğu ve verilmek istenen mesajın kısa ve net bir şekilde başlığa taşındığı görülmektedir. Lexical (kelime seçimi) açıdan sözcüklerin seçiminde partinin ideolojisini yansıtan herhangi bir sözcük seçimi olmaması referandum kampanyalarında parti kimliği ve ideolojisinin kampanya araçlarına yansıtılmasının uygun olmadığı görüşüne dikkat edildiği söylenebilmektedir. Ancak gösterilen dikkatin, şarkının bitişinde partinin genel başkanı Binali Yıldırım'ın fotoğrafının ve Ak Parti'nin ismi ve logosunun yer almasıyla değiştiğini söylemek mümkündür.

Şarkının mikro yapısal analizinde sözcük seçimi açısından, sözlerinde kullanılan “ocağım” sözcüğünün kullanımında mecaz-ı mürsel (ad aktarması) söz sanatından faydalanılmıştır. Ocak kelimesi orada “yuva” anlamında kullanılmış olup huzur ve birlik duygusuyla ülkenin insanlar için bir yuva gibi görüldüğü anlatılmak istenendir. Kelimeler arasındaki bölgesel uyum olarak, ülkenin birliği ve aydınlığını vurgulayan her sözcük sonrasında gelen birlik ve beraberliği vurgulayan “evet ile güçlü Türkiye” nakaratıyla tekrarlanarak desteklenmiştir. Retorik analiz çerçevesinde incelenen şarkı sözlerinde yer alan sözcükler görsellerle eş zamanlı kullanılarak uyumlu bir şekilde desteklenmiş ve güçlendirilmiştir. Bunlar; “biz beraber kardeşiz” sözleri sırasında esnaflardan birinin elini çalışan diğer arkadaşının omzuna atmasıyla kardeşlik sözü, “hep birlikte verelim el ele” sözleri ile çalışan insanların tokalaşması, sarılması, karı-koca olduğu düşünülen büyüklerin ele ele vermesi ile birliktelik duygusu, “ekmeğim, aşımın benim” sözleri ile ekmek yapan Anadolu kadınlarının görüntüsü, “toprağım, suyumun benim” sözlerinde toprağında çalışan çiftçinin emeğinin terini alınından silişi ve kana kana su içmesi, “tek millet, tek bayrak için” vurgusunda Türk bayrağı görüntüsü, “tüm şehitler, gaziler için” sözleriyle Çanakkale Şehitleri Anıtı’nın görüntüsünün yer alması, o sırada “birlik ve beraberliğin” göstergesi olarak şehit ve gaziler için halkın ellerini dua için açması, “çocuklar için yarınlarımız için” sözlerini bir kız çocuğunun seslendirdiği ve hem onun hem de başka çocukların görüntülerinin yer almasıyla “evet” oyunun çocukların geleceğini aydınlatacağı vurgusu yapılmaktadır. Çocukların görüntülerinde kıyafetleri ve buldukları yerlerden çıkarsama yapılarak küçük yerleşim yerlerinde bazı sıkıntıları yaşayan çocuklar tercih edilmiştir ki bu çocukların evet oyu ile daha iyi koşullarda geleceklerinin aydınlık olacağı arka planda örtük olan anlamdır.

Aynı zamanda klipin sonunda “yarınlarımız için” sözüyle birlikte elindeki, barışın ve özgürlüğün simgesi olan güvercini uçuran kişinin görüntüsü ve elindeki balonu aydınlık bir gelecek için gökyüzüne bırakan kız çocuğu yer almaktadır. Kız çocuğunun arkasındaki 15 Temmuz Şehitleri Köprüsü “tüm şehitler, gaziler için” sözünün hemen arkasından ekrana gelmektedir. Burada köprüden sallanan Türk bayrağının, vatani için o köprüde şehit olanlarla sayesinde dalgalandığı arda bilginisiyle “bağımsızlık ve özgürlük” kavramlarına gönderme yapılmaktadır. Köprünün önünde şarkıyı seslendiren kız çocuğunun elindeki beyaz balon, üzerindeki kırmızı palto, beyaz bluzu ve çorabı, kırmızı-beyaz eteği ile arkada yer alan Türk bayrağının renklerine işaret ederek bir uyum içerisinde sunulmuştur. Klipin sonunda, klip içerisinde görülen bütün insanlar bir arada sunularak şarkı boyunca aktarılmak istenen birlik ve beraberlik duygusu tekrar vurgulanmıştır.

Klip bittikten sonra, dönemin Ak Parti Genel Başkanı ve Başbakan Binali Yıldırım’ın fotoğrafının yanında beliren “Gücümüz Millet Kararımız Evet” sloganının retorik çözümlemeye göre, hükümetin gücünü halktan aldığı bu birlik ve beraberliğin devamını isteyen herkesin de “evet” oyu kullanması gerekliliği örtük olarak verilmek istenen mesajdır. Sloganın renkleri için tercih edilen lacivert ve kırmızı, Başbakan Binali Yıldırım’ın aynı renk kravat ve ceketi ile uyum içerisinde sunulmuştur. Ceketin üzerinde yer alan Türk bayrağı rozetiyle de bayrak ve vatan sevgisi vurgusu yapılmaktadır.

### 3.5.2. “Gel Kurtul Bir Hayırla” (CHP)

2017 referandumunda “hayır” yönünde oy kullanılması için kampanya yürüten CHP, kampanya şarkısını Amasya’da gerçekleştirdiği mitingde seçmene tanıtmıştır. Şarkı, Emel Sayın’ın 1970’li yıllarda seslendirdiği ve halkın büyük beğenisini alan günümüzde de hala zevkle dinlenen Mavi Boncuk şarkısına yeni sözler yazılarak uyarlanmıştır. Şarkının süresi 3 dakika 1 saniyedir.

**Tablo 2:** CHP Referandum Müziği’nin Kategorisel Analizi

Kategoriler	Tanımlamalar
Kıyafetin sunumu	Spor, modern, yöresel, dini, baş örtü, kasket
El-kol hareketleri	El tutuşma, duaya açılan el, el havada selam verme
Enstrüman tercihi	Vurmalı ve telli çalgılar
Orijinalliği	Uyarlama
Müzik türü	Pop
Kullanılan vokal	Kadın
Söz ögesi kullanımı	Sözlü
Hedef kitle	A, B, C1, C2, D ve E sosyo-ekonomik statü

URL: <https://www.youtube.com/watch?v=Bd5K7jn59SE>

CHP'nin referandum şarkısının makro yapısal analizinde tematik açıdan incelendiğinde, görünen ve anlatılmak istenen arasında bir uyum olduğu görülmektedir. Klibin başında öne çıkarılmak istenen anlam, 1923 yılında Mustafa Kemal Atatürk'ün liderliğinde kurulmuş olan bir parti olduğu vurgusuyla, Atatürk'ün portresinin yer aldığı Türk bayrağı ve "Atatürk Bulvarı" yazılı yön tabelasının görüntüsüyle verilmiştir. Tematik yapıya göre videonun ana fikri, aydınlık bir gelecek -özellikle de çocukların geleceği- için sosyal ve ekonomik statü farkı gözetmeksizin herkesin "hayır" oyu kullanmasının gerekliliğidir. Bu ideolojiyi yansıtabilmek için de dini öğeler, kırsal yerlerde yaşayan halk, çocuklar klipte yoğun bir şekilde yer alırken, Osmanlı geleneklerinde ve İslam sanatları içerisinde önemli bir yeri bulunan hat sanatı, cam sanatı, bakırcılık, halı dokuma sanatı, gibi zanaatlar da dikkat çekicidir.

Şematik analizde, "hayır olur inşallah" sözleri sırasında boya kalemle güneş resminin çizildiği bir görüntüyle referandumda "hayır" sonucu çıkarsa ülkeye güneş doğacağı yani geleceğinin aydınlık olacağı arka plan bilgisi olarak sunulmak istenendir. "Bu kadarı da fazla" sözlerinin tesbih çeken bir el görüntüsüyle sunulmasında, ülkenin mevcut durumundan memnun olunmadığı ve sabır için tesbih çekildiği arda lan bilgisi vardır. "Gel kurtul bir hayır'la" sözüyle bebekle oynayan bir yetişkinin resmedilmesi, bebeğin geleceği için hayır oyununun kullanılması gerektiği vurgusu yapılmaktadır. Şarkının klibinin genelinde güneş figürünün önünde mutlulukla dans eden çocuklar, parkta oynayan çocuklar vb. şekilde çocukların ön plana çıkarıldığı görülmektedir. Bu noktada çocukların aydınlık gelecekleri için "hayır" oyu kullanılması yönünde algı oluşturulmak istenmektedir.

Ak Parti'nin kampanya klibinde olduğu gibi CHP'nin de atın gücü, asaleti ve cesareti simgesinden faydalanılarak atın üzerinde güç ve özgürlüğe doğru giden kişi resmedilmiştir. "Muhtaç kaldık bir parçacık huzura" sözü için dini bir öğe olan Kuran-ı Kerim'in huzuru ile dindar seçmen kitlesine de seslenilmektedir. Aynı şekilde "hayır olur inşallah" sözleri sırasında cami olduğu izlenimi uyandıran bir mekanda önünde Kuran-ı Kerim, duaya açılan eller ve yine bir camide rahle üzerinde açık olan Kuran-ı Kerim'in huzuru yakın planıyla sabah ilk ışıklarının içeriğe süzüldüğü ve aydınlığın yolu olan "hayır" için dindar olan seçmen kitlesinin de kampanyanın hedef kitlesi olduğu görülmektedir.

"Sonu belli olmayan yola girme" sözleriyle, kırsal yerlerde çıkmaz sokak gibi görünen -birinde karanlık bir yol- yerlere yürüyen iki kadın biri erkek olmak üzere kişilerin arka plan görüntüsü sunulmuştur. Bu kadınlardan birinin başı örtülü diğeri ise açık giyim tarzıyla dikkat çekicidir. Bu durum da CHP'nin sadece belirli bir ideolojiye sahip olan kişilere değil tüm halkı hedef kitlesi olarak gören bir yapıya sahip olduğunun göstergesi olarak sunulmak istenmiştir. Hemen arkasından "sahip çık yurduna geleceğine" sözlerinde ise sahil kenarı, bahçe gibi aydınlık ortamlarda mutlu insanların görüntüsüyle geleceğine sahip çıkmak, aydınlık ve huzurlu bir hayat için hayır oyu kullanılması istenmektedir. Semazenler ve farklı yörelerin halk oyunları toplulukların görüntüleri Ak Parti'nin klibiyle benzerlik göstererek CHP'nin klibinde de yer almaktadır.

CHP'nin klibinde meslek grubu olarak daha çok zanaatkarlar görülmektedir. Klibin genelinde yoğun olarak kırsal ve küçük yerleşim ile sosyo-ekonomik statüsü daha düşük olan sosyal sınıftan insanlar yer almaktadır. Bu anlamda bu gruptaki insanların daha iyi bir yaşam sürebilmeleri için CHP'nin herhangi bir ayrımcılık yapmadığı bu nedenle de yürüttüğü hayır kampanyasıyla uyumlu olarak insanları da hayır oyu kullanmaya yönlendirmek istedikleri yorumu yapılabilmektedir. Ancak şarkıda Tablo 2'de de yer aldığı gibi çocukların giyim tarzı, anne, baba ve 2 çocuğun görüntüsü vb. görüntülerden yapılan çıkarsamayla her sosyo-ekonomik statüden insana da hitap edilmektedir. Filmde, İzmir, Şanlıurfa, İstanbul vb. farklı illerin görüntüleriyle de bütün ülke insanına hitap edilen bir profil çizilmiştir. Aynı zamanda klipte, modern, dini, yöresel, spor tarzda yapılan kıyafet sunumları da ayırım yapılmaksızın kapsayıcı bir yaklaşımla tüm ülke halkının hedef kitle olarak belirlendiğinin göstergesidir.

Şarkının 2 dakika 32. saniyesinde şarkının orijinalinin ismi olan mavi boncuk bir evin duvarına asılı bir şekilde bahçenin kalp şeklindeki ferforjesi çerçevesi içerisinde flu iken netleştirilmektedir. Bu anlamda şarkının orijinal sözlerine de atıf yapılmıştır. Filmde, balık, kedi, güvercin gibi hayvanların kullanılması, sevginin kapsayıcılığı açısından önemli bir ayrıntı olarak sunulmuştur. Klibin sonunda Ak Parti'nin aksine CHP'nin parti ile ilgili herhangi bir öğe kullanmaması ile referandum kampanyalarında etik olarak olması gereken hususa dikkat edildiği görülmektedir. Ancak şarkının mikro yapısal açıdan analizinde detaylandırıldığı gibi Ak Parti'yi hedef alan olumsuz göndermeler de bulunmaktadır. Bu bakımdan muhalif duruşun şarkı sözlerine yansıtıldığını söylemek mümkündür. Şarkının sonunda



aydınlığı, refahı simgeleyen güneş -yine özellikle çocukların geleceğinin aydınlığına dikkat çekme amaçlı boya kalemlerle çizilmiştir- üzerinde “Geleceğim İçin Hayır” sloganı, yan tarafından da hayır yönünde tercih yapılmış bir oy pusulası ile sandıkta bu yönde oy kullanılması istenmektedir.

CHP'nin referandum şarkısının mikro yapısal analizi için şarkının sözleri aşağıda yer almaktadır;

“*Gel Kurtul Bir Hayırla*”

Düşmez şaşmaz bir Allah

Hayır olur inşallah

Bu kadarı da fazla

Gel kurtul bir hayır'la

İnsan beşer bir gün şaşar mutlaka

Emanet edilmez her şey tek akla

Muhtaç kaldık bir parçacık huzura

Haydi sen de gel şimdiden hayır'a

Sonu belli olmayan yola girme

Sahip çık yurduna geleceğine

Bunca yetkiyi babama vermem de

Uyanalım bu kâbustan el ele

Bunca yetkiyi babama vermem de

Hayır için hep birlikte Türkiye

CHP'nin Mavi Boncuk isimli şarkıya yeni sözler yazılarak uyarladığı referandum şarkısının ismi “Gel Kurtul Bir Hayırla” olup burada karşı tarafa hitap edilen bir cümle yapısı bulunmaktadır. Şarkının sözlerinin genelinde de aynı durum söz konusu olup ikinci tekil şahısa hitap eden bir yapı bulunmaktadır. Sentaktik açıdan şarkının ismi ve sözleri basit, etken ve kısadır. Şarkı sözlerindeki, “bu kadarı da fazla”, “gel kurtul”, “emanet edilmez”, “muhtaç kaldık”, “girme”, “vermem”, “kâbus” gibi olumsuzluk ifadeleri örtük olarak CHP'nin ideolojisine bağlı olarak Ak Parti'nin başarısız olduğuna dair yapılan göndermelerdir. Kelimeler arasındaki bölgesel uyum olarak, şarkı genelinde vurgulanan Ak Parti'nin yönetiminden duyulan memnuniyetsizlik, “düşmez şaşmaz bir Allah, hayır olur inşallah, bu kadarı da fazla, gel kurtul bir hayır'la” nakaratıyla da desteklenmiştir.

Lexical açıdan sözcük seçimleri, CHP'nin hayır yönünde yürüttüğü kampanya ile uyumlu olup aynı zamanda Ak Parti'ye muhalif olan bir parti olarak partinin ideolojisini yansıtmaktadır. Hedef kitlesine kampanya şarkısı ile verilmek istenen mesaj, mevcut yönetimin kurtulmak istenen bir yönetim sergilediği bunun için de hayır oyu ile bu durumdan kurtulacağıdır.

Sözlerinin retorikini güçlendirmek için yine Ak Parti'nin şarkı sözlerinde olduğu gibi mecaz-ı mürsel (ad aktarması) söz sanatından faydalanılmıştır. Emanet edilmez her şey tek akla, cümlesindeki “tek akıl” ile bir insan kastedilmektedir. Bu anlamda, referanduma sunulan anayasa değişikliği maddelerinde yer alan, cumhurbaşkanına verilmesi öngörülen yetkiler eleştirilmektedir. Retorik analiz çerçevesinde incelenen şarkı sözlerinde yer alan sözcükler görsellerle eş zamanlı kullanılarak uyumlu bir şekilde desteklenmiş ve güçlendirilmiştir.

Klipte el kol hareketi olarak el tutuşma, duaya açılan eller birlik, beraberlik ve huzuru simgeleyen göstergelerdir. Şarkıda vokal olarak kadın sesinin kullanılması, pop tarzında ve sözlü olması, halkın sevdiği bir şarkının uyarlaması olması seçmenin ilgisini çekerek duygularını yükselten özelliğiyle kampanyanın olumlu olarak yürütülebilmesi hedefi açısından önem hususlardır.

### **3.5.3. “Yeminim Var” (MHP)**

2017 referandumu için evet yönünde kampanya yürüten MHP'nin kampanya için hazırlanmış 4 şarkıdan bir tanesi Yeminin Var'dır. Bu şarkı daha önce birçok siyasi lider için seçim şarkısı hazırlanmış olan Figen ve Murat Türkücüoğlu kardeşler tarafından hazırlanmış ve seslendirilmiştir. Şarkı, kardeşler tarafından düzenlenen basın toplantısında tanıtılmıştır. Şarkının klibi için tercih edilen görüntüler MHP'nin daha önce gerçekleştirmiş olduğu mitingler, ziyaretler, parti toplantıları vb. organizasyonların kolajından oluşmaktadır. Kolaj yapılarak oluşturulan klipler daha çok farklı kullanıcılar tarafından

yapıldığı görüşü uyandırır da klip, MHP'nin YouTube'da yer alan resmi web sayfasından hedef kitleye sunulmuştur (Youtube, 2021). Klbin süresi 4 dakika 1 saniyedir.

**Tablo 3:** MHP Referandum Müziği'nin Kategorisel Analizi

Kategoriler	Tanımlamalar
Kıyafetin sunumu	Resmi, yöresel, muhafazakar, baş örtü, kasket, atkı
El-kol hareketleri	Partinin sembolü el işareti, el sallama, alkış, el öpme, sağ el göğüste selamlama, işaret parmak havada, duaya açılan el, sağ el havda, açık şekilde selamlama
Enstrüman tercihi	Vurmali, telli, üflemeli çalgılar
Orijinalliği	Orijinal
Müzik türü	Pop (ritmik olarak marş)
Kullanılan vokal	Kadın, erkek
Söz ögesi kullanımı	Sözlü
Hedef kitle	MHP seçmen kitlesi, C2, D, E sosyo-ekonomik statü

URL: [https://www.youtube.com/watch?v=TFk5BhawY\\_k&t=1s](https://www.youtube.com/watch?v=TFk5BhawY_k&t=1s)

MHP'nin referandum şarkısının makro yapısal analizinde tematik açıdan incelendiğinde, görünen ve anlatılmak istenen arasında bir uyum olduğu görülmektedir. Şarkının sözleri ve klbi referandumda “evet” yönünde oy kullanılması için kampanya yürüten MHP adına hazırlanmış bir şarkı değil de parti için bir genel seçim şarkısı olarak hazırlanmış izlenimi uyandırmaktadır. Zira sözlerde, evet oyu kullanılmasına dair tek bir kelime bulunmamaktadır.

Şarkıya özel yeni bir klip hazırlanmadığından dolayı videoyu izleyen kişilerde MHP'nin referandum kampanyası olduğu değil de seçim için parti propagandası yaptığı izlenimi uyanmaktadır. Çünkü videonun genelinde MHP'nin daha önce yapmış olduğu mitinglerin ve seçim çalışmalarının görüntüleri yer almaktadır. Bu nedenle de parti genel başkanı Devlet Bahçeli ve partinin bayrağı görüntülerde yoğun bir şekilde görülmektedir.

Klbin girişinde MHP'nin daha önce yapmış olduğu bir miting alanında katılımcıların ellerindeki Türk bayrağı ve parti bayrağını sallayan görüntülerinin hemen arkasında asılı 5 büyük bayrak bulunmaktadır. Bunların ortasında Atatürk portresinin yer aldığı Türk bayrağı, solunda MHP'nin kurucusu ve ilk genel başkanı Alparslan Türkeş'in portresinin yer aldığı Türk bayrağı, sağında MHP'nin genel başkanı Devlet Bahçeli'nin portresinin yer aldığı Türk bayrağı, onun yanında partinin bayrağı, en sol tarafta da Türk bayrağı yer almaktadır. Tematik analiz çerçevesinde, klbin ilk girişinde yer alan bu görüntüyle, vatan, millet sevgisi, milli birlik ve beraberlik duygusu yaratılmak istenmektedir. Miting görüntüsünün hemen arkasında Devlet Bahçeli'nin bir fotoğrafı arka planında deniz ve Türk bayrağının dalgalandığı görülmekle birlikte görüntünün önünde flu olarak dalgalanan başka bir Türk bayrağı görüntüsüyle görüntünün içerisindeki vatan sevgisi şematik açıdan güçlendirilmiştir. Partinin bir etkinliğinde partinin sembolü olan el işareti ile toplantıya katılanları selamlayarak sahnede yer alan Devlet Bahçeli'nin görüntüsü ile film devam etmektedir. Arkasından gelen devamlı miting görüntüleri ile birlikte şarkının sözleri başlamaktadır.

“Şehitler verdik toprak uğruna” sözleriyle görüntüde Türk bayrağını öpen Bahçeli yer almaktadır. “Vurulmuşum senin al bayrağına” sözlerinde elinde Türk bayrağı olan bir çocuk görüntüsü, sonrasında partinin el işaretini yapan başka çocuklar ve Devlet Bahçeli'nin görüntüsü ekrana gelmektedir. Görüntüde, insanlar farklı bir tonlama yapılarak geri planda sunulurken, Türk bayrağı belirgin bir şekilde ve kendi renkleriyle öne çıkarılarak “bayrak sevgisi” desteklenmiştir. Çocukların üzerinde önlüklerinin bulunması geleceklerinin aydınlık olması için eğitimin önemi ve MHP'nin eğitim konusunda hassas olduğu ideolojik bir yaklaşımla arda alan bilgisi olarak yorumlanabilir.

Bir toplantıda mikrofonda konuşma yapan Bahçeli'nin sağ tarafa bakan yüzü ve sağ eli havada işaret parmağıyla “ileri”yi gösteren profili için partinin daima ileriye hedeflediği yorumu yapılabilir. “Vatan sevgisi dermandır her derde” sözlerinin arka planında Türk bayrağının yer aldığı Bahçeli'nin gülümserken çekilmiş bir fotoğrafıyla vatan sevgisinin vermiş olduğu “mutluluk” hissi somutlaştırılmış ve kavramsal olarak güçlendirilmiştir.

MHP'nin şarkı için yapmış olduğu klipte seçmenlere iletilmek istenen mesaj, vatan, millet, bayrak sevgisi ve bu sevginin insanları birleştirici özelliğidir. Bu özellik de zaten partinin ideolojisinde bulunan vatan, millet, bayrak sevgisiyle uyumludur. Genel olarak videoda bulunan parti bayrağı, miting görüntüleri ile parti liderinin görüntülerinin yoğunluğunun şematik açıdan klibin arka plan bilgisi olarak partinin ideolojik bağlamına oturtulduğu, bu bağlamda parti propagandasının yapıldığını net bir şekilde söylemek mümkündür. Anayasa değişikliği referandumu yapılması için Ak Parti'yi destekleyerek meclisten geçirilmesine destek veren MHP'nin bu desteği kampanya şarkısına ve klibine tam olara yansıtmadığı görülmektedir.

Bahçeli'nin yaşlı bir amcayla el sıkışması, miting alanında halkı sağ eli kalbine götürerek selamlamasıyla “sen benim kalbimdesin” aktarımı, şehitler anıtına karanfil bırakması, elinde güller sağ el açık havada gülümseyerek halka selam vermesi, halka karanfil atması, bir camide cemaat ile birlikte ellerini açarak dua etmesi, bir etkinlikte vatandaşın Bahçeli'nin elini öpmesi, bir ev ziyaretinde başı örtülü yaşlı bir kadınla elindeki bir dokümanı paylaştığı görüntüsünün sunulması halk tarafından sevilen, halkı ile iç içe bir lider imajı verilmek istenen mesajdır.

Partiye olan bağlılığın bayraklar, mitingler, toplantılar, el işareti vb. göstergelerle filmin genelinde yoğun bir şekilde işlendiği görülmekle birlikte Bahçeli'nin Alparsalan Türkeş'in mezarını suladığı anın görüntülerinin de yer alması partinin kurucusu ve ilk genel başkanına duyulan özlem ve vefa duygularının aktarımı olarak yorumlanabilir. Bahçeli'nin sulama esnasında kullanmış olduğu “bakır ibrik”, şarkının sözlerinde “Oğuz Kağan, Sultan Alparslan, Hayme Ana” gibi Osmanlı ve Türk soyundaki önemli kişilerin yer alması, parti tarafından Türk'ün geçmişine verilen önemi ortaya koymakta bu bağlamda da şematik açıdan partinin ideolojisi yansıtılmaktadır.

Şarkı sözlüdür ve vokal olarak hem kadın hem erkek tercih edilmiştir. Müzik türü olarak pop tarzında olsa da ritmik olarak bir marş izlenimi de vermekte olup halkın vatan ve bayrak sevgisini coşturucu bir etkiye sahiptir.

MHP'nin referandum şarkısının mikro yapısal analizi için şarkının sözleri aşağıda yer almaktadır;

“*Yeminim Var*”

Yeminler ettik vatan aşkına

Şehitler verdik toprak uğruna

Vurulmuşum senin al bayrağına

Yeminimiz var hem vatana hem Ata'ma hem de bayrağa

Üzüntüde kederde her zaman her yerde

Vatan sevgisi dermandır her derde

Vatanını satandan hesabı sorulacak

Yeminimiz var hem vatana hem Ata'ma hem de bayrağa

Oğuz Kağan'dan Sultan Alparslan'a

Ocağımızı tütüren Hayme Ana'ya

Dünyaları verseler de değişmem sana

Yeminimiz var hem vatana hem Ata'ma hem de bayrağa

Üzüntüde kederde her zaman her yerde

Vatan sevgisi dermandır her derde

Vatanını satandan hesabı sorulacak

Yeminimiz var hem vatana hem Ata'ma hem de bayrağa

Şarkı sözleri sentaktik açıdan analiz edildiğinde, özgün bir çalışma olan MHP'nin referandum şarkının ismi olan “yeminim var” etken yapıda olup 1. tekil şahısın ağzından söylenmiştir. Şarkının devamı olan sözlerde ise 1. çoğul şahıs ve 1. tekil şahıs birlikte kullanılmıştır. Burada çoğul kullanımlarla “birlik” duygusu uyandırılmak istenmektedir. Cümle yapıları etken bir şekilde oluşturulmuşken “vatanını satandan hesabı sorulacak” cümlesinde ise edilgen yapı kullanılmıştır. Edilgen yapıdaki cümlelerin kullanımı kişilerde merak uyandırmaktadır. Burada da “hesabı kimin

soracağı” merak uyandırmakta böylelikle de dikkat çekici bir hal almaktadır. Cümleler genel kısa ve basit yapıda kurulmuştur.

Lexical açıdan, “vatan, toprak, al bayrak, Atam, Oğuz Kağan, Sultan Alparslan, Hayme Ana” gibi kelime seçimlerinde partinin ideolojisi olan milliyetçilik, Türk-İslam sentezi açık bir şekilde görülmektedir. Vatan aşkı için edilen yemin, toprak için verilen şehitler, bayrağa duyulan sevgi, Atatürk ve Türklüğün geçmişine bağlılık gibi vatan ve birliktelik sözleriyle cümleler arasında bir uyum olduğunu söylemek mümkündür.

Retorik olarak anlamı güçlendirme özelliğine sahip olan söz sanatlarından faydalanma MHP’nin şarkısında da görülmektedir. Ak Parti’nin şarkısında olduğu gibi burada da ocak kelimesi sözcüğünün kullanımında mecaz-ı mürsel (ad aktarması) söz sanatından faydalanılmıştır. Ocağın tütmesi, ülkenin bir yuva gibi görülüp o yuvanın devamının Osmanlı Devleti’nin kurucusu Osman Gazi’nin ninesi olan Hayme Ana tarafından sağlandığı anlamında kullanılarak verilmek istenen vatan sevgisi mesajı güçlendirilmiştir. Yine “dünyaları verseler” sözünde de mübalağa (abartma) söz sanatından faydalanarak vatan, bayrak sevgisinin ne vadedilirse edilsin hiçbir şey ile değiştirilemeyecek bir sevgi olduğu aktarılmak istenendir. Kelimeler arasındaki bölgesel uyum olarak, vatan sevgisi ve ülkenin birliğini vurgulayan her sözcük sonrasında gelen, “yeminimiz var hem vatana hem Ata’ma hem de bayrağa nakaratıyla tekrarlanarak desteklenmiştir.

Klibin sonunda kurguyu yapan kişinin adı ve yönetmenin adının yer aldığı ekran belirmektedir. Ak Parti ve CHP’nin aksine herhangi bir slogan ya da görsel kullanılmamasıyla referandum kampanyasına dair herhangi bir mesaj filmin sonunda da görülmemiştir.

#### 3.5.4. “Hayır Diyelim Kazanalım” (HDP)

Referandum kampanyası için hayır yönünde kampanya çalışması yürüten HDP, İzmir, Diyarbakır ve İstanbul’da eş zamanlı olarak düzenlenen tanıtım toplantılarıyla kampanya şarkılarını seçmene sunmuştur. Şarkının klibi, hareketli görüntü yerine fotoğrafların kolajından oluşan bir biçimde oluşturulmuştur. Klibin süresi 1 dakika 1 saniyedir.

**Tablo 4:** HDP Referandum Müziği’nin Kategorisel Analizi

Kategoriler	Tanımlamalar
Kıyafetin sunumu	Yöresel, etnik, modern, işçi kıyafetleri, baret, şapka, baş örtü -leçek, kıtan, çefi-, kasket
El-kol hareketleri	İşçi ellerinin birleşimi, eller, iki el yumruk şeklinde havada, alkış, sarılma, zafer işareti, kol kola halay çekme
Enstrüman tercihi	Üflemeli, vurmali ve telli çalgılar
Orijinalliği	Orijinal
Müzik türü	Pop (ritmik olarak marş ve etnik müzik tınısı)
Kullanılan vokal	Kadın
Söz ögesi kullanımı	Sözlü
Hedef kitle	Ezilmiş, dışlanmış, ayrımcılığa maruz kalmış kitle, C2, D, E sosyo-ekonomik statü

URL: <https://www.youtube.com/watch?v=tHZ-5gggr5M>

HDP’nin referandum şarkısının makro yapısal analizinde tematik açıdan incelendiğinde, görünen ve anlatılmak istenen arasında bir uyum olduğu görülmektedir. Klibin genelinde şarkının sözleriyle ve partinin ideolojisiyle bağlantılı olarak “hak, adalet, eşitlik, özgürlük, etnik köken, kültürel değerler” gibi kavramlar üzerinde yoğunlaşmıştır. Şarkının klibinde yer alan görüntüler, şarkının ritmi ve sözleriyle uyumlu olarak çok hızlı bir şekilde akmaktadır. Bu bakımdan referandum için hayır kampanyası yürüten HDP hızlı bir şekilde söylenen sözlerle “hayır” sözcüğünü birçok kez kullanarak hayır yönünde bir algının oluşmasına sağlayabilme açısından başarılı olabilecek bir strateji uygulamıştır. Tematik açıdan şarkının isminin de Ak Parti ve CHP’nin şarkılarında olduğu gibi kampanyanın içeriği ile uyumlu olarak seçildiği görülmektedir.

Şematik açıdan analizde, görüntülerde yer alan ezilmiş, dışlanmış, ayrımcılığa maruz kalmış insanların sunulmasıyla HDP'nin ideolojisi olan parti tüzüğünde de yer alan "...tüm ezilenlerin ve sömürülenlerin, dışlanan ve yok sayılan bütün halkların..." ifadesiyle uyumlu bir şekilde aktarılmış, bu anlamda partinin ideolojisinin kampanya şarkısına yansıdığı görülmektedir. Şarkının klipi Türkiye'nin kültürel anlamda öne çıkmış yerlerinden olan Gaziantep'te bulunan Zeugma Antik Kenti ile başlayıp ardından UNESCO Dünya Kültür Miras Listesi'nde yer alan Nemrut Dağı'nın görüntüsüyle devam etmektedir. Ardından bir dağın eteğinde bulunan kırsal bir yerleşim yerinde başında kasketi elinde saz çalan bir amcanın görüntüsü ile eş zamanlı olarak şarkının enstrümanlarından biri olan telli çalgının sesi duyulmaktadır. Klibin devamı Türkiye'nin çeşitli yerlerinden mekanlar ve insan manzaralarıyla devam etmektedir. Mekanlar için daha çok etnik kimliği yansıtan, kırsal, ekonomik geliri düşük olan insanların yaşadığı yerler tercih edilmiştir. İnsanların seçiminde de yine aynı şekilde kıyafetlerinin sunumu ve yaşadıkları mekanlardan sosyo-ekonomik seviyesi düşük olan sosyal sınıfın yansıtıldığı görülmektedir. Bütün bunlarla birlikte yine ekranda hızlı bir şekilde akan toplumsal hareketlerin görüntüleri ile klibin genelinde vurgulanmak istenen "dışlanmışlık" kavramına gönderme yapılmaktadır.

Klibin görüntüleri şematik açıdan ele alındığında, "hayır seveceğim" sözleriyle eş zamanlı olarak ayçiçeği görüntüsü belirmektedir. Saf düşünceleri ifade eden, güneşe dönük bir şekilde durmasıyla hayranlık uyandıran ayçiçeği görüntüsüyle "aydınlık gelecek", "umut", "saf sevgi" gibi kavramlara gönderme yapılarak ayırım yapılmadan, karşılık beklemeden herkesin eşit sevildiği arka plan bilgisi olarak sunulmaktadır. Ak Parti ve CHP'nin kampanya klibinde olduğu gibi HDP de asaleti, cesareti simgeleyen atın ve özgür bir şekilde koşmasını filme yansıtmıştır. Atın üzerinde yer alan erkek çocuğu ve aynı anda sözlerdeki "koşacağım" ile eş zamanlı olarak sunulmuş çocukların özgür gelecekleri için durmadan koşacağı ve gök yüzüne bırakılan güvercinler ile özgürlük kavramına vurgu araldan bilgisi olarak sunulmuştur.

Ayaklarında ayakkabı olmadan özgür bir şekilde çimler üzerinde halay çeken insanlar, toplumsal bir eylem sırasında halay çeken insanların görüntüsüyle ayrımcılık yapılmadan bütün insanların birlikte olduğu vurgusu yapılmaktadır. "Hayır güleceğim" sözlerine eşlik eden görüntüler ise şu şekildedir; başında daha çok Şanlıurfa ve civarında kullanılan "çefi" adı verilen lila ve mavi rengi arasında olan örtü bulunan bir kadının gülerken çekilmiş bir fotoğrafı, arkasından yaşlı bir kadın başında daha çok Mardin'de kullanılan "kıtan" adı verilen büyük beyaz örtü üzerine bağlanan renkli "hürbiy" adı verilen ve genellikle yaşlı kadınların kullandığı bir aksesuar ile sunulan, gülen ve torunu olduğu düşünülen bir bebek ile görüntüsü. Aynı zamanda klipte, romanlar, işçiler, çiftçiler, vb. belirli bir sınıfa ait olan insanların görüntüleri yer almaktadır. Bütün bu detaylar HDP'nin ideolojisindeki ayrımcılığı dışlayan birlikteliği vurgulayan düşünce ile uyumlu bir şekilde sunulmuştur.

Tekerlekli sandalyede gülerken resmedilmiş bir gencin arka planında güvercinlerin uçtuğu görülmekte bu da her insanın özel durumunun ayrı yarı düşünüldüğü, yürüyemese bile "hayır" oyu ile arkadaki kuşlar gibi özgür bir şekilde yaşayacağı arka plan bilgisi olarak sunulmuştur. Hayır susmayacağım, sözleriyle arka planda flu bir şekilde kameraların yer aldığı ön planda net bir şekilde birçok mikrofonun bir arada olduğu görüntü, "soracağım" sözü sırasında toplumsal bir eylemde güvenlik güçlerinin önünde elinde bir kağıtta eylemlerin birinde ölen bir çocuğun adının ve resminin yer aldığı bir kadının bağırmasının görüntüsü ile susulmayacağı şematik bağlamda gösterilmek istenen şeydir. "Vicdan ve adalet" sözlerine yine toplumsal hareketlerin görüntüleri, işçilerin zor çalışma koşulları - çalışan işçi ellerinin de betimlemesiyle-, "kardeşlik" sözüne cami, klise, Hz. Ali'nin posterini elinde bulunan kadınlar, inancından dolayı mum yakan insan görüntüleriyle sosyo-ekonomik statü ve dini olarak herhangi bir ayrımcılığın yapılmadığı araldan bilgisi olarak partinin ideolojisi bağlamına oturtulmuştur.

Klipte belirli bir dönem kapatılan Twitter sembolü olan kuşun karikatürize edildiği bir görüntü, 3 yumruk, yumruğun içinde, cep telefonu, mikrofon ve kalem bulunan sosyal medya kullanmanın, konuşmanın, yazmanın özgürlüğünü betimleyen bir görsel, İstiklal Caddesi ve başka bir yerde sosyal medyanın özgür olması gerektiği ile ilgili eylem yapan insanların görüntüleri ile "özgürlük" kavramına gönderme yapılmaktadır.

Partinin sembolü olan zafer işaretini yapan, halay çeken, sarılan insanlar aynı sofraya oturmuş aynı tabaktan yemek yiyen, oyun oynayan yaşlı insanlar, birlik, beraberlik, kardeşlik duygularını ön plana çıkarmak için sıklıkla kullanılmıştır. Ak Parti ve CHP'den farklı olarak görüntülerde meslek

gruplarından ziyade daha çok kendi toprağında çalışan insanlar ile çok zor şartlar altında çalışan maden işçileri üzerinde durulmuştur.

Klip HDP'nin yürütmüş olduğu kampanyanın sloganı olan “hayır hepimiz kazanalım” sloganı sonrasında arkada beliren zıplayan çocuk görüntüleri ve kuş sesleriyle “hayır” yönünde verilecek oyun çocukların mutluluğu, geleceği ve özgürlüğü için gerekli olduğu, verilmek istenen mesajdır.

HDP'nin kampanya şarkısı, kadın vokalin seslendirdiği, telli, üfleli, vürmalı çalgıların yoğun kullanımıyla etnik müziği çağrıştıran aynı zamanda bir marş gibi hareketli olan orijinal bir şarkıdır. Şarkının sözleri ve klipinde yer alan görüntülerle dışlanan, ezilen halkın yoğun kullanımın yanı sıra modern insanların da yer aldığı birleştirici bir tutum görülmektedir. Şarkı incelenen diğer partilerin şarkılarından daha kısa sürmesine rağmen verilmek istenen mesaj net bir şekilde aktarılmıştır.

HDP'nin referandum şarkısının mikro yapısal analizi için şarkının sözleri aşağıda yer almaktadır;

“*Hayır Diyelim Kazanalım*”

Hayır seveceğim, koşacağım, gezeceğim

Hayır güleceğim, şarkı söyleyeceğim

Hayır susmayacağım, söyleyeceğim, soracağım

Hayır herkesin vicdanı olacağım

Hayır diyelim adaleti kazanalım

Hayır diyelim kardeşliği kazanalım

Hayır diyelim geleceği kazanalım

Hayır diyelim hepimiz kazanalım

Hayır yılmayacağım, korkmayacağım, durmayacağım

Hayır yarınlarda ben de olacağım

Hayır, hayır diyeceğim sandığa gideceğim

Hayır direneceğim boyun eğmeyeceğim

Hayır diyelim adaleti kazanalım

Hayır diyelim kardeşliği kazanalım

Hayır diyelim geleceği kazanalım

Hayır diyelim hepimiz kazanalım

Şarkının ismine bakıldığında tematik açıdan savunulan görüşün başlığa taşındığı ve içerikle uyumlu olduğu görülmektedir. Sentaktik açıdan sözler, kısa, basit ve cümleler etken yapıda kurulmuştur. Referandumda hayır yönünde oy kullanılması için kampanya yürüten HDP'nin şarkıda 17 kere bu sözcüğü kullanması ve görüntülerde arada çıkan hayır yazılılarıyla da desteklemesi seçmeni etkileme açısından doğru bir strateji olarak değerlendirilebilir.

Cümlelerin oluşturulmasında 1. tekil şahıs kullanımı daha çok karşı duruşlar için tercih edilirken, 1. çoğul şahıs kullanımı da birlik ve beraberliği aktarmak için kullanılmıştır.

Lexical açıdan, “vicdan, adalet, kardeşlik, boyun eğmeyeceğim, susmayacağım, söyleyeceğim, soracağım, yılmayacağım, korkmayacağım, direneceğim, kardeşlik” sözcükleri partinin ideolojisi olan ayrımcılığa karşı duruş, eşitlik ve beraberlik kavramlarıyla aynı doğrultuda seçilmiştir.

Hızlı bir şekilde akan görüntülerin arasında belirli aralıklarla büyük puntolarla yazılan “hayır” “hepimiz”, “kazanalım” sözcükleriyle partinin kampanya sloganı olan “hayır hepimiz kazanalım” pekiştirilerek akılda kalıcılığı sağlanmak istenmektedir. Sözler ve görüntüler birleştirilerek şarkının sözlerinin retorisi güçlendirilmektedir. Şarkıda her cümlenin başında kullanılan hayır sözcüğüyle de içeriğin retorisi güçlendirilmiştir. Mikro yapısal analizinde kelime seçimi açısından ana başlıkta mecaz-ı mürsel (ad aktarması) söz sanatından faydalanılmıştır. Sandığa gideceğim sözündeki “sandık” “oy verme”ye gitmek eylemi yerine kullanılmıştır.

Klibin genelinde partinin ismi, logosu vb. hiçbir öge bulunmamakla birlikte görüntülerin arasında çıkan “hayır, birlikte, kazanalım” sözcükleri ile klibin sonundaki “hayır hepimiz kazanalım”

sloganındaki renkler partinin logosunda yer alan kırmızı, yeşil, mor, sarı ve beyaz renklerinden oluşmaktadır. Bu açıdan partinin seçmene subliminal bir mesaj verdiğini söylemek mümkündür.

#### 4. SONUÇ

Siyasal kampanya çalışmaları için kullanılan araçlar çok çeşitli olup bunlardan bir tanesi de seçim şarkılarıdır. Müziğin insanlar üzerindeki duyguları harekete geçirici etkisinden hareketle de bu çalışmada, 2017 referandumu için Ak Parti, CHP, MHP ve HDP'nin seçin şarkıları analiz edilmiştir.

Kampanya şarkıları için Ak Parti, MHP ve HDP orijinal bir şarkı hazırlamış, CHP ise daha önceden toplum tarafından bilinen ve sevilen bir şarkının olumlu yönünden faydalanarak Emel Sayın'ın seslendirdiği "Mavi Boncuk" şarkısına kampanyanın amacına uygun olarak yeni sözler yazılması yolunu tercih etmiştir. Toplum tarafından sevilen bir şarkının kullanılması, tutundurma faaliyetlerinin ilk aşaması olan dikkat çekebilmek adına yapılmış stratejik bir hamle olarak değerlendirilebilir.

Şarkı sözleri ve kliplerin makro analiz çerçevesinde tematik ve şematik çözümlenmelerinde, her üç (Ak Parti, CHP, HDP) şarkıda benzer özelliklerin yansıtıldığı görülmektedir. Her üçünde de şarkı sözleri ile eş zamanlı olarak sözleri destekleyen görüntüler yer almıştır. MHP şarkı için özel bir klip hazırlamadığından dolayı bu özelliği tam olarak kullanamamıştır. Yine bir başka uyum noktası da gösterilenin arka plan bilgisinde sunulmak istenen partinin ideolojisinin içeriğe yansımış olarak verilmesidir. Bu özelliğin de yine daha çok parti propagandası çerçevesinde hazırlanmış olan MHP'nin klibinde çok yoğun bir şekilde işlendiği görülmüştür.

Enstrüman kullanımı olarak bütün şarkılarda yoğun bir şekilde vurmalı ve telli müzik aletlerinin öne çıktığı görülmüştür. HDP'nin klibinde, telli çalgılardan olan bağlamanın sesi şarkının hemen girişinde yoğun bir şekilde kullanılmış olup kırsal bir alanda elinde bağlamasını çalan yaşça büyük bir insan görüntüsüyle bağlama sesi güçlendirilmiştir. Bağlama kırsal alanlarda, sosyal statü olarak daha düşük seviyelerde olan insanlar tarafından kullanılmaktadır. Bu anlamda partinin ideolojisi, kampanyanın mesajı, şarkının sözleri bu kullanımla birlikte öne çıkarılarak desteklenmiştir. Müziğin ritmi olarak, MHP ve HDP şarkıları daha hızlı, ritmik olarak marş ezgileri taşıdığı için seçimde istek uyandırma ve harekete geçirici özellikler bağlamında öne çıkarılan bir detay olarak görülmüştür.

Seçim müzikleri genellikle milli ve dini duyguları barından özelliklere sahiptir. Bu teorik bilgi çerçevesinde analizi yapılan dört partinin kampanya şarkıları ve kliplerinde "birlik, beraberlik, gelecek" kavramlarının yoğun bir şekilde işlendiği ve görüntülerle desteklendiği görülmüştür. Aynı zamanda cami, ibadethane, Kuran-ı Kerim, duaya açılan eller vb. dini öğeler de dört klipte yoğun olarak kullanılan ortak özelliklerdendir. Kıyafetlerin sunumu olarak, bütün kliplerde halk kıyafetleri, kasket, baş örtü gibi öğeler kullanılmıştır. Ancak partiler ideolojileri ile uyumlu olarak, HDP, bütün giyim tarzlarını barındırmış ama etnik kıyafet ve yerel örtü kullanımına ağırlık vermiş, CHP spor, modern, yöresel, dini vb. şekilde daha orantılı bir kıyafet sunumu yapmış, MHP ve Ak Parti ise daha çok yöresel ve muhafazakar tarza ağırlık vermiştir. Her dört şarkı klibinde de sosyo-ekonomik statü olarak alt gruptaki insanların görüntülerine ağırlık verilmiş, ülkenin farklı şehirlerinden görüntülerle ise kapsayıcı bir yaklaşım sergilenmiştir.

Kampanya şarkısı analiz edilen her dört partinin de kliplerinde çocukların görüntülerini yoğun bir şekilde kullandığı görülmüştür. Burada çocukların aydınlık bir geleceğe sahip olması için yürüttükleri kampanya doğrultusunda oy kullanılması gerektiği ardaan bilgisi olarak kampanya amacı bağlamına oturtulmuştur. Yine aynı şekilde kampanya için orijinal bir klip hazırlamayan MHP dışında Ak Parti, CHP ve HDP'nin kliplerinde at figürünü kullanarak "asalet, cesaret ve özgürlük" gibi kavramlara gönderme yapmışlardır. Ak Parti atları, üzerlerinde kimse olmadan sunarken daha çok partinin asaleti ve gücüne gönderme yapmış, CHP atın üzerinde bir yetişkini kullanarak insanların geleceğinin özgürlüğüne, HDP ise bir çocuğu kullanarak genel anlamda çocukların aydınlık bir geleceği için kendi yürüttükleri kampanya lehine oy kullanılmasını düşündürmek istemiştir.

Söylem analizi yöntemiyle incelenen şarkıların mikro yapısal analizinde birbirleriyle benzer bulgular ortaya çıkmıştır; Mas vd.'nin belirtmiş olduğu gibi, seçim kampanyalarında müziğin kullanımının yoğun olduğu Amerika'da Trump'ın müzik kodunun doğrudan ve basit olmasıyla benzer şekilde her dört partinin şarkı sözleri de mikro analiz çerçevesinde sentaktik açıdan basit, etken ve kısa olarak sunulmuştur. Bu anlamda seçmenin şarkı sözlerini algılaması ve akılda kalması kolay olmaktadır. Kelime seçiminde, bütün partilerin şarkılarında ideolojilerini yansıtan sözcükler yer almış, sözcükler

arasında görüntülerle bağlantılı olarak uyum görülmüştür. Şarkılarda verilmek istenen mesajlar nakaratlarla, içerikler de söz sanatlarıyla desteklenerek anlam retorik olarak güçlendirilmiştir.

Ak Parti sloganına “Gücümüz Millet Kararımız Evet” sözlerinin taşıyıp gücün birlik ve beraberlik ve evet oyuyla sağlanacağı vurgusu yapmaktadır. CHP ise “Geleceğim İçin Hayır” sloganı ile gelecek günlerin aydınlığı ve huzuru için hayır oyunun kullanılması gerekliliğine vurgu yapmaktadır. HDP ise “Hayır Hepimiz Kazanalım” sloganı ile sandıktan çıkacak hayır oyu ile ülkede yaşayan herkesin kazanımı olacağı vurgusu yapılmaktadır. MHP’nin ise şarkısı ve klibine herhangi bir kampanya sloganı yansıtmadığı görülmüştür.

Şarkının isimlerinin analizinde Ak Parti, CHP ve HDP’nin yürüttükleri kampanyalarına uygun olarak “hayır” ve “evet” sözcüklerini başlığa taşıdıkları, MHP’nin ise “evet” sözcüğünü taşımadığı görülmektedir. Bu bakımdan yürütülen kampanya ve şarkı ismi arasında kurulan bağ açısından olumlu bir durum söz konusuysen MHP için bu durumdan söz edilememektedir. Bütün partilerin ideolojilerinin referandum kampanyası için yapılmış olan şarkı sözleri ve şarkının klibindeki görüntülere yansıdığı görülmektedir; Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan’ın sağ elini kalbine götürerek halkı selamlama tarzı, CHP Genel Başkanı’nın eli havada halkı selamlama şekli, HDP ve MHP’nin partinin sembolü olan el işaretlerinin görüntülerde kullanılması. Bütün bu bulgular neticesinde, araştırmanın varsayımı desteklenerek, anayasa değişikliği oylaması için ister “evet” isterse de “hayır” kampanyası yürütülsün hiçbir partinin seçim müzikleri ve kliplerinde tam olarak parti ideolojisinden bağımsız bir şekilde tarafsız ve şeffaf olamadığı görülmüştür.

## KAYNAKÇA

- Akbay, L. (2021). Bilimsel Araştırma Yöntemleri. [https://abs.mehmetakif.edu.tr/upload/1440\\_2418\\_dosya.pptx](https://abs.mehmetakif.edu.tr/upload/1440_2418_dosya.pptx)
- Altincik, H. (2020). *Halkla ilişkiler perspektifinden medya ve yerel yönetim ilişkisi*. İstanbul: Kriter Yayınevi.
- Aziz, A. (2007). *Siyasal iletişim*. İstanbul: Nobel Yayın Dağıtım.
- Budak, E. (2018). Siyasal iletişimde propaganda aracı olarak seçim müzikleri: 24 Haziran 2018 seçimleri örneği. *Siyaset, Ekonomi ve Yönetim Araştırmaları Dergisi*, 6(5), 31-45.
- Chicksand, L. and Carrigan, M. (2006). Segmenting voters online: the youth vote. *Journal of Public Affairs*, 6, 269-282.
- Çobanoğlu, Ş. (2007). *Susunluk sarmalı ve siyasal iletişim*. İstanbul: Fide Yayınları.
- Güngör, B. (2020). Söylem yaklaşımı üzerine bir kavram çalışması ve eleştirel söylem analizi. *Kritik İletişim Çalışmaları Dergisi*, 2(2), 1-12.
- Kalender, A. (2005). *Siyasal iletişim. seçmenler ve ikna stratejileri*. Konya: Çizgi Kitabevi.
- Karaduman, S. (2017). Eleştirel söylem çözümlemesinin eleştirel haber araştırmalarına katkısı ve sunduğu perspektif. *Maltepe Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 4(2) 31-46.
- Kıral, B. (2020). Nitel bir veri analizi yöntemi olarak doküman analizi. *Siirt Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 15, 170-189.
- Labuschagne, A. (2003). Qualitative research: airy fairy or fundamental?. *The Qualitative Report*, 8(1), 98-103.
- Mas, L., Collell, M.-R., and Xifra, J. (2017). The sound of music or the history of Trump and Clinton family singers: Music branding as communication strategy in 2016 presidential campaign. *American Behavioral Scientist*, 61(6), 584-599.
- Miles, M. B. and Huberman, A. M. (1994). *Qualitative data analysis: an expanded sourcebook*. (Second Edition), California : SAGE Publications.
- Perlovsky, L. (2010). Music. cognitive function, origin, and evolution of musical emotions. *Physics of Life Reviews*, 7(1), 2-27.
- Saruhan, Ş. C. ve Özdemirci, A. (2011). *Bilim, felsefe ve metodoloji*. İstanbul: Beta Yayıncılık.
- Schacter, S. (2011). The barracuda lacuna: music, political campaigns, and the first amendment. *Georgetown Law Journal*, 99, 571-604.



- Schoening, B. S. and Kasper, E. T. (2012). *Don't stop thinking about the music: the politics of songs and musicians in presidential campaigns*. Lanham, Md: Lexington Books.
- Tanyıldızı, N. İ. (2012). Siyasal iletişimde müzik kullanımı: 2011 genel seçim şarkılarının seçmene etkisi. *Selçuk İletişim*, 7(2), 97-110.
- Taylan, Ö. (2021). 1946 genel seçimlerinin demokrasi bağlamında değerlendirilmesi. *Sosyal Bilimler Akademi Dergisi*, 4,(1), 62-74.
- Trainor, L. (2010). The emotional origins of music. *Physics of Life Reviews*, 7, 44-45.
- Uztuğ, F. (2004). *Siyasal iletişim yönetimi, siyasette marka yaratmak*. İstanbul: MediaCat Kitapları.
- Van Dijk, T. A. (1988). *News as discourse*. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates, Inc., Publishers.
- Van Dijk, T. A. (1991). *Media contents the interdisciplinary study of news as discourse*. A Handbook of Qualitative Methodologies for Mass Communication Research. (Ed. Nicholas W. Jankowski & Klaus Bruhn Jensen), London: Routledge, 108-120.
- Yılmaz, R. A. ve Yaşar, İ. H. (2020). Sosyal medya kullanımının siyasal etkinlik, ilgi ve katılım üzerine etkisi. *Dicle Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 12(25), 195-207.
- Geçmiş seçim sonuçları. (2021). Sabah Seçim Haberleri. Erişim adresi: <https://www.sabah.com.tr/secim-sonuclari>
- 2017 Türkiye anayasa değişikliği referandumu. (2021). Vikipedi. Erişim adresi: [https://tr.wikipedia.org/wiki/2017\\_T%C3%BCrkiye\\_anayasa\\_de%C4%9Fi%C5%9Fikli%C4%9Fi\\_referandumu#](https://tr.wikipedia.org/wiki/2017_T%C3%BCrkiye_anayasa_de%C4%9Fi%C5%9Fikli%C4%9Fi_referandumu#):
- Yeminim var. (2021). YouTube. Erişim adresi: [https://www.youtube.com/watch?v=TFk5BhawY\\_k&t=1s](https://www.youtube.com/watch?v=TFk5BhawY_k&t=1s)
- Evet ile güçlü Türkiye. (2021). YouTube. Erişim adresi: <https://www.youtube.com/watch?v=YpVkrGsuVAw>
- Gel kurtul bir hayırla. (2021). YouTube. Erişim adresi: <https://www.youtube.com/watch?v=Bd5K7jn59SE>
- Hayır diyelim kazanalım. (2021). YouTube. Erişim adresi: <https://www.youtube.com/watch?v=tHZ-5gggr5M>

## EXTENDED SUMMARY

### Purpose

Political campaigns are the election campaigns carried out by the political parties and leaders who are candidates for power during the election times to reach the voters and the propaganda activities carried out in the referendum campaigns held to consult the people on a certain issue.

Election songs are one of the important campaigning tools used in political campaign activities in order to reach people. Considering the deep influence of music on people, parties and candidates attach special importance to election songs in their campaign activities. Based on the fact that music is an important campaign tool in order to reach and mobilize the voters, in this study, the election songs in the referendum campaigns to be held to vote on the changes planned to be made on the 18 articles of the Constitution of the Republic of Turkey on April 16, 2017 were analyzed. The campaign songs of the Ak Party, CHP, MHP and HDP, which stand out with their campaigns for the referendum, were selected and analyzed. In this study, it is aimed to reveal the techniques and discourses that the parties convey to the voters by using music in their political campaign studies. In summary, the main purpose of this study is to reveal the profile of election songs.

Music used as a political campaign tool reflects the ideology of political parties during election periods. However, since referendums are voting for constitutional amendments or to get the opinion of the public on very important issues concerning the country, the theme of the campaign should be a transparent process that should not have any ideological emphasis. In this context, the study is important in terms of revealing what the message is intended to be conveyed through discourse analysis based on the assumption that “political parties have reflected their party ideologies in their election songs, which is one of the campaign tools they hold for the referendum where 18 articles foreseen to be amended in the constitution will be voted.”

### Methodology

The songs created for the referendum campaign, document analysis method by which a video hosting website YouTube collected necessary data following through, these data in light of form, content and technically analyzed by creating tables with categorical analysis method. Van Dijk’s discourse analysis method was used in the interpretation of the tables and analysis of the songs.

In order to present that the coding created for categorical analysis is neutral, Miles and Huberman’s reliability formula is used. In this study, the compatibility of the coding scale created by the coders with each other was 88.8%, and the research was deemed reliable.

### Findings

In the thematic and schematic analysis of the lyrics and clips within the framework of macro analysis, it is seen that similar features are reflected in all three songs (Ak Parti, CHP, HDP). All three featured images supporting the lyrics simultaneously with the lyrics.

Election music usually features national and religious feelings. In the campaign songs and clips of the four parties analyzed within the framework of this theoretical knowledge, it was observed that the concepts of “unity, togetherness, future” were intensely processed and supported by images. It was observed that the videos of all four parties whose campaign song was analyzed intensely used the images of the children. Here, in order for children to have a bright future, the need to vote in line with the campaign they are conducting is placed in the context of the campaign purpose as background information.

### Conclusion and Discussion

As an important result of the study, in the analysis of the song’s titles, it is seen that the Ak Parti, CHP and HDP put the words “no” and “yes” in the title in line with their campaigns, while the MHP does not carry the word “yes”. In this respect, there is a positive situation in terms of the connection established between the campaign and the title of the song, but this is not the case for MHP. It is seen that the ideologies of all parties are reflected in the lyrics of the referendum campaign and the images in the clip of the song; President Recep Tayyip Erdogan’s way of greeting the people by bringing his right hand to his heart, the way the CHP leader greets the people with his raised hand, the use of HDP and MHP’s hand gestures, which are the symbols of the party, in the images. As a result of all these findings, supporting the assumption of the research, it has been observed that no party can be impartial and transparent in the election music and videos, regardless of the party ideology, regardless of whether the “yes” or “no” campaign was conducted for the constitutional amendment voting.