

## 2017 ANAYASA DEĞİŞİKLİĞİ HALK OYLAMASI ÇERÇEVESİNDE ADALET VE KALKINMA PARTİSİ İLE CUMHURİYET HALK PARTİSİ REFERANDUM ŞARKILARI ÜZERİNE BİR SÖYLEM ANALİZİ

Zeynep Nihan BAKIR<sup>1</sup>

Gülten ADALI AYDIN<sup>2</sup>

Murat BİROL<sup>3</sup>

### ÖZ

Siyasal kampanya süreci içerisinde siyasal partiler medya ve teknolojinin sunduğu imkânlar doğrultusunda siyasi ideolojilerini kamuoyuna yansıtmaya çalışmakta ve bu ideolojilerini seçmenlere benimsetmek ve siyasi katılımlarını sağlamak amacı ile propaganda çalışmaları yapmaktadır. Günümüzde seçim öncesi oy potansiyelini artırmak ve parti imajını seçmenlere sunmak için kullanılan seçim müzikleri siyasal partilerin kampanyalarının önemli bir alt yapısını oluşturmaktadır. Bu çalışma kapsamında 2017 Anayasa değişikliği halk oylaması sürecinde iktidar partisi olarak AK Parti ve muhalefet partisi olarak CHP'nin halk oylaması kampanyalarında kullandıkları şarkılar söylem analizi yöntemi kullanılarak analiz edilmektedir. Halk oylaması için hazırlanan seçim şarkılarında toplumun mevcut siyasi, sosyolojik ve ekonomik yapısının göz önünde bulundurulduğu; seçim müziklerinin iktidar ve muhalefet partileri tarafından seçmene ulaşma noktasında hem dilsel hem de görsel mesajlarla desteklendiği görülmektedir. Çalışma sonucunda, AK Parti'nin halk oylaması kapsamında siyasi alt yapısını sunmak ve dini motifleri sıklıkla kullanmak yerine bütüncül bir imaj aktarımı tercih ettiği; CHP'nin seçim şarkısında dini ağırlıklı öğeleri siyasi tutumunun bir stratejisi ve parçası olarak kullandığı görülmektedir.

**Anahtar Kelimeler:** 2017 halk oylaması, siyasal iletişim, referandum şarkıları, söylem analizi.

### A DISCOURSE ANALYSIS ON REFERENDUM SONGS OF JUSTICE AND DEVELOPMENT PARTY AND REPUBLICAN PEOPLE'S PARTY WITHIN THE FRAME OF REFERENDUM OF CONSTITUTIONAL AMENDMENT IN 2017

### ABSTRACT

As part of their political campaigns, political parties are canvassing using multiple channels made available by media and technology in order to reach out to the voters and to communicate their political ideologies to the people. Commonly used as a way to improve the voter base and to communicate the image of the party to the voters, campaign songs make up an important background for the campaign of political parties.

<sup>1</sup> Doktora Öğrencisi, Akdeniz Üniversitesi, İletişim ABD., zeynepnihan.bakir@hotmail.com  
ORCID ID: 0000-0001-9989-2042

<sup>2</sup> Arş. Gör. Akdeniz Üniversitesi, Halkla İlişkiler ve Tanıtım ABD. gultenadali@akdeniz.edu.tr  
ORCID ID: 0000-0002-7068-4482

<sup>3</sup> Doktora Öğrencisi, Akdeniz Üniversitesi, İletişim ABD. muratbirol@akdeniz.edu.tr  
ORCID ID: 0000-0001-6559-9403

Through discourse analysis method, this study analyzed the campaign songs used by the Justice and Development Party (AK Party) as the government and Republican People's Party (CHP) as the opposition in their campaigns before the Turkish Constitutional Referendum, 2017. It is seen that present political, sociological and economic structure of the society have been taken into consideration in songs which were prepared for the referendum, and campaign songs are undergirded with lingual and visual messages by both ruling and opposition parties in order to reach out to voters. The results of this study showed that AK Party, instead of showcasing its political background and using religious motives, preferred to communicate a holistic image; while CHP preferred using religious elements as a part of its political stance and strategy in their campaign songs.

**Keywords:** Turkish constitutional referendum of 2017, political communication, referendum songs, discourse analysis.

## Giriş

Çalışmanın amacı, kamuoyu oluşum süreci içerisinde 2017 Anayasa değişikliği halk oylaması için, iktidarda bulunan AK Parti “Evet ile Güçlü Türkiye” ve ana muhalefet partisi olan CHP tarafından hazırlanan “Hayır Olur İnşallah” başlıklı resmi halk oylaması şarkılarını T. van Dijk’ın söylem analizi yöntemiyle incelemektir. Bu çalışma ile bir medya metni olarak halk oylaması şarkılarının analizi yapılarak halk oylaması sürecinin medyadaki yansımalarını ortaya koymak amaçlanmaktadır.

Çalışmanın ilk bölümünde, kamuoyu ve halk oylaması ilişkisinden söz edilmiştir. Halk oylaması toplumun istek ve düşünceleri doğrultusunda oluşan halkın iradesi ve egemenliğine dayanan demokratik bir yöntem ve süreci ifade etmektedir. Türkiye’de halk oylaması altı kez yapılmış olup, 2017 Anayasa Değişikliği çerçevesinde yapılan yedinci halk oylaması AK Parti ve CHP partileri arasındaki seçim öncesi siyasal kampanya ve bir rekabet süreci olarak medya genelinde kamuoyuna yansıtılmış olsa da bu halk oylaması hukuk boyutu, siyasal içeriği ve uygulaması açısından yapılacak olan düzenlemelere ilişkin olarak partiler üstü bir yapı biçiminde görülmektedir. Diğer yapılan halk oylamaları ile karşılaştırıldığında, iktidar ve muhalefet partileri ekseninde yer alan bir seçim süreci olmaksızın, Türkiye’yi bütün olarak kapsayan hukuksal düzenlemeleri içeren bir halk oylaması olup, Anayasa değişikliği paketinde yapılacak madde değişiklikleri ile ilgili uygulamaların kamuoyu ve medya genelinde açık bir şekilde bu sürecin yansıtılmış olması bunun açık bir işaretidir.

Çalışmanın ikinci bölümünde ise, bir söylem üretim biçimi olarak müziğin siyasal iletişim ile ilişkisinden söz edilmiştir. Burada, iktidar ve muhalefet partilerinin seçim dönemlerinde kullanmış oldukları şarkılara yönelik bir literatür taraması yapılmıştır. Her iki partinin de geçmişe dönük seçimlerde kullanmış oldukları şarkılar tarihsel arka planında verilerek partilerin şarkı profilleri ortaya konulmaya çalışılmıştır. CHP'nin pop şarkılardan uyarladığı müzik geleneğini 2017 seçimlerinde de sürdürerek müzik tarzını belirlediği görülmüştür. AK Parti'nin ise, geçmişinden bu yana kullandığı orta ritimli ve Anadolu motiflerini içerisinde barındıran şarkı geleneğini 2017 seçimlerinde de sürdürdüğü görülmüştür.

Çalışmanın üçüncü bölümünde çalışmada benimsenen yönteme ilişkin kısa bir literatür bilgisi sunulurken; çalışmanın dördüncü bölümünde ise bulgular kullanılan yöntemin doğasına uygun olarak makro ve mikro – sentaktik çözümleme, bölgesel uyum, sözcük seçimleri ve retorik alt başlıkları ile yapılar başlığı altında verilmiştir.

### 1. Kamuoyu ve Halk Oylaması İlişkisi

Toplumsal düzeyde bireyin kendi siyasi tercihleri ve görüşleri halkın bütünü açısından kamuoyu ve kamuoylarının oluşması şeklinde belirlemektedir. “Kamu” ve “oy” kavramlarından “kamuoyu” kavramı oluşmuş, hükümet makamları dışında bireylerin oluşturduğu grupları siyaset bilimciler kamu olarak değerlendirmiştir. Kamuoyu, Lippmann'a göre, kalıp yargılarımız aracılığı ile iletilirken, kamuoyunun görevini kamulaştırma olduğunu ifade eden Luhmann ise, bu işlevin çözümlenebilen belirli ilgi kuralları ekseninde oluştuğu görüşünü öne sürmektedir. Kamu, kamusal alan kavramlarını öne çıkaran Habermas ise kamuoyuna eleştirel açıdan değerlendiren düşünürler arasındadır (Tokgöz, 2008: 180-201).

Siyasal faaliyete katılma, demokratik sürecin bir parçası olarak kamuoyunun oluşumu çerçevesinde önemli bir eylem olarak nitelendirilebilir. Siyasal katılma, siyasal sistem karşısında vatandaşların davranışlarını, tutumlarını ve durumlarını belirleyen bir kavramdır (Kapani, 2005: 130-131). Seçmenler kendi ideolojilerine ve siyasi kanaatlerine göre seçim sandığında oy vermekte, siyasal kampanyalar ise seçim dönemi öncesi seçmenlerin siyasi tercihlerini etkileyebilmektedir. Ayrıca

siyasal kampanyalar, seçimler, halk oylaması gibi dönemler ise siyasal aktörlerin kamuoyu oluşturması açısından önem teşkil etmektedir.

Ülkenin siyasal ve yönetsel yapılarına bağlı olarak hükümeti, parlamentosu, bölgesel ve yerel yönetimleri kamuoyunu doğrudan ilgilendiren bazı konularda halkın kararına başvurmaktadırlar. Anayasanın önemli bir maddesinin değiştirilmesi, yeni bir anayasanın onaylanması, savaş ilanı durumu, yönetsel, yargısal ve yasal olarak herhangi bir konuda değişikliğin yapılması gibi konular bu duruma örnek olarak verilebilir (Aziz, 2011: 109). Demokrasi biçimleri, doğrudan demokrasi, temsili demokrasi ve yarı doğrudan demokrasi olarak yönetim modellerine göre sınıflandırılabilir. Temsili demokrasi biçiminde, toplum içindeki bireyler tarafından seçilen yöneticiler, istenildiği zaman denetlenmemekte ve kontrol edilmemektedir. Temsili demokrasi modeli yarı doğrudan demokrasi ile karşılaştırıldığında ise, yarı doğrudan demokrasi modelinde, halkın düşünceleri, istekleri ve eğilimlerinin belirlenmesi koşulu bazı hususlarda ve konularda yasal ve anayasal kurallar olarak ortaya konulmuştur. Halkın teklif hakkı, halk oylaması ve veto gibi yöntemler ile halkın eğilimleri istek ve düşünceleri belirlenmektedir. Yarı demokrasi modeli çerçevesinde yer alan halk oylaması halk tarafından belirlenen yöneticilerin çıkardığı yasaların ya da getirilen kurulların toplum tarafından benimsenip benimsenmediğine ilişkin halkın onayına başvurma yöntemidir (Öztekin, 2014: 87). Bu doğrultuda; bu demokrasi modelinde halk, egemenliğin kullanılmasına doğrudan doğruya, halk teşebbüsü, halk oylaması, halk vetosu ve temsilcilerin azli araçlarıyla katılmaktadır (Gözler, 2007: 120).

Halk oylamasını savunan bireyler, bu düşüncelerini Rousseau'nun "egemenliğin devredilmezliği" kuramına dayandırmaktadır (Gözler, 1988: 100). Toplum Sözleşmesi adlı eserinde egemenliğin halka ait olduğunu Rousseau şu sözlerle ifade etmektedir: "Halkın onamadığı hiçbir yasa geçerli değildir, yasa sayılmaz" (1999: 109). Bu anlamda halk egemenliğinde vatandaşlar kendi iradesini gerektiğinde direkt olarak açıklama yetisine sahiptir. Bununla birlikte, halk egemenliği doktrini halk oylaması ve plebisit gibi yöntemlerinin kullanılmasına imkân sağlamaktadır (Kapani, 2005: 74). Diğer bir deyişle halk oylaması, yapılacak değişiklik ve alınacak kararlarda halkın başat ve aktif bir konumda yer alarak son

sözü söylediği demokratik bir uygulama biçimidir (Artlan, 2011: 87). Halk oylaması konusu gereği sınıflandırılmaktadır. Buna göre, yeni bir anayasanın kabulüne ilişkin ya da var olan Anayasa’da değişiklik yapılması kurucu halk oylaması, bir kanun metnine yönelik kabul ya da iptal ise yasama halk oylamasını kapsamaktadır (Zenginkuzucu, 2013: 3).

Türkiye’de halk oylaması uygulaması sınırlı sayıda yapılmış olup, halk oylaması kavramı 1961 Anayasası ile Türk Hukuk sistemine girmiş ve bugüne değin altı kez halkoylaması yapılmıştır. 1961 Anayasası Halk oylaması Türkiye’de yapılan ilk halk oylaması olup, 27 Mayıs 1960 Askeri harekâtından sonra oluşturulan Milli Birlik Komitesi’nin onayı ile anayasa tasarısının halkın oyuna sunulması gerçekleştirilmiştir. 1961 Anayasası % 61,7 “evet” oyu ile kabul edilmiştir. İkinci halk oylaması 1982 Anayasası için yapılarak, %91. 37 “evet” oyu ile yeni Anayasa kabul edilmiştir (Aziz, 2011: 149). Türkiye’de yapılan üçüncü halk oylaması ise 12 Eylül döneminde eski parti liderlerine getirilen 5 ve 10 yıllık süreli siyasi yasakların kaldırılıp kaldırılmaması ile ilgilidir. Bu halk oylamasının en önemli özelliği, temel hak ve özgürlükler alanında yapılan bir halk oylaması niteliğini taşımasıdır. Halk oylamasının sonucunda “evet” oyları “hayır” oylarından %0,32 gibi az bir farkla yüksek çıkmıştır<sup>4</sup>.

Türkiye’de yapılan dördüncü halk oylaması ise 25 Eylül 1988’de yapılan Yerel Seçimler halk oylamasıdır. Yerel seçimlerin bir yıl erkene alınması amacı ile halk oylamasına gidilmiştir. Halk oylaması sonucunda bir ilk yaşanarak seçmenlerin oyu bu halk oylamasında %65 “hayır” ve % 35 “evet” ile sonuçlanmıştır (Durdular, Solak, Şencan, 2010: 128-135). Cumhurbaşkanlığı süresi ile ilgili olarak yapılan halk oylaması ise Türkiye’de yapılan beşinci halk oylamasıdır. Halk oylaması öncesi erkene alınan genel milletvekili seçimlerinde AK Parti oyların %47’sini alarak oyların çoğunluğu elde ederken, 21 Ekim 2007 tarihinde yapılan bu halk oylamasının neticesinde %68.95 gibi bir oranla “evet” oyu alınarak anayasadaki değişiklikler kabul edilmiştir. 12 Eylül 2010 tarihinde ise Anayasa’nın 35. maddesinde yapılan değişiklikler ile ilgili halk oylaması yapılmıştır. 1982 Anayasası

<sup>4</sup>Resmi Gazete,12 Eylül 1987,Sayı:19572 (Erişim Tarihi: 19.04.2017).

içerisinde yapılan düzenlemelerin içeriğinin bir bölümünü Avrupa Birliği uyum süreci ile ilgili değişiklik maddeleri oluşturmaktadır. Maddelerin diğer bir kısmı ise AK Parti hükümetinin bağımsız olan yargı erki ile ilgili problemlerin çözümü amacını kapsamaktadır. Türkiye’de altıncısı yapılan bu halk oylamasının sonucunda %58 “evet” oyu % 42 “hayır” oyu çıkmıştır. Diğer bir deyişle, 21.8 milyon seçmen “evet” oyu kullanırken, 15.8 milyon seçmen ise “hayır” oyunu kullanmıştır (Aziz, 2011: 151-153). 16 Nisan 2017 tarihinde yapılan Anayasa değişikliği ile ilgili halk oylaması ise yapılan yedinci halk oylamasıdır. Anayasal ve hukuk düzenlemelerini içeren bu halk oylaması Türkiye’de yapılan diğer halk oylamaları ile kıyaslandığında iktidar ve muhalefet partileri üstünde bir yapıda olduğu ifade edilebilir. “Evet” oylarının geçerli oylara oranının % 51.41, “Hayır” oylarının geçerli oylara oranının % 48.59 olduğu birleştirme tutanağı ile -Anayasa değişikliği halkoylaması sonuç tutanağı- tespit edilmiştir<sup>5</sup>.

## 2. Bir Siyasal İletişim Biçimi Olarak AK Parti ve CHP Seçim Müzikleri

Müzik insanların bedenlerini, kimliklerini nasıl düzenlediklerinden nasıl davrandıklarına, geçen zamanı nasıl deneyimlediklerinden, kendileri, başkaları ve karşılaştıkları durumlar hakkında ne hissettiklerine kadar pek çok şeyi etkileyebilir (DeNora, 2000: 16-17). Müzik yalnızca keyif alma, ilgi çekme vb. fonksiyonlarının dışında aynı zamanda süreç içerisinde bireylerin kendi konumunu değiştirme, kimliğini oluşturma ve hatta kimliğini yeniden oluşturma da düzenleme yöntemidir (Aytekin, 2012). Müzik insanları duygusal olarak etkilediği için, dini duyguların güçlenmesinde ve hastalıkların tedavisinde kullanılmıştır (Bayraktaroğlu, 2016).

Toplumlardaki demokratik işleyişin sağlanması ve sürdürülmesi adına siyasal partilerin seçmenleriyle sıkça iletişim içinde olması gerekmektedir. Siyasal partiler seçmenler ile diğer zamanlardan daha çok seçim zamanlarında iletişime geçmekte ve bilgi alışverişine gereksinim duymaktadırlar (Avcı, 2015: 202). Bu karşılıklı gereksinim, seçim kampanyaları sürecinde etkileşim içerisinde kitle iletişim araçlarına ve bunlarda kullanılan içerik ve tekniklere yansımaktadır. Seçim müzikleri de partilerin toplumda kendi propagandalarını yapmalarını sağlayan işitsel ve

<sup>5</sup> www.ysk.gov.tr (Erişim Tarihi:08.05.2017).

iletişimselliği etkin kılan araçlardır. Seçim müzikleri şarkıların üzerine yazılan içerikler ile mesajın alıcılara kolayca ve eğlenceli bir yoldan iletilmesini sağlar. Ayrıca müzik; reklam, tanıtım, uygulama ve propaganda aracı olarak eğlenceli bir sunum tarzını da oluşturmaktadır. Buna özellikle “2000’li yıllarda internetin yaygınlaşması sonucunda internet medyasının sunduğu geniş ağ teknolojisi de eklenince durum başka bir boyut kazanmıştır. İnternetin büyük bir hızla gelişmesi, mecliste grubu bulunmayan siyasi partiler ve sivil toplum örgütlerinin propaganda ve tanıtım yapmaları için yeni kanallar açmıştır (Durdular, Solak ve Şencan, 2010: 110)”. Böylelikle siyasal iletişim her geçen gün daha da yaygınlık kazanmıştır.

Siyasal iletişim, “farklı aktörler tarafından dile getirilen ve medya tarafından aktarılan siyasal söylemlerin üretimi ve değişimine ilişkin akla gelebilecek her şey”dir (Wolton, 1989: 51-52). Bunda başarılı olabilmek için de her siyasal görüş ve ideoloji, kendi tarzını ve duruşunu aktaracak yöntemi belirlemekte ve uygulamaktadır. Siyasal partiler de seçim dönemlerinde sloganlarını müzik yoluyla seçmenine aktarmaktadırlar. 2001’de kurulan AK Parti’nin, kurucularından Recep Tayyip Erdoğan ile 2002’nin en yüksek oya sahip partileri arasına girdiği (%34) görülmüştür. AK Parti ilk resmi parti şarkısı olan “Haydi Anadolu <sup>6</sup>”ile topluma seslenmiştir. Söz konusu şarkı, Anadolu motifli bir ezgiyi içerisinde barındırmakla partiyi de Anadolu partisi imajına sokmaktadır (Öztürk, 2014: 212-213). Anadolu motiflerine ise müzik türü olarak sıkça türkülerde rastlanılır. Çünkü “Anadolu insanı, türküyü yaşamının bir parçası gibi yaşar, derdini, öfkesini, isyanını, sevdasını türkü ile anlatır (Tekin, 2014: 159)”. Şarkının sözlerine bakıldığında da kafiyeli halk deyişlerinden hareketle türkülerini andıran bir içerik söz konusudur: “Çatık kara gözün, Namustur her sözün, Senin alın yüzün, Ak Ak Ak! Kalk doğrul tez elden, Ayrılma güzelden, Yardımcın ezelden, Hak Hak Hak!”.

Mustafa Kemal Atatürk önderliğinde kurulan CHP’nin reklam ve siyasal iletişim tekniklerine 2002 seçimleri sonrası (%19 oy sonucu ile ikinci parti olmuştur) önceki dönemlere göre daha özen gösterdiği söylenebilir (CHP Tüzük, 7: Madde 1). Bu da o dönemki Parti Genel Başkanı Deniz Baykal’ın, CHP ve kendi için gündemde popüler olan sanatçılara şarkılar hazırlatmasından ve yeni kampanyalar arayışına

<sup>6</sup>www.secim-sonuclari.com (Erişim Tarihi:11.04.2017)

girmesinden anlaşılmaktadır. Kenan Doğulu, sözü ve müziği kendisine ait ritmi hızlı “Güzeller İçinden”<sup>7</sup> şarkısını Baykal için “Adaylar içinden biz seni seçtik, oyları sana CHP’ye verdik” sözleriyle yeniden kurgulayarak tekrar seslendirmiştir. Baykal’ın popüler şarkı aramasındaki bu tutumu CHP’nin geçmiş kampanyalara ilişkin tutumuyla da denk düşmektedir. Örneğin, 1970’lerde Şenay’ın “Sev Kardeşim” ve “Hayat Bayram Olsa” gibi bilinen parçaları Bülent Ecevit liderliğindeki CHP’nin ilk seçimlerinde kullanılarak toplumda ilgi görmüştür (Meriç, 2007<sup>8</sup>). Ertuğrul Özkök de 2010 yılında kaleme aldığı bir köşe yazısında <sup>9</sup>, 1973 seçimlerinde kullanılan “Hayat Bayram Olsa” şarkısının kendine göre en başarılı seçim şarkılarının başında gelmekte olduğunu belirtmiştir. Nitekim 1973 seçimleri Meriç’e göre (2007), “Türkiye’de seçim müzikleri eksenli propagandaların başladığı yıl olarak kabul edilmektedir”. AK Parti ise, kurulduğundan bu yana Anadolu ezgileri ile kullandığı seçim müziklerinden oluşan imajı, 2004-2011 yıllarını kapsayan süreçteki seçimlerde de sürmüştür. AK Parti’nin yine Uğur Işılak tarafından seslendirilen “Her Şey Türkiye İçin” (2007) şarkısından sonra toplumun çeşitli kesimlerinden temsillerin görüldüğü, video klibi ile de ses getiren “Aynı Yoldan Geçmişiz Biz, Aynı Sudan İçmişiz Biz, Haydi Bir Daha” (2011) ve “Yeniden Türkiye’im, Daha Güçlü Yeniden”(2014) şarkıları bu kez yerini almıştır. AK Parti’nin seçim sürecinde seçtiği şarkıların nakarat (tekrar) kısımlarındaki “bir daha” ve “yeniden” vurguları partinin süreçteki on yıllık iktidarına göndermede bulunmaktadır. Öte yandan, 2007 genel seçimlerinde CHP’nin kullandığı şarkıların da çeşitlilik gösterdiği görülmektedir. Bunlar miting alanlarında sıkça duyulan “Şimdi CHP Zamanı”, “Güzel Günler Göreceğiz Çocuklar” ve CHP’nin sıklıkla kullandığı “10.Yıl Marşı” olmuştur (Öztürk, 2014: 214-215).

2009 yerel seçimlerinden sonra Kemal Kılıçdaroğlu’nun İstanbul Belediye Başkanlığına aday ve sonrasında CHP Genel Başkanı olması (2010) siyasal iletişim çerçevesinde CHP için önemli adımları oluşturur. 2011 seçimine gelindiğinde ise, Onur Akın’ın besteleyip sözlerini CHP adına yazdığı “Geliyor Kılıçdar,

<sup>7</sup>(“Demedi Deme” Albümü, 2003: 10. Parça)

<sup>8</sup>[http://www.radikal.com.tr/hayat/kendim\\_sectim\\_kendim\\_buldum-867424/](http://www.radikal.com.tr/hayat/kendim_sectim_kendim_buldum-867424/). (Erişim Tarihi: 16.04.2017)

<sup>9</sup><http://www.hurriyet.com.tr/en-basarili-secim-sarkisi-14838684>. (Erişim Tarihi: 16.04.2016)



Kılıçdaroğlu” şarkısının öne çıktığı görülür. Bu şarkının Türk popundan ayrılarak marşa dönüştüğünü söyleyen Özkök<sup>10</sup> “şarkının çok etkili ve akılda kalan bir marş olduğunu” da sözlerine eklemektedir. 2011 seçimlerinde oyların %26’sını alan CHP’nin, Akın’a ait olan ve mitinglerde kullandığı bir başka şarkısı da “Bir Islık da Sen Çal” parçasıdır. 2011’deki sloganını yineleyerek 2014’de “Haydi Şimdi Bir Daha” adlı başka bir şarkı ile rap müziğini kullanan AK Parti, yıl içinde değişikliğe giderek “Dombra” şarkısını kullanmıştır. Bu şarkının sözleri de “Göründüğü gibi olan, gücünü milletten alan Recep Tayyip Erdoğan” şeklinde sürmekte, şarkı özellikle seçim dönemlerinde sıkça kullanılmaktadır. CHP de Onur Akın’ın “Güldür Yüzümüzü (Bıktık Vallahi)” şarkısını kullanarak 2014 yerel seçimlerinde dikkat çekmiştir. 2015 genel seçimlerinde CHP, “Sarı Saçlım Mavi Gözlüm” ve “Yaşanacak Bir Türkiye” gibi şarkılarla meydanlarda yer alırken, AK Parti ise “Söyle Var mısın” ve “Haydi Bismillah” ile seçim çalışmalarını sürdürmüştür. Şarkıların isimleri, sözlerin içeriği, sloganların kullanılışı itibarıyla AK Parti “başlangıç, bugüne ait”, “şimdi” vurgusunu daha sık dile getirirken (Haydi Anadolu, Haydi Bir Daha, Haydi Şimdi Bir Daha), CHP “gelecek” vurgusunu, “yarın”ı, “umut”u (Yarınlar Bizim, Güzel Günler Göreceğiz, Yaşanacak Bir Türkiye, Güldür Yüzümüzü) ifadelerinde daha sık kullandığı görülmektedir.

### 3. Yöntem

T. van Dijk’in geliştirdiği ve iletişim çalışmalarında sıklıkla kullanılan söylem analizi yöntemi, temel olarak, kaynak kişi ve kurumların haber metnine nasıl girdiğini ve haber içeriğini nasıl biçimlendirdiğini ortaya koymayı amaçlamakla birlikte farklı medya metinlerine de uygulanabilmektedir (Aziz, 2015: 150-151). T. van Dijk, söylem ve iletişimin önemli bir ideolojik boyuta sahip olduğu fikrini savunurken şu ifadeleri kullanmaktadır: “Bazen söylenmemişin çözümlenmesi, metinde açıkça ifade edilenler üzerinde yapılan çalışmalardan daha açıklayıcı olmaktadır” (2002: 114). Bu ifadeden de anlaşılacağı üzere, kitle iletişim sürecindeki iletilerin çözümlenmesi aşamasında dilbilim, anlambilim ve söylem analizi arasında bir ilişkinin kurulduğunu ileri sürmektedir (Ergül, 2000: 85). Diğer bir ifadeyle, “Söylem, ideolojilerin yeniden üretilmesinde ve günlük ifadelerde vazgeçilmez bir

<sup>10</sup><http://www.hurriyet.com.tr/en-basarili-secim-sarkisi-14838684>. (Erişim Tarihi: 16.04.2016)

rol oynar” (van Dijk, 2003: 13). Söylem analizi aracılığıyla medya metinlerinin yapıları ve stratejileri ifşa edilir (Bulut ve Yaylagül, 2004: 126).

Söylem analizi, metnin anlamıyla ilgilenirken "metin ne hakkında ve ne söylemek istiyor?" sorusuna cevap aramaktadır. Bu sorunun cevabı ile metin içeriğinde gizli kalan yan anlamların da çözümlenmesi sağlanmaktadır. Medya metinlerinin, ideolojik boyutuyla birlikte anlaşılabilmesi için, toplumsal, kültürel, siyasal ve ekonomik bağlarıyla ele alınması gerekmektedir ve söylem analizi yöntemi bu noktada elverişli imkânlar sunmaktadır. Bu ilişkiler ağı içerisinde medya metinleri, yapılandırılmış bir toplumsal-kültürel söylem olarak ele alınmaktadır (Cangöz, 1999: 85).

Söylem analizi ile medya metinlerinde, toplumsal sistemdeki eşitsiz biçimde var olan güç/iktidar ilişkilerinin dil aracılığıyla nasıl yeniden üretildiği ortaya çıkarılmaya çalışılırken; aynı zamanda anlamın açığa vurulduğu bir okumadır. Söylemin ideolojilerin oluşumunda merkezi bir rol oynadığı ve toplumsal iktidarın söylem tarafından harekete geçirilerek yeniden üretildiği bu yöntem ile oluşturulan çalışmalarda bir ön kabuldür (Şendur ve Atabek, 2007: 155). Söylem analizinin iki temel unsuru olan makro ve mikro yapılar toplum içerisinde genellikle birbirine geçmiş durumdadır. Mikro düzeyde toplumsal aktörlerden ve toplumsal durumlar içerisinde onlar arasındaki toplumsal etkileşimden söz edilirken, makro düzey ise daha soyuttur. Makro düzeyde toplumsal aktör gruplarından, kurumlardan, örgütlerden, tüm devlet ve toplumlardan ve aralarındaki ilişkiler - iktidar ilişkileri gibi- ele alınmaktadır (van Dijk, 2003: 42).

### 3.1. Örneklem ve Sınırlılıklar

Araştırmada amaçlı örneklem esasına göre iktidarda bulunan AK Parti'nin ve ana muhalefet partisi olan CHP'nin resmi halk oylaması şarkıları –sırasıyla- “Evet ile Güçlü Türkiye<sup>11</sup>” ve “Hayır Olur İnşallah<sup>12</sup>” örneklem olarak alınmıştır. 2017 Anayasa Değişikliği halk oylamasına ilişkin sosyal medya kanallarında yayınlanan ve paylaşılan yüzlerce video arasından böyle bir sınırlamaya gidilmesinin ana nedeni, bu şarkıların partilerin resmi halk oylaması şarkıları olarak paylaşılması ve sosyal

<sup>11</sup><https://www.youtube.com/watch?v=7hzhdJbWqM> (Erişim Tarihi: 19.04.2017)

<sup>12</sup><https://www.youtube.com/watch?v=B5NgeRp9p2s> (Erişim Tarihi: 19.04.2017)

medyanın yanı sıra ulusal televizyonda reklam kuşaklarında sıklıkla yer almalarıdır. Halk oylaması şarkıları süre bazında değerlendirildiğinde ise her iki video klbin de 3 dakika sürdüğü görülmektedir; bu anlamda süre denkliği çalışmanın güvenilirliği açısından önem taşımaktadır. En yalın anlatımıyla amaçlı örneklem, örnekleme seçilen kişilerin ya da objelerin, araştırmacının objelerin amaçlarına en uygun yanıtı verebilecek birey ve objeler arasından seçilmesidir (Aziz, 2015: 55). Araştırmada bu doğrultuda seçilen halk oylaması şarkıları T. van Dijk'ın söylem analizi yöntemiyle incelemeye tabi tutulmuştur. Analiz, halk oylaması şarkılarının makro ve mikro özelliklerine odaklanılarak gerçekleştirilmiştir. Çalışmada makro yapılar başlığı altında siyasal ve toplumsal bağlam incelenirken; mikro yapılar başlığı altında ise sözcüklerin / cümlelerin yapısı, imalar / yan anlamlar, video boyunca arka planda akan görüntüler ve videolarda yer alan temsiller analize tabi tutulmuştur. “Toplumsal söylemi çözümlmek, toplumu çözümlmektir” (Oskay, 2003: 11) sözünden hareketle iktidar ile muhalefet arasındaki söylemler ve ideolojik mücadelenin halk oylaması şarkıları üzerinden çözümlenmesi çalışmanın ana eksenini oluşturmaktadır.

#### **4. 2017 Anayasa Değişikliği AK Parti ve CHP Halk Oylaması Şarkılarına Yönelik Söylem Analizi**

Ak Parti ve CHP'nin halk oylaması sürecindeki kampanya çalışmalarından biri olan seçim şarkıları, seçmenlerin bu dönemde siyasal katılımlarını etkilemek amacıyla çalışılmış ve partilerin imaj ve ideolojik aktarımı, kullanılan işitsel ve görsel temalar ile birlikte söylem analizi kapsamında değerlendirilmeye çalışılmıştır.

##### **4.1. AK Parti Halk Oylaması Şarkısı: “Evet ile Güçlü Türkiye” Makro Yapıları**

T. van Dijk'ın oluşturduğu söylem analizi kapsamında AK Parti'nin halk oylaması için hazırladığı şarkının makro yapıları: birleştirici öğeler ile birlikte güven ve istikrar, dini motifler, milli irade ve demokrasi kavramlarıdır. İmaj aktarımı “Tek Devlet, Tek Vatan, Tek Millet” sloganı üzerinde yoğunlaşmıştır. Videonun arka planı ise İstanbul başta olmak üzere Anadolu'nun çeşitli yerlerini oluşturmaktadır. Videonun genel temasını çalışan üreten insanların oluşturduğu gözlenmektedir. Öyle ki; sınıf ve cinsiyet ayrımı yapılmaksızın her kesimden çalışan üreten insan profili göz önünde bulundurulmuştur. Özellikle küçük esnaflar video boyunca ön planda yer

almıştır. Birliktelik ve gücünü halktan alma vurgusu Anadolu imgesi ile gösterilmiş; ekmek, toprak ve çiftçi görselleriyle bu duygu pekiştirilmiştir. Bayrak ögesi, şehitler ve gazilere yönelik duygu aktarımı geçmişin hatırlanması için birincil konumda yer alırken, farklı yörelerden çocukların oluşturduğu görseller ise aydınlık geleceğe işaret etmektedir. Türkiye’deki farklı kesimlerden insanı bir arada birlik ve beraberlik duygusu çerçevesi içindeki sosyal mesajı halk oylaması için AK Parti’nin seçmenlere dair iletmek istediği siyasal ve toplumsal mesajların temelini oluşturmaktadır. “Gücümüz millet, kararımız evet” sloganı AK Parti’nin seçmenlere yönelik genel retoriğini oluşturmaktadır.

#### 4.2. AK Parti Halk Oylaması Şarkısı: “Evet ile Güçlü Türkiye” Mikro Yapıları

Çalışmanın bu bölümünde AK Parti halk oylaması şarkısının mikro yapıları sentaktik çözümleme, bölgesel uyum, sözcük seçimleri ve retorik alt başlıkları altında ele alınmıştır.

##### 4.2.1. Sentaktik Çözümleme

AK Parti halk oylaması şarkı sözleri video klipte şu şekilde kullanılmaktadır:

Biz iriyiz diriyiz  
 Biz beraber kardeşiz  
 Hep birlikte verelim el ele  
 Olsun güçlü bir Türkiye  
 Hep birlikte verelim el ele,  
 Evet ile Güçlü Türkiye  
 Ekmeğim aşımsın 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

Metin incelendiğinde cümlelerin aktif yapı ile kurulduğu görülmektedir. Cümlelerde aktif yapının kullanılması ülkenin geleceğini tayin edecek bir tarihsel momentte bu değişimi sağlayacak gücün halkta olduğunu ima etmektedir. Böylelikle,

oy kullanan her vatandaşın ülkenin geleceğini, kaderini tayin etme noktasında önemli bir role sahip olduğu düşüncesi sentaktik yapıda kendini aktif cümleler ile göstermektedir. AK Parti'nin halk oylaması şarkısında cümlelerde birinci çoğul şahıs olan “biz” öznesinin kullanıldığı görülmektedir. Video boyunca şarkılarda yer alan “biz” sözcüğü bireyleri dil, din, ırk ayırt etmeksizin tüm toplumu kucaklayan bir özne olarak kullanılmış, söylemler ve görsellerde bu ayrıntı detaylandırılmıştır. Toplumun farklı kesimlerinden insanların bir arada “biz” olarak sunulduğu ve benzer beden dilini kullanmaları özellikle mimik ve el işaretleri ile bütün bir toplum algısı pekiştirilmiştir. AK Parti'nin halk oylaması şarkısının sentaktik yapısında kullanılan bu stratejinin, iktidara geldiği 2001 yılından bu yana seçim şarkılarında ve kampanyalarında kullandığı dil ile örtüştüğünü söylemek mümkündür. Şarkının sonunda slogan olarak kullanılan “Gücümüz millet, kararımız evet” ifadesi ile ‘milletin’ onayını alarak, iktidarda bulunduğu ve yine ‘milletin’ onayı alınarak yapılacak halk oylamasından çıkacak kararların uygulanacağı mesajı verilmektedir. Toplumun ideoloji farklılığı göz önüne alındığında halk oylamasına yönelik her bireyi farklılıkları gözetmeksizin bütüncül bir şekilde şarkı sözlerinde dile getiren AK Parti geçmişe yönelik bir saygı ifadesi olarak dizelerde tüm şehit ve gaziler için “Evet ile Güçlü Türkiye” ifadesini kullanmıştır. “Tek” sözcüğü de şarkıda dört kez geçerek Cumhurbaşkanı Erdoğan’ın mitinglerde ve konuşmalarında söylem olarak ürettiği “tek” sözcüğüne gönderme yapmaktadır. Zira Siyaset, Ekonomi ve Toplum Araştırmaları Vakfı’nın (SETA) düzenlediği Cumhurbaşkanlığı Sistemi Sempozyumuna katılan Erdoğan’ın yaptığı konuşmada “tek millet, tek bayrak, tek vatan ve tek devlet” vurgusunda bulunarak bu ilkeler için Anayasa değişikliğine “evet” denileceğini kaydettiği görülmüştür.<sup>13</sup>

#### 4.2.2. Bölgesel Uyum

Ak Parti 2017 seçim müziği olarak “Evet ile Güçlü Türkiye” şarkısıyla karşımıza çıkmaktadır. Hızlı kamera hareketleriyle geçişin kurgulandığı günün karanlıktan aydınlığa evrildiği sahne ile şarkı başlamaktadır. Daha sonraki görüntüde

<sup>13</sup> “Tek Millet, Tek Bayrak, Tek Vatan, Tek Devlet İçin Evet”.

<http://www.tccb.gov.tr/haberler/410/70982/tek-millet-tek-bayrak-tek-vatan-tek-devlet-icin-evet.html>.  
(Erişim Tarihi: 09.05.2017)

suyun akışıyla bir sokak çeşmesinin başında duran insanın gömleğinin kol kesimlerinin sıvanmış olması abdest alacağı imajını vermektedir. Bunun ardından kubbeli minareli camii görüntüleri, kent meydanlarında oynanan folklor ve halk oyunları, semazen dönüşleri eşlik etmektedir. Aynı zamanda İslam Dini içerisindeki mezheplere yönelik verilmek istenen bütünlük mesajı ilk görsellerde folklorik dans figürleri eşliğinde sunulmuştur. Video-klip müziğin enstrümantal kısmında Doğu'nun kırsal manzaraları -harman kaldırma, at sürme, göç eden kuşlar, vb.- ile Batı'nın kent manzaraları, limanları ve deniz manzaraları -camilerin bulunduğu genel manzaralardan oluşan görüntüler- harmanlanarak sunulmuştur. Video-klip başındaki abdest almaya hazırlanan orta yaşlı erkek figürünün yüzüne su çarptığı sahne ile şarkının başladığı görülmektedir. Halk oylaması öncesi AK Parti'nin mitinglerin de halka seslendiği ifadeler ve sloganlar genel olarak halk oylaması müziğinde de kullanılmaktadır. “Tek bayrak, tek millet” vurgusu video boyunca ele alınarak birlik beraberlik gibi duygu aktarımları ön planda tutulmuştur. Bunun yanı sıra etnik, mezhep ayrımı gözetmeksizin dini motifler, oluşturulan simgeler aracılığı ile video görselinde yer almıştır. Türkiye'nin doğusundan batısına bir sentez oluşturduğunu video ekseninde Anadolu insanı görselleriyle destekleyen AK Parti bağımsız, bütün bir millet imajı aktarımı sağlamıştır.

Şarkı boyunca cümlelerin tamamında kurulan nedensel ilişki ilk olarak göze çarpmaktadır. Bu dizelerde ülkenin selamet ve bütünlüğü için “evet” seçeneği işaret edilmekte, nakaratta kullanılan “Evet ile güçlü Türkiye” cümlesi ile anlam tekrarlar aracılığıyla güçlendirilmektedir. Video-klip boyunca arkada akan görüntülerde Türkiye'nin dört bir yanından insan manzaraları sunulurken, küçükten büyüğe, yediden yetmişe her vatandaşın istikrar ve huzurunun devam edebilmesi için –video-klipte herkes mutlu, güven ve istikrar ortamı içinde resmedilmektedir- “evet” seçeneğinin önemi vurgulanmaktadır.

#### 4.2.3. Sözcük Seçimleri

AK Parti'nin halk oylaması şarkısının başlangıcında şu sözler geçmektedir: “Biz iriyiz diriyiz, biz beraber kardeşiz, Hep birlikte verelim el ele, Olsun güçlü bir Türkiye!”. Bu sözlerin geçtiği sahnelerde görsel olarak işçi ile işverenin, müşteri ile esnafın kaynaştığı içeriklere rastlanılmaktadır. Sözler ikinci bölüm ile devam ederek

“Ekmeğim aşımın benim, Toprağım suyumsun benim, Evim ocağım umudum yarınım, Canım ülkem güzel vatanım!” şeklinde sürmektedir. Ekmek yapan, çalışmadan dönerek alın terini silen kocasına su veren kadın görüntülerinin yer aldığı görseller de bu sözlere eşlik etmektedir. Dizelerde koşullu ya da zorlayıcı bir söz bulunmaksızın bütün toplumu kucaklayan bir dile ağırlık verilmiştir. Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan’ın sözü olan “Evet ile Güçlü Türkiye” şarkı sözlerinde yer alarak bütüncül bir yaklaşımı ifade eden ve şarkının nakarat kısmında kullanılarak cümle olarak oluşturulmuştur. “Evet ile Güçlü Türkiye” sözü ile “evet” sözcüğü halk oylamasına dair anayasaya evet anlamını taşımakta, güçlü Türkiye ise AK Parti döneminden kalma güçlü bir siyasal söylemi dizelere taşımaktadır. “Hep birlikte verelim el ele” sözleriyle kardeşlik ve umut bir arada sunulmaya çalışılmış, ülkenin her bir bölgesinin kıymetli olduğu vurgusu yapılarak her insanın “biz” öznesi ile birlik, beraberlik, kardeşlik bir arada sunulmaya çalışılmıştır. Videonun sonlarına doğru yaklaşırken şehitlere ve gazilere olan minnet ve şükran duyguları bayrak görüntüleri eşliğinde görsellerde yer alırken, şarkının nakarat kısmında dile getirilmiştir. Evim, ocağım, yurdum, yarınım” sözcükleriyle şarkı sözlerinde, aidiyetlik vurgusu, milli değerler ve sahiplik olgusu ön plana çıkarılmıştır. Gelecek ve Ocak sözcükleri tekrarlanırken, söz sanatları içerisinde tekrar<sup>14</sup>e başvurulmuştur.

Dizelerde sıklıkla tekrarlanan “tek” sözcüğü, halk oylamasında bir diğer seçenek olan hayır’a gönderme yapmak için kullanılırken; millet, bayrak, devlet ve vatan -Rabia<sup>15</sup>selamında kullanılan 4 parmak bu 4 kavrama gönderme niteliğindedir-vurguları tek sözcüğü üzerinden kurgulanmaktadır. Burada hayır seçeneğini tercih etmeyi düşünen vatandaşlar karşısında tek vücut olarak hareket etme salık verilmekte ve “evet” seçeneğinin tercih edilerek Türkiye’nin güçleneceği savı üzerinden bir

<sup>14</sup> www.turkedebiyati.org/sozsanatları/tekrir.html .(Erişim Tarihi: 31.05.2017)

<sup>15</sup> Arapçada “dördüncü, dört” anlamına gelen “Rabia” kelimesi Mısır’ da darbe karşıtı direnişin sembolü olmuştur. Ülkede yaşanan katliamlar sırasında darbe karşıtlarının 4 parmaklarıyla işaret ettiği sembolik işaret hızla yayılmıştır. Darbe karşıtlarının ilk toplandığı meydanın ismi, Rabiatal Adeviyye adında dindar Müslüman bir kadından esinlenerek konulmuştur. Adeviyye, ailenin dördüncü çocuğu olması nedeniyle isminin başına Rabiatal eklenmiş. Rabiatal Adeviyye hayatı boyunca verdiği özgürlük mücadelesiyle anılagelmiştir. “Rabia İşareti Arapça’da "Dört" Anlamına Geliyor”. <http://www.haberler.com/rabia-isareti-ne-anlama-geliyor-4955101-haberi/>. (Erişim Tarihi: 10.05.2017)

anlam inşa edilmektedir. Diğer yandan AK Parti'nin seçim çalışmalarında ve mitinglerde sıklıkla kullandığı; adeta bir sembol haline gelen Rabia selamı “tek millet, tek devlet” sloganını destekler niteliktedir.

#### 4.2.4. Retorik

Video-klipte gün batımının yer aldığı sahneler iktidarın şu anki varlığını koruduğunun simgesi olarak sunulmuştur. Orta sınıf temsiliyetlerinin -esnaf, baretli işçi, ev kadını vb.- geçtiği sahnelerde iletişimsel kodlar bir huzur ortamının varlığından hareketle coşku -trende seyahat ederken elini yukarı kaldıran silüetli insan görüntüsü-, selam -çalışanları arasında takım elbiseli işverenin çevresine verdiği selam-, ve güler yüz ile -çaycının esnafa tebessüm ile ikramı ve çayı alan esnafın yüzündeki benzer ifade, usta çırak manavda gülüşürlerken geçen kare-izleyiciye aktarılmıştır. Ayrıca, görüntülerdeki insanların çoğunlukla “emekçi” olduğu dikkat çekmektedir. Bir anlamda bu kişiler toplumda yaşayan sessiz çoğunluktur. Bu da Erdoğan'ın söylemlerindeki “Biz kısık sesleriz” ifadesine denk düşmektedir.

“Tek millet ve tek bayrak için, tek devlet ve tek vatan için... Hep birlikte verelim el ele Evet ile Güçlü Türkiye!” Burada da gözlüğünü takan esnaf, emektarlar, balıkçılar, taksiciler, marangoz ve tekstil sanayinde çalışanlar, kapı önlerinde hamur işi yapan kadınlardan görüntüler kolaj yapılarak verilmiştir. “Hep birlikte verelim el ele” sözleriyle görüntülerde geçen insanların yüzlerindeki gülümseme de huzuru, umudu, yarımı işaret etmektedir. Video-klip, el birliğiyle aynı tercihte buluşarak çeşitli iş kollarından insanları kaynaştırıcı, birliğin, beraberliğin, kitleliliğin işlendiği bir temada sunulmuştur. Yol ve araç yapımlarına yer verilerek hükümetin uyguladığı politikalara da yer verilmiştir. Görüntülerde huzur ortamını destekleyici başka görsel unsurlar da bulunur. Video-klipte gösterilen yeşillik alanlarda piknik yapan insanlar, çay sohbetleri, komşuluk ilişkileri, insanları güler yüzler etrafında buluşturan ve onları bir arada tutan içerikler olarak yer bulmuştur. Burada da özellikle kırsallığın yoğun olarak geçtiği bölgelere dikkat çekilerek Doğu ve Güneydoğu'daki toplumun da huzura kavuşması vurgusu yapılmıştır.



Video-klipte “Tüm şehitler ve gaziler için” sözleriyle başlayan şarkının son bölümde, arka fondaki müzik durdurularak dua eden eller “bir arada” –birlik vurgusu- verilmiştir. Bunu takip eden sözler Başbakan Binali Yıldırım’ın torunu tarafından seslendirilen sözler ile birleştirilerek şiir okunuşu biçiminde sunulmuştur. Küçük bir kızın kırmızı paltosuyla İstanbul Boğazı eteklerinde okuduğu sözler şu şekilde devam etmektedir: “Aydınlık bir gelecek için, çocuklar için, yarınlarmızı için, ‘Evet’ ile güçlü Türkiye!”. Burada kızın elinde beyaz da bir balon bulunmaktadır. Bu da “kırmız-beyaz” kullanımı olarak göze çarpmakta ve manzaranın arka fonunda 15 Temmuz Şehitler (Boğaziçi) Köprüsü’nden sallanan “Türk bayrağı”na işaret etmektedir. İstanbul’un güzelliği ile balon arasında burada özdeşlik kurularak “özgürlük ve sonsuzluk” kavramlarına gönderme yapılmıştır. Şarkının tekrarında yine küçük kızın sözlere devam ederek görsellerde ilerleyen çocuk görüntülerinin oyunlarıyla görsellere renklilik kattığı görülmektedir. “Evet ile güçlü Türkiye” kısmıyla biten şarkının son sahnesinde ise videoda daha önce yer alan tüm insanlar bir arada görülmüştür. Bir kompozisyon içerisinde sunulan bu görüntülerde sanki tüm oyuncular ile izleyici selamlanarak perdenin kapandığı, son sözlerin söylendiği tiyatral bir mizansen sona ermektedir. Kızın elindeki balon havaya bırakılarak insanların bulunduğu yerden yukarı doğru kayan kamera hareketleri eşliğinde klip İstanbul Boğazı manzarasıyla son bulmaktadır. Burada özellikle köprüye asılmış Türk Bayrağı ve deniz görüntüsüne odaklanan kamera izleyiciye sonsuzluğu işaret ederek video klipi sona erdirmiştir. Bu klipin sonunda bir mesaj da verilerek Başbakan Binali Yıldırım’ın fotoğrafının solunda yazan “Gücümüz Millet Kararımız Evet” yazısı dikkat çekmektedir. Ayrıca, video-klipin sonunda genç ve yaşlıyı içinde barındırdığından orta yaş figürünün seslendirmede sunulduğu görülmektedir. Böylece sloganın seslendirilmesiyle video-klibe işitsel bir boyut da kazandırılmıştır. Videonun sonunda ise AK Parti’nin amblemi ile görüntüler sona ermiştir. Böylece video Anadolu insanını içerisinde barındıran yapısıyla güneş, Türk bayrağı, camiler, çalışanlar ve yurt manzaralarıyla 3 dakika 4 saniyede böylesi bir yolla izleyiciye aktarılmıştır.

### 4.3. CHP Halk Oylaması Şarkısı: “Hayır Olur İnşallah” Makro Yapıları

T.van Djik’ ın oluşturduğu söylem analizi kapsamında CHP’nin halk oylaması için hazırladığı şarkının makro yapıları: Bayrak ve Atatürk simgesi, İslami motifler, demokrasi, aydınlık gelecek ve çocuk kavramlarıdır. İmaj aktarımında ve video akışında dini öğeler ağırlıklı olarak kullanılırken, İslamiyet’e yönelik vurgu ön plana çıkarılmıştır. İzmir ve İstanbul başta olmak üzere Anadolu’nun çeşitli yerleri videoda lokasyon olarak belirlenmiştir. Güney Doğu Anadolu bölgesi de yoğun olarak videodaki şarkı sözlerinin arka planında kullanılmıştır. Urfa’daki Balıklı Göl ve Mardin yöresi şarkının sözlerine uygun olarak görsellerde yer almıştır. Mevsim geçişleri ile Anadolu’nun coğrafi konumlarına yer verilmiştir. Tarihi yerler ve folklorik öğelerle gösterilmiş, toprak ve çiftçilik ile çeşitli bölgelerden Anadolu insanı bir arada verilmiştir. Dini öğeler huzur ile sembolize edilirken tesbih, rahle, cami görselleri ile birlikte ve Kuran’ı Kerim video boyunca gösterilmiştir. Aydınlık ve gelecek için çocuk ögesi demokrasi kavramıyla iç içe ifade edilmeye çalışılırken, güneş ile sembolize edilmeye çalışılmıştır. Halk oylamasına ilişkin CHP’nin seçmenlere dair iletmek istediği siyasal ve sosyal mesaj ise demokrasi kavramı üzerinden aydınlık ve gelecek söylemidir. Birlik beraberlik duygusu İslami motiflerle pekiştirilip gelecek için çocuk ögesi kullanımı genel duygu aktarımıdır.

### 4.4. CHP Halk Oylaması Şarkısı: “Hayır Olur İnşallah” Mikro Yapıları

Çalışmanın bu bölümünde CHP halk oylaması şarkısının mikro yapıları sentaktik çözümleme, bölgesel uyum, sözcük seçimleri ve retorik alt başlıkları altında ele alınmıştır.

#### 4.4.1. Sentaktik Çözümleme

CHP halk oylaması şarkı sözleri video klipte şu şekilde yer almaktadır:

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 halk oylaması şarkısında kullanılan cümlelerin aktif yapı ile kurulduğu görülmektedir. Bununla birlikte AK Parti'nin kullandığı halk oylaması şarkısından farklı olarak, cümlelerin seslenen öznesinin açık değil gizli özne olduğu, seslenenlerin ise tekil ikinci şahıs (sen) olarak -gel kurtul / sen de gel/ sahip çık / girme gibi- belirlendiği görülmektedir. Ayrıca oy veren vatandaşa emir kipiyle seslenilerek birlikte hareket eden yekvücut bir özne olmak yerine; karşındakine tepeden bakan, üst dil kullanan bir tutum sergilenmektedir. Böylelikle, CHP'nin halk oylaması şarkısında AK Parti'nin şarkısının aksine bir 'biz duygusu' yaratılmadığı söylenebilir. Örneğin; CHP'nin halk oylaması şarkısındaki cümlelerde yalnızca iki yerde –muhtaç kaldık bir parçacık huzura / uyanalım bu kâbustan- biz öznesinin kullanıldığı görülmektedir. Bu anlamda, biz duygusunun olumsuzluklarla eşleştirilmesinin oy veren vatandaşın kendi geleceğini belirlediği düşüncesine ket vurduğu öne sürülebilir. Ayrıca, mevcut siyasi durumu kâbus olarak nitelendirerek neden sonuç ilişkisini şarkı sözlerinde koşullu ve zorlayıcı bir etki biçiminde ortaya koyduğu gözlenmektedir. “Bunca yetkiyi babama vermem de” sözleri ile çocuğa yönelik baskıcı bir retorik uygulamaya çalışılmış, aile kavramı çerçevesi içerisinde yer alan ve kültürümüzde önemli bir yeri olan baba kavramının kutsallığını güvenilmemesi gereken bir özne konumuna taşımıştır. Ayrıca nakarat kısmında bu sözlerin sıkça kullanılması baba ile çocuk arasındaki ilişkinin güvenilmez olduğuna vurgu yaparak, aile ard alanını siyasal söylemin içine dahil ederek olumsuz bir anlamla sunmuştur. Şarkının dizelerinde yer alan “sonu belli olmayan yola girme sahip çık yurduna geleceğine” ifadesi ile metafora başvurulup koşullu emir cümlesi kurulurken, yadsıma ifadeleri kullanılırken, “yol” sözcüğü dar geçit görselleriyle pekiştirilmiştir. Şarkının nakarat kısmında yer alan bu sözlerle mevcut anayasa değişikliğini ülkenin sonu belli olmayan bir yolu olarak yansıtılmaya çalışılmıştır.

#### 4.4.2. Bölgesel Uyum

CHP 2017 seçim müziği olarak “Hayır Olur İnşallah” şarkısıyla karşımıza çıkmaktadır. Bu şarkı toplumda daha önce bilinen bir şarkı olması nedeniyle hedef kitleyle kolayca iletişime geçmesi açısından olumlu etken sayılabilir. Daha önce şarkı Emel Sayın’ın seslendirdiği “Mavi Boncuk” şarkısının müziğiyle aynıdır. “Mavi Boncuk” 1975’te gösterime giren bir filmin müziğidir. Şarkıyı filmin başrol oyuncularından Emel Sayın ve Azeri söz yazarlarından Alekper Tagıyev birlikte yazmıştır. Emel Sayın albümünde şarkıyı tekrar yorumlamıştır. Ancak burada şarkının sözlerinin CHP’nin mitinglerdeki konuşmalarına uyumlu, siyasal ideolojisine denk düşen bir biçimde kaydedildiği söylenebilir. Böylece popüler şarkıya her seçim müziğinde olduğu gibi lirikliğinden uzak daha ciddi, protest ve politik bir yapı kazandırılmıştır.

“Mavi boncuk” topluma mal edilen bir deyişin imgesidir. “Mavi boncuk dağıtmak” deyişinin öyküsü ise Nasrettin Hoca’nın bir fıkrasıyla başlamaktadır. Fıkraya göre Hoca eşinin üzerine bir de kuma getirmiştir. İki kadın arasında yaşanan çekişmeyi fark eden Hoca, iki karısına da birbirinden habersiz ayrı zamanlarda birer gök (mavi) boncuk vermiştir. Her ikisine de “sakın kimseye söyleme” diye tembihleyen Hoca eşlerine iş yaptırırken –tarlada, bahçede, evde vb.- işi daha sağlıklı, Hocaya bağlı ve hızlıca yapsın diye “haydi gök boncuklum” dermiş. Kadınların ikisi de bunu bana söylüyor diye içlerinden sevinirlerken işlerini de Hocanın istediği biçimde, verimli olarak sürdürürlermiş (Dirlik, 2009)<sup>16</sup>. Dolayısıyla Hocanın bu fıkrası ve deyişin öyküsü sıklıkla siyasette kullanılarak aynı zamanda mizansen malzemesi olmuştur. O zamanki gök boncuk da günümüzde mavi boncuk olarak kullanılmaya devam etmektedir. Geniş bir hedef kitleye seslenirken CHP’nin mitinglerinde bu şarkıyı kullanması da mavi boncuk dağıtırmışçasına her kesimi kucaklamaktadır. Böylece kitleliliği, birliği ve bütünlüğü şarkıyla iç içe kaynaştırarak CHP’nin seçim sürecindeki imajını ortaya koyduğu söylenebilir.

<sup>16</sup> Dirlik, Ünal Şöhret. (2009). “Nasrettin Hoca ve Gök Boncuklum!”

<http://blog.milliyet.com.tr/nasrettin-hoca-ve-gok-boncuklum/Blog/?BlogNo=155944>. (Erişim Tarihi: 17.04.2017)

Video-klip değerlendirildiğinde, göndermeleri yoğun, görsel-işitsel biçiminde mesajların şarkıyla verilerek CHP'nin seçimlerdeki karar ve ideolojisini yansıtmaktadır. Görüntünün ilk geçtiği sahnelerde önce Mustafa Kemal Atatürk'ün başkomutan imajında resmedildiği kalpaklı bir fotoğrafı karşımıza çıkmaktadır. Seçilen hareketli şarkının başladığı bu sahnelerde girişteki görüntülerin şarkıyla da bütünleştiği dinamik bir yapı kazandırılarak peş peşe hızlıca geçildiği sahneler bulunmaktadır. Burada izleyiciye kuşlar, deniz, ayakkabı boyacısı, TBMM binası, balon aracı ve balıklarla toplumun gündelik yaşamlarında sokakta karşılaştığı sahnelerden bir kolaj sunulmuştur. Sıcak ve sempatik bir video-klip izleneceği mesajı şarkının dinamizmi ile burada izleyiciye verilmiştir. Kum saatinde zamanın dolduğu imgesi iktidarın süresinin dolmasına işaret etmekte ve bu sırada şarkının sözleri devreye girmektedir. “Düşmez şaşmaz bir Allah, hayır olur inşallah, bu kadarı da fazla, gel kurtul bir hayırla” şeklinde devam eden sözlerde (nakarat) görüntüler seri bir biçimde hareket etmektedir. Bir çocuğun eliyle güneş resmi çizmesi ve sonrasında erkek ile kız çocukların güneş resmi önünde el ele dans etmesi ve gerçek güneşin doğuşu görüntüsüne yer verilerek, yarının “hayır olur inşallah, gel kurtul bir hayırla” sözleriyle karşılaşması klipte görsel ve işitsel unsurları destekleyici niteliktedir. Bebek görüntüleri, çocukların oyunlar oynayışı görsellerde sıkça yararlanılan içeriklerdir.

“İnsan beşer bir gün şaşar mutlaka, Emanet edilmez her şey tek akla” sözlerinin geçtiği şarkı bölümü iktidar partisinin geleceğe dönük stratejisinin geçerli olma olasılığını “tek adam” a indirgeyen ifadeye yönelik bir eleştiri niteliği taşıırken ayrıca CHP tarafından seçmenine verilen bir uyarıdır –emanet etmeyin-. “Muhtaç kaldık bir parçacık huzura, haydi sen de gel şimdiden hayır’a” sözleriyle devam eden kısımda ise, toplumda huzur ortamından uzak, kaos ve gerginliklerle dolu günlerin yaşandığı belirtilmiştir. Sözlerdeki bugünlerin sona ermesi arzusu ve topluma çağrı niteliğindeki “hayır” deme seslenişi birtakım sözcük oyunlarına başvurularak söylenilmiştir. Buna göre, toplumdaki bireylerin seçimlerde kullanacakları “hayır” deme tercihleriyle bir “hayır işleyecekleri” vurgusu da sözlerde verilmiştir. Görüntülerde bu sırada aile gülüşleri, hat sanatı, Kur'an-ı Kerim, bebekler, el ele kardeşlik vurgularının yapıldığı da görülmektedir. Bebekler geleceği vurgularken,

hat sanatı ve kutsal kitap dini bir imge olarak kullanılmış, ailenin toplumda genel geçer kabulüne yönelik kutsallığı da görüntüler içerisinde yer almıştır. Elleri yukarıya doğru açılmış dua eden insan görüntüsü gibi dini motiflerin yanı sıra Türk bayrağının da birlikte kullanıldığı bu görüntülerde bir “Türk-İslam devleti” olarak Türkiye’ye gönderme yapılmıştır. Sanat ve zanaat görüntüleri, çalınan tokmaklı ahşap kapılar, köprüler, camiiler, kuş ve at görüntülerinin yer aldığı video-klipte güneşin önünde oynayan çocuklar ve tutuşan insan elleri sıkça tekrarlanan karelerdir. Buna özellikle “inşallah” sözlerinin geçtiği şarkı sırasında eşlik eden tespih çekme görüntüleri de eklenebilir. Baş örtülü teyzenin yüzü dönük mahcup, utangaç görüntüsüyle başlayan parçanın üçüncü bölümü şöyle sürmektedir: “Sonu belli olmayan yola girme, sahip çık yurduna geleceğine... “ ‘Bunca yetkiyi babama vermem’ de! Uyanalım bu kâbustan el ele! Hayır için hep birlikte Türkiye!’” Burada dar bir geçitte sonu olmayan yola girme sözleriyle yedirilerek görüntülerde taşralardaki evler arasındaki dar geçitlere yer verilmiştir. Karanlık mekânlardan geçen insan silüetleri, kasketli yaşlı bir erkeğin dar sokaklara girişi görüntüsü, genç modern görünümlü bir kadının bu dar geçitlerden birinin başında belirerek karanlık bir ileriye gitme görüntüsü çarpıcıdır. Ayrıca, “güneş” imgesi tekrar görüntülerinden biri olarak bu kez tebeşirle kaldırırma çizilmektedir.

“Bunca yetkiyi babama vermem” sözleri ise, küçük bir kızın ağızından babasına sesleniş biçiminde sunulmuştur. Burada ataerkil toplum yapısının en başta gelen “baba” figürünün kutsallığına değinilerek toplum içerisindeki sarsılmaz, baskın, otoriter gücü ile “baba” olan erkeğin doğasına ilişkin bir sesleniş söz konusudur. Yine burada ailedeki otorite olan “baba” ile ülkedeki otorite olan “devlet” arasında özdeşlik kurularak göndermenin söz konusu olduğu görülür. Buna ilişkin Fiske, (1996: 120) erkeğin “doğal olarak” ekmek parası kazanma rolünü üstlendiğine ilişkin bir mit olduğundan bahsetmektedir. Erkeğe ait bu rol ise, en “doğal” toplumsal birim olan aileyi yapılandırmaktadır. Jung da (2015: 88) baba arketipinden söz ederken, “baba” figürünün kutsallığına ve büyüleyici bir güç olması özelliğine değinmektedir. Görüntülerde kızın ağızından babaya sesleniş olarak verilmesi bir yandan baba kız arasındaki ilişkiye dikkat çekmektedir. Zira toplumda

küçük kızlar için babaları ilk aşktır, koruyucu ve güven verici olandır, sığınılacak bir limandır. Bu görüntüler de baba kız ilişkilerine göndermede bulunmaktadır.

Semazenlerin dönüşü görüntüleri, Anadolu kilim motifleri, sokak önlerinde hamur işi yapan teyzeler; -Anadolu kadını figürü- görüntüleri gibi görseller Anadolu'ya ait tanıtım filmlerinin temsil ikonu haline gelmesiyle bu klipte de yerini almıştır, çünkü tüm bunlar Doğu ve Batı ayırt etmeksizin Anadolu insanını kaynaştırıcı bir video klbin konusudur. Bu video da buna göre kurgulanmıştır. Şarkıdaki “Hep birlikte Türkiye!” seslenişinde ise, Anıtkabir silueti Türk bayrağı görüntüsüyle birlikte verilerek ardından rahlede Kur'an-ı Kerim kitabı görüntüsüne tekrar başvurulmuştur. Çünkü CHP'nin söz konusu video klbinin bütünselliği içerisinde seçmenlerine dini yollarla sesleniş söz konusudur. Görseller de işitselliğe bağlı olarak buna göndermede bulunacak biçimde dizayn edilmiş ve sunulmuştur.

#### 4.4.3. Sözcük Seçimleri

CHP<sup>17</sup>'nin halk oylaması şarkısında nakarat bölümlerine oldukça fazla yer verdiği görülmektedir. Her iki parti de halk oylaması şarkılarında yaklaşık olarak aynı süreyi kullanmasına karşın AK Parti kullandığı metinde daha çeşitli cümleler ile mesajını daha yoğun biçimde seçmene iletirken, CHP bu noktada tekrarlayan cümleler ile farkındalık yaratmaya çalışmaktadır. Bu duruma özellikle şarkının sonuna doğru nakaratin yavaş ritimle söylenildiği kısım örnek verilebilir. “Düşmez şaşmaz bir Allah” cümlesi günlük yaşamda sıklıkla kullanılan bir deyimdir. Nakaratta kullanılan “Hayır olur inşallah” ve “Gel kurtul bir hayır'la” cümleleri ile tevriye<sup>18</sup> söz sanatından yararlanılarak bir anlam inşa edilmiştir. Video klip boyunca şarkının nakarat bölümü on kez tekrarlanmaktadır; böylece şarkının nakarat bölümünde yer alan dinsel sözcük seçimleri de tekrarlanarak seçmenler “hayır” deme noktasında uyarılmaktadırlar. CHP şarkı sözlerinde ülke için hayırlı bir karar vermenin yolunun –hayır olur inşallah- ifadesi ile hayır'dan geçtiğini yine dinsel motifleri kullanarak vurgulamaktadır. Özellikle görsellerde yer alan cami, Kuran-ı Kerim, rahle, tespih gibi İslamiyet'i yansıtan objeler şarkı sözlerine paralel video

<sup>17</sup> AK Parti ve Chp'nin parti programlarının genel bir değerlendirmesi için ayrıntılı bilgi için bakınız: <http://dergipark.gov.tr/download/article-file/177931> (Erişim Tarihi: 31.02.2017)

<sup>18</sup><http://www.edebiyatbilgileri.com/9/soz-sanatlari>

görsellerinde resmedilmiş, hayır'a yönelik dini motifler kullanılarak seçmenlerin iradesine yönelik ikna amacı ile yansıtılmıştır.

CHP özellikle halk oylaması şarkısında dini motifleri –Allah, inşallah, hayır gibi- kullanarak laik / seküler bir parti olarak halkın gözündeki dinsiz parti imajını<sup>19</sup> azaltmak ve bu yolla daha önce AK Parti'ye oy vermiş seçmen nüfusunu hayır oyu vermeye ikna etmeye çalışmaktadır. Bu durum CHP'nin halk oylaması sürecinde kendi seçmeninden hayır verecekleri noktasında emin olduğu ve daha ziyade kararsızları<sup>20</sup> ve AK Parti seçmenini ikna etmeye çalıştığı şeklinde yorumlanabilir.

Video-klibin özellikle son sahnelerinde, şarkıya ismini veren “mavi boncuk” görüntüsü kamera hareketleriyle vurgulanmıştır. Giden gemi ve insan görüntüleri şarkının bitimine yakın CHP'nin oy kararı olan “hayır”a yolculuk yaparmışçasına sunulmuştur. Türkiye'nin çeşitli illerinden camii manzaraları, kubbeler ve minareler eşliğinde ekrana yansıtılmıştır. İstanbul ve dans eden çocukların görüntülerinin tekrar gösterilmesi şarkının bitimine denk düşmektedir. Şarkı ise, nakarat kısmıyla sona ermiştir. En son görüntüde ise “Geleceğim için Hayır” logosu karşımıza çıkmaktadır.

#### 4.4.4. Retorik

Video-klipte arkada akan görüntülerde Doğu ve Batı imgelerini taşıyan görüntüler bir arada verilmiştir. Tıpkı bu ikili karşıtlığın sloganın içerisinde olduğu ve şarkı adında geçtiği gibi: “Hayır Olur İnşallah”. “Hayır” sözcüğü burada CHP'nin seçimlerdeki tercihinine yönelik kararını oluştururken toplumda sıklıkla bilinmeyen durumlar karşısında kullanılan “hayır olmak” deyimini CHP'nin kararını da içine alan geleceğe yönelik tutumunu ortaya koymaktadır. Bunu ise deyimden gelen

<sup>19</sup> <http://www.milliyet.com.tr/yazarlar/mehmet-tezkan/chp-ye-devrimci-ruh-lazim-2179122/> (Erişim Tarihi: 03.05.2017) Bu noktada, Chp'nin parti imajına ilişkin İdris Küçükömer tarafından kaleme alınan “Düzenin Yabancılaşması” eseri önemli veriler sunmaktadır.

<sup>20</sup> <http://m.milliyet.com.tr/yazarlar/adil-gur/referandumun-kaderini-belirleyecek-2394949/> (Erişim Tarihi: 03.05.2017)



ve AK Parti'nin mitinglerinde dini söylemleri kullanırken sürekli dile getirdiği “inşallah”<sup>21</sup> kelimesiyle şarkıda desteklemektedir.

Öte yandan, video-klibin son karesine bakıldığında, beyaz zemin üzerine gri karakterle yazılan “Hayır” yazısının dikkat çekildiği görülse de -yazının sağında oy pusulasının “Hayır” kısmı üzerinde “tercih” yazılı bir görüntü de bulunur- güneş figürü olduğu görülmektedir. Buradaki güneş ışınlarının birbirinden farklı renklerde çubuklar halinde -çocuk resmi imajı verilerek- resmedildiği figürün, bir çocuğun çizmiş olduğu güneş simgesine de göndermede bulunduğu söylenebilir. Zira gerçek çocuk görüntüsü video-klipte de kullanılarak “yarın”ı, “umut”u ve “gelecek” kavramlarını simgelemektedir. Bu da partinin seçim vizyonunu ortaya koyan ve seçmenine duyurduğu bir mesajı da içerisinde taşır: “Aydınlık yarınlar için, gelecek Türkiye için, umut için, çocuklar için, güneşli günler için hayır deyin, hayır olsun” mesajı izleyiciye Anadolu’dan görüntüler ile toplam 3 dakikada böylesi bir yolla aktarılmıştır. CHP’nin kullandığı afişte bu görüntülerin yanında ayrıca Kılıçdaroğlu’nun da elini kalbinin üzerine götürerek durduğu bir fotoğrafı bulunur. Toplumunu selamlayan bu imajı Kılıçdaroğlu’nun gülen ifadesiyle bütüncül bir biçimde izleyiciye samimi bir etkide bulunmaktadır.

## SONUÇ

Siyasal partilerin seçmenlerine yönelik her türlü faaliyeti siyasal iletişim çerçevesinde değerlendirilmektedir. Teknolojinin ve medyanın gelişimine paralel siyasal partiler halk oylaması döneminde mitingler dışında seçim müziklerine odaklanarak kendi siyasi ideolojilerini birer ikna aracı biçiminde seçmenlere sunmaktadır. Çalışmamız kapsamında değerlendirilen 2017 Anayasa değişikliği halk oylamasına ilişkin AK Parti ve CHP halk oylaması şarkıları makro ve mikro düzlemde ele alınarak çözümlene yapılmıştır. Her iki partinin de kimlik sunumu ve ideolojik tutumu yapılacak olan halk oylamasının amacına yönelik ikincil planda yer almıştır. AK Parti ve CHP şarkı seçimleri ve seçilen görseller ile birlikte halk oylamasına yönelik halka farklı mesajlar sunmaya çalışmıştır. Halk oylamasının

<sup>21</sup> “İnşallah” sözcüğü “Tanrı dilerse, Tanrı nasip ettiyse” anlamlarında dilek anlatan bir sözdür. [http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com\\_bts&view=bts&kategori=veritbn&kelimesec=170407](http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_bts&view=bts&kategori=veritbn&kelimesec=170407). (Erişim Tarihi: 09.05.2017)

getireceği değişikliklerin yer almadığı halk oylaması şarkılarında CHP açısından “uyarı” konsepti benimsenirken; AK Parti açısından ise iktidarda bulunduğu süre boyunca ülkeye geldiğini iddia ettiği istikrar ortamına vurgu yapılmıştır. Video kliplerde halk oylamasından ziyade durumun partiler üstü özelliği dikkate alınmaksızın adeta bir seçim yarışı sürdürüyormuşçasına hareket edildiği görülmektedir.

CHP, Emel Sayın’ın “Mavi Boncuk” şarkısının bestesinden uyarlanan şarkı ile halk oylamasına hazırlanırken; AK Parti ise “Evet ile Güçlü Türkiye” şarkısını kullanmıştır. AK Parti’nin şarkısı, söylemlerine gönderme yapılan sözleri içermesi bakımından simgesel olarak Recep Tayyip Erdoğan’a vurgu yapmaktadır. Şarkının liderlik vasfı taşıyan bir biçimde sunulması söz konusudur. Dolayısıyla video-klip boyunca Erdoğan’ın siluet olarak varlığı kendi görüntülerine yer verilmeden şarkı içerisinde söylemleriyle resmedilmektedir. Ellerini göğsüne koyarak toplumu selamlamasından işçiye seslenişine kadar bu imgeler video-klipte toplumdaki kişilerce canlandırılmaktadır. “El ele” ifadeleri ve eli kalbe götürülen selam görüntülerinin sıkça kullanımı, samimiyetin ve bağlılığın bir göstergesi olarak görüntülerde sözlerle uyumlu bir biçimde sürdürülür. CHP’nin şarkısı da ele ele tutuşan insan görüntülerinin tekrarlandığı bir içeriğe sahiptir. Ayrıca görüntüler; dar geçitleri, kilimleri, testileri, tokmaklı kapıları ile izleyiciye geçmişe götürerek şarkının da etkileşimiyle –Mavi Boncuk- nostaljik bir imaja bürünmektedir. Nakarat kısımları her iki şarkıda da seçim propagandasının yineleme özelliğini taşımaktadır.

Her iki referandum şarkısında da nakaratlara sıklıkla yer verilirken, CHP’nin video klibinde nakarat kısımlarına AK Parti’ye oranla daha fazla yer verildiği görülmüştür. Her iki parti de halk oylaması şarkılarında yaklaşık olarak aynı süreyi kullanmasına karşın AK Parti kullandığı metinde birbirinden farklı cümleler ile mesajını daha yoğun biçimde seçmene iletirken; CHP bu noktada tekrarlayan cümleler ile farkındalık yaratmaya çalışmaktadır.

AK Parti ve CHP halk oylaması şarkıları birtakım benzer öğeler içermektedir. İlk olarak her iki siyasal parti de video-kliplerinde çocuk figüründen yoğun olarak yararlanmıştır. Özellikle AK Parti halk oylaması şarkısında Başbakan Binali Yıldırım’ın torununun “Aydınlık bir gelecek için, Çocuklar için, Yarınlarımız için,

Evet ile güçlü Türkiye” ifadelerini söyleyerek yer alması, iktidar partisinin seçmeniyle daha sıcak bir diyalog kurmayı amaçlaması olarak yorumlanabilir. CHP video-klibinde çocuk görüntülerine yer verirken mesajını şu ifadelerle tamamlamaktadır: “Sonu belli olmayan yola girme / Sahip çık yurduna geleceğine.” Verilen mesaj daha çok bir uyarı niteliği taşıırken yarının teminatı olarak görülen çocukların nasıl bir gelecekte yaşayacakları sorusunun cevabı da “sahip çık geleceğine” cümlesi ile cevaplanmaktadır. Bunun yanı sıra videoda çocuk imgesi ile ilgili dikkat çekici önemli bir ayrıntı göze çarpmaktadır. Ailenin temel kutsal yapısına ve babanın çocukla olan iletişimde güvensizlik duygusunu göstermeye çalışan videoda şarkı dizelerinde ve nakarat kısmında oy için babaya bile güvenilmemesi gerektiğinin vurgusu açıkça gösterilmiştir. Bu yaklaşım babanın aile konumundaki yerini dışlamış ve güven duygusunu olumsuz bir biçimde yansıtmış, Anadolu topraklarındaki aile varlığını yok saymıştır. Bu anlamda halk oylaması için hazırlanan halk oylaması şarkılarının sözel ve görsel özellikleri karşılaştırıldığında AK Parti ve CHP tarafından çocuk öznesinin oldukça farklı şekillerde kullanıldığı görülmüştür. Esas olarak şarkı dizelerine yarının, umudun, geleceğin vücut bulmuş hali olan çocuklar her iki video klipte de daha güzel bir dünyada yaşamak için “evet” ya da “hayır” demektedir. AK Parti için hazırlanan halk oylaması şarkısının görsellerinde Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan’ın genel olarak halka seslenirken kullandığı el hareketleri, mimik ve jestler ile birlikte kullandığı sözler ve söylemleri kullanılmıştır. Görsellerde kullanılan elin göğse götürülmesi hareketi Ahilik geleneği olarak hem halkın hem de liderin “karşılıklı biat etmek” anlamında kullanılmıştır. CHP Genel Başkanı olan Kemal Kılıçdaroğlu’nun halka seslendiği söylemler ya da beden hareketleri ise CHP’nin halk oylaması klibinde yer almamıştır.

Halk oylaması şarkıları incelendiğinde AK Parti’nin video klibinde, Türkiye’deki farklı kesimlerden pek çok insanın bir arada birlik ve beraberlik duygusu içerisinde resmedildiği görülmektedir, bu tablonun devam edebilmesinin yolunun ‘evet’ oylarından geçtiği mesajı verilmektedir. CHP’nin video klibinde ise siyasal ve sosyal mesaj olarak demokrasi kavramı üzerinde durulduğu, aydınlık bir gelecek için hayır demenin gerekliliğinin vurgulandığı görülmektedir. Genel duygu

aktarımının bir parçası olarak klipte sıklıkla kullanılan çocuk figürlerine birlik beraberlik duygularının İslami motiflerle kullanılarak pekiştirilmesi eşlik etmektedir.

#### **KAYNAKÇA**

- ARKLAN, Ümit (2011). Kamu Yönetiminin Halkla İlişkileri Açısından Referandum: 12 Eylül 2010 Referandumunu Sivas Araştırması. T.C Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi. 32, (87-125). <http://www.iletisimdergisi.gazi.edu.tr/arsiv/32.pdf>. (Erişim Tarihi: 19.04.2017)
- AVCI, Kemal (2015). “Siyasal Partilerin Seçim Kampanyaları Faaliyetlerine Karşı Seçmenin İlgi Düzeyleri: 2015 Genel Seçimleri Örneği”, Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi, 3(2): 177-205.
- AYTEKİN, Nihan (2012). “Reklam Müziğinde Kültürel Motiflerin Kullanımı ve Marka Kişiliğinin Sunumu”, İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Hakemli Dergisi.
- AZİZ, Aysel (2011). Siyasal İletişim, Ankara: Nobel Yayın
- AZİZ, Aysel (2015). Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri ve Teknikleri, Ankara: Nobel Yayınları.
- BAYRAKTAROĞLU, Necdet (2016). “Müzikle Tedavi, Türk-İslam ve Diğer Devletlerde Müzikle Tedavinin Tarihi Yeri ve Önemi.” <http://www.tarihgazetesi.net/yazilar/makaleler/2015-turklerde-muzikle-tedavi.html>. (Erişim Tarihi: 10.05.2017)
- BULUT, Selda ve YAYLAGÜL, Levent (2004). Türkiye’deki Yazılı Basında Yargıtay ve Mafya İlişisine Yönelik Haberler. <http://www.irfanerdogan.com/dergiweb2008/19/bulut-yaylagul.pdf> (Erişim Tarihi: 20.04.2017)
- CANGÖZ, İncilay (1999) Kitle İletişim Kurumlarında Etki Sorunsalı ve Bir İzleyici Araştırması. Yayınlanmamış Doktora Tezi. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi İletişim Bilimleri Fakültesi.

CUMHURİYET HALK PARTİSİ TÜZÜĞÜ  
<http://partiiegitim.chp.org.tr/dosyalar/mevzuat/CHP-Tuzuk.pdf>. (Erişim Tarihi: 12.04.2017)

ÇOBAN, Barış ve ÖZARSLAN, Zeynep (2003). Söylem ve İdeoloji içinde “Önsöz” Oskay, Ü. İstanbul: Su Yayınları.

DENORA, Tia (2000). Music in Everyday Life. Cambridge: Cambridge University Press.

DİRLİK, Ünal Şöhret (2009). “Nasrettin Hoca ve Gök Boncuklum!”  
<http://blog.milliyet.com.tr/nasrettin-hoca-ve-gok-boncuklum/Blog/?BlogNo=155944>. (Erişim Tarihi: 17.04.2017)

DURDULAR, Ercan, SOLAK, Mehmet ve ŞENCAN, Hüdayi (2010). “Bir Doğrudan Demokrasi Aracı Olarak ‘Referandum’: Türkiye ABD Avrupa Uygulama Örnekleri”, TBMM Araştırma Merkezi. Ankara: TBMM Basımevi. 2(26133): 7-218.

ERGÜL, Hakan (2000). Televizyonda Haberin Magazinelleşmesi, İstanbul: İletişim Yayınları.

FİSKE, John (1996). İletişim Çalışmalarına Giriş, (Çev.: İrvan, S.), Ankara: Ark Yayınevi.

GÖZLER, Kemal (1988). “Halk Oylamasının Değeri”, Ankara Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi. Cilt 40 sayı 1(4): 97-113.

GÖZLER, Kemal (2007). Anayasa Hukukuna Giriş: Genel Esaslar ve Türk Anayasa Hukuku, Bursa: Ekin Kitapevi

<http://m.milliyet.com.tr/yazarlar/adil-gur/referandumun-kaderini-belirleyecek-2394949/> (Erişim Tarihi: 03.05.2017)

<http://www.milliyet.com.tr/yazarlar/mehmet-tezkan/chp-ye-devrimci-ruh-lazim-2179122/>(Erişim Tarihi: 03.05.2017)

[http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com\\_bts&view=bts&kategori1=veritbn&kelimesec=170407](http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_bts&view=bts&kategori1=veritbn&kelimesec=170407). Erişim Tarihi: 09.05.2017

JUNG , Carl Gustav (2015). Maskülen: Erilliğin Farklı Yüzleri, (Çev.: Erdinç, D.G), İstanbul: Pinhan Yayıncılık.

KAPANİ, Münci (2005). Politika Bilimine Giriş, Ankara: Bilgi Yayınevi

KÜÇÜKÖMER , İdris (2002). Düzenin Yabancılaşması, İstanbul: Bağlam Yayınları.

MERİÇ, Murat (21.07.2007). “Kendim Seçtim Kendim Buldum”. Radikal Gazetesi.  
[http://www.radikal.com.tr/hayat/kendim\\_sectim\\_kendim\\_buldu-867424/](http://www.radikal.com.tr/hayat/kendim_sectim_kendim_buldu-867424/)  
 (Erişim Tarihi: 16.04.2017)

ÖZKÖK, Ertuğrul (26.05.2010). “En Başarılı Seçim Şarkısı”. Hürriyet Gazetesi.  
<http://www.hurriyet.com.tr/en-basarili-secim-sarkisi-14838684>.(Erişim Tarihi: 16.04.2016)

ÖZTEKİN, Ali (2014). Siyaset Bilimine Giriş, Ankara: Siyasal Kitapevi

ÖZTÜRK, Selim (2014). “Siyasal İkna ve Seçim Müzikleri: Türkiye Üzerine Bir İnceleme”. İletişim ve Diplomasi/Siyasal İletişim.  
<http://docplayer.biz.tr/2488256-Siyasal-ikna-ve-secim-muzikleri-turkiye-uzerine-bir-inceleme.html>. (Erişim Tarihi: 12.04.2017)

“RABİA İŞARETİ ARAPÇA’DA DÖRT ANLAMINA GELİYOR”.  
<http://www.haberler.com/rabia-isareti-ne-anlama-geliyor-4955101-haberi/>.  
 (Erişim Tarihi: 10.05.2017)

RESMİ GAZETE, 12 Eylül 1987, Sayı-19572 (Erişim Tarihi: 19.04.2017)

ROUSSEAU, Jean Jacques (1999). Toplum Sözleşmesi. (Çev. Vedat Günyol). İstanbul: Adam Yayınları.

“SEÇİM SONUÇLARI”. <http://www.secim-sonuclari.com/2002>. (Erişim Tarihi: 11.04.2017)

“SEÇİM SONUÇLARI”. <http://www.secimsonucu.com/>(Erişim Tarihi: 16.04.2017)

ŞENDUR ATABEK, Gülseren ve ATABEK, Ümit (2007). Medya Metinlerini Çözümlemek, Ankara: Siyasal Kitabevi.

“TEK MİLLET, TEK BAYRAK, TEK VATAN, TEK DEVLET İÇİN EVET”.

<http://www.tccb.gov.tr/haberler/410/70982/tek-millet-tek-bayrak-tek-vatan-tek-devlet-icin-evet.html>. (Erişim Tarihi: 09.05.2017)

TEKİN, Hatice Selen (2014). Müzik Bilimine Doktriner Yaklaşımlar, Ankara: Müzik Eğitimi Yayınları.

TOKGÖZ, Oya (2008). Siyasal İletişimi Anlamak, Ankara: İmge Kitapevi

VAN DJİK, Teun (2002). The Interdisciplinary Study of News as Discourse. (Eds. Jensen, K. B. ve Jankowski, N. W.) A Handbook of Qualitative Methodologies For Mass Communication Research içinde (s. 108- 120). London: Routledge.

VAN DJİK, Teun (2003). Söylem ve İdeoloji: Çok Alanlı Bir Yaklaşım. (Eds. Çoban, B. ve Özarlan, Z.) Söylem ve İdeoloji içinde (s.13-109). İstanbul: Su Yayınları.

WOLTON, Dominique (1989). “Medya, Siyasal İletişimin Zayıf Halkası”. (Çev. H. Tufan ve Ö. Laçiner). Birikim Dergisi. 4(30): s.51-58.

YILMAZ, Süleyman Hakan (2007). “İdris Küçükömer'in Siyasal Tezleri Bağlamında AKP ve CHP Parti Programlarının Analizi”. Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi, 5(1), 156-173.

ZENGİNKUZUCU, Dikran (2013). Halk Oylamasını Yeniden Düşünmek. T.C Nişantaşı Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi. 1(2): 1-21. <http://www.nisantasi.edu.tr/fileex///NuSBD/nish-sos-bil-dergi-1-2.pdf> (Erişim Tarihi. 19.04.2017).