

ISSN 2587- 2001 e-ISSN 2618-6187

ANASAY

3 Aylık Ulusal Hakemli - Süreli Dergi -Yıl:5 – Sayı:16 - Mayıs 2021

koynunda büyüdük



TÜRK SİYASAL HAYATINDA BİR İKNA ARACI: SEÇİM MÜZİKLERİ (1965-1995)

*A TOOL OF PERSUASION IN TURKISH POLITICAL LIFE:
ELECTION MUSICS (1965-1995)*

DOI: 10.33404/anasay.910791


Çalışma Türü: Araştırma Makalesi / Research Article¹

Rıdvan KIZILKAYA*

ÖZ

Bu çalışmada siyasal propaganda kampanyalarında seçim şarkılarının seçmen üzerindeki etkisi irdelenmiştir. Siyasal iletişimde toplumların hafızasında görsel, işitsel, afiş, slogan, miting ve konuşmaların propaganda söylemi kitle üzerinde en fazla etki eden ana argümandır. Dolayısıyla burada yapılan herhangi bir iletişim çalışmasında ne söylemek istiyorum ve kime söylemek istiyorum gibi iki temel soruya verilmesi gereken cevap söz konusudur. Bu bağlamda seçim propagandasında bestelenen şarkılarda ana hedef kitlenin seçmen olduğunu söylemek mümkündür. Siyasal iletişim kampanyalarında seçmenin tercihini yönlendirmede başvurulan başat unsurun müzik olmasının temel sebebi ise parti ile seçmen arasında duygusal bir bağ kurmaktır. Öte taraftan unutulmaması gereken nokta seçimleri strateji kazandırır ve en önemlisi ise doğru strateji ile halkın tercihini belirlemektir. Burada siyasal iletişimde etkili olan propaganda kavramı, ikna stratejilerinin çeşitleri ve modelleri ele alınmıştır. Türk siyasal ta-

1- Makale Geliş Tarihi:06. 04. 2021 Makale Kabul Tarihi: 17. 05. 2021

* Doktora Öğrencisi, Atatürk Üniversitesi Atatürk İlkeleri ve İnkılap Tarihi Enstitüsü, rkizilkaya34@gmail.com, ORCID ID  <https://orcid.org/0000-0002-0545-5392>.

rihine damgasını vurmuş seçim müzikleri ve kampanyaları ile partilerin bu stratejilerden veya modellerden hangilerine daha uygun ikna kuramları izledikleri tartışılmıştır. Bu doğrultuda siyasal reklamın iki kilit noktası olan hedef kitle ve verilmek istenilen mesajın seçimde uyandıracacağı etki çok önemlidir. Özetle 1965-1995 arası dönemde popüler kültürün seçim kampanyaları ve propaganda stratejisinin seçmen üzerinde yaratmış olduğu algı incelenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Seçim, Müzik, Propaganda, Siyasi, Türk Siyasi Hayatı.

ABSTRACT

In this study, the effect of election songs on the voters in political propaganda campaigns is examined. In political communication, the propaganda rhetoric of visual, auditory, posters, slogans, rallies and speeches in the memory of societies is the main argument that has the most impact on the mass. Therefore, in any communication study conducted here, there is an answer to two basic questions such as what do I want to say and to whom do I want to tell. In this context, it is possible to say that the main target audience for the songs composed in the election propaganda is the voters. The main reason why music is the dominant element in directing the choice of the voters in political communication campaigns is to establish an emotional bond between the party and the voter. On the other hand, the point that should not be forgotten brings strategy and the most important thing is to determine the choice of the people with the right strategy. Here, the concept of propaganda that is effective in political communication, types and models of persuasion strategies are discussed. With the election music and campaigns that left their mark on Turkish political history, it was discussed which of these strategies or models the parties followed the persuasion theories more appropriate. In this respect, the two key points of political advertising, the target audience and the effect of the message to be given on the voters are very important. In summary, the perception created by popular culture's election campaigns and propaganda strategy on voters in the period between 1965-1995 was analyzed.

Keywords: Selection, Music, Propaganda, Political, Turkish Political Life.

Giriş

20. yüzyılda Batı'da meydana gelen siyasal, toplumsal ve ekonomik gelişmeler hem siyaset pratiğinde hem de sosyal bilimlerde önemli dönüşümlere

yol açmıştır. Bu dönüşümle beraber siyaset alanı gittikçe daha fazla profesyonel bir yol almış ve seçim kampanyalarında politikacıların vatandaşlara ulaşma noktasında köklü ve etkili gelişmeler yaşanmıştır (Ünlü, 2018, s. 374). Aslında insanlığın var olduğu ve birlikte yaşamaya başladığı andan itibaren iletişim insanlar arasında önemli bir haberleşme ve anlaşma yoludur. Bununla beraber kitlesel haberleşme yöntemleri de yaşamın temel dinamiği ve belkemiği olarak ifade edilebilir. Teknolojinin gelişmesiyle birlikte kitlesel iletişim yöntem ve araçları sosyokültürel hayatın vazgeçilmez listesinde en başat unsur olarak yerini almıştır (Çağlar, 2017, s. 149). Çağın getirdiği toplumsallaşma ve etkileşim gerektirmeleri siyasal hayatı da en çok etkileyen iletişim araçlarına yöneltmiştir. Siyasal partiler seçmenlerini etkilemek ve kamuoyu yoklaması yapmak amacıyla siyasal iletişimden faydalanmıştır. Buradan hareketle siyasal partiler, parti tanıtımı ve daha çok sesinin duyurmak ayrıca seçmeni etkilemek, parti propagandası gibi değişik yöntemlerle geniş kitlelere seslenmek amacıyla bir takım siyasi kampanya ve reklam stratejilerine başvurmuştur (Budak, 2018, s.32). Burada siyasal reklamcılığın yeni bir boyut kazandığı değerlendirilmesi ön plandadır.

Müzik, tarihin ilk dönemlerinden günümüze kadar toplumsal yaşamın önemli bir parçası olarak devam etmektedir. Dolayısıyla savaşlarda, cenazelerde, düğünlerde, yemeklerde, şölenlerde, toplu eğlencelerde tercih edilen bir uygulama olmuştur. Müzik tüm toplumların manevi duygularına tercüman olarak topluluklara hitap edebilme yeteneği ve gücüne sahip önemli bir iletişim aracıdır. Öte yandan iktidar olmak isteyen her siyasi liderin ya da partilerin düşüncelerini geniş kitlelere ulaştırmak ve bu kitlelerin desteğini almak amacıyla çeşitli propaganda yöntemlerinin yanı sıra müziğin etkisinden de büyük ölçüde faydalanmayı seçmiştir (Yavuz ve Sezer, 2018, s. 29).

Gelişen ve değişen dünyada teknoloji de yaşanan değişimlerle birlikte seçim kampanyalarındaki görsel ve işitsel öğelerin zenginleşmesini kaçınılmaz kılmıştır. Dolayısıyla seçim kampanyalarında reklamcılığın tüm yönlerinin kullanılmasına özen gösterilmiştir. Burada seçmenin dikkati üzerinde en çok etkili olan müzik metaforu göze çarpar. Bununla ilgili olarak özel seçim müziklerinin bestelenmesi ve bu müziklerin meydanlarda, hoparlörlerde ya da kasetler aracılığıyla halka dinletilmesi ile seçmenin dikkat algısı şekillendirilmek istenmiştir (İlter, 2020, s. 80).

1950'den sonra oluşan özgür düşünce ortamı demokrasi noktasında da yeni gelişmelerin öncüsü konumunda olmuştur. 1960'dan sonra Türk siyasal

hayatında yeni partiler kurulmuş ve bu yeni kurulan partiler, boy göstermek ve seçimlerde kazanan taraf olmak arzusuyla farklı yollara başvurmuşlardır. Türk siyasi tarih literatürüne “seçim müzikleri” olarak kayda geçen bu propaganda aracı 1960’ dan sonra en çok başvurulan yöntem olacaktır. Türkiye’ de müzik-politika serüveni 1943 yılında CHP’ nin ilk kez seçimlerde siyasi amaçla kullanmış olduğu taş plakla başlar. Plak şehirlere gönderilmiş ve belediye hoparlöründen halka dinletilmiştir (Yalçın, 2015, s.1). En canlı örneği 1965 yılı seçimleriyle kendini gösterir ve bu sefer çok farklı bir uygulama başlar. Şarkı bestelenir ve kasetle halka ulaştırılır. Türk siyasal hayatına propaganda aracı olarak müziğin girmesiyle başlayan bu yeni dönem siyasi partilerin seçim reklamlarına yeni bir soluk getirmesine yol açar. Bu bağlamda 1965 seçimleri Türkiye’ de bir ilkin yaşanacağı seçimler olmuştur. Bu seçimlerin en çok dikkat çeken tarafı propaganda söyleminde çok farklı bir metot olan müziğin ilk defa seçim malzemesi olarak kullanılmasıdır (Gençalp, 2018, s. 212).

1. Seçim Propagandası Bağlamında Siyaset-Müzik İlişkisi

Propaganda kavramı; bir görüşün ve belli bir davranışın insanlar tarafından benimsenmesi ile sonuçlanan hedef kitlenin düşünce ve davranışını etkilemeye yönelik bir girişimi kapsamaktadır. Bu etki kitleler üzerinde uygulanmaktadır. Propaganda geniş bir çerçevede nüfuz etmeyi (şarkı, gösteri, medya vb.) sağlayan ve belli bir dili kullanan kamu görüşüne ilişkin konularda ortaya çıkmaktadır. Bunun dışında propaganda, belirli bir grubun duygu ve düşüncelerini etkilemek, kontrol altında tutmak veya onları değiştirmek için amaçlı ve planlı bir şekilde ortaya konulan fikirlerin kapsamıdır (Karaburun, 2018, s. 91-92).

Propaganda amaçlı şarkı ve benzer şekilde marşlar ideolojik söylemler için de oldukça geniş kitlelere ulaşabilmiştir. Ayrıca müzik insanların duygu dünyası üzerinde büyük bir etkiye sahiptir. Bu etkinin bilincinde olan propagandacılar, yapmış oldukları şarkılarla propaganda faaliyetlerinde bu unsurdan yararlanmıştır (Karaburun, 2018a, s.92). Seçim şarkılarının siyasi pazarlama yönüyle ele alınması gerektiği ve siyasi aktörlerin bu süreçte yer alan parti örgütüne mensup kişilerin belirlenen hedefleri gerçekleştirmek amacıyla siyasi partilerin çıkarları gözetilecek şekilde seçmenlerle uzun vadeye dayanan ilişkiler kurma, sürdürme ve geliştirme politikası olarak ifade edilebilir (Ünal, 2019, s. 573). Müzik ve siyaset ilişkisi temel olarak üç farklı şekilde ortaya çıkmaktadır. Birincisi, müziğin siyasi bir mesaj vermesi -şarkı sözleri ya da bestenin bir aday veya siyasi partiyi övmek için değil, bir siyasi düşüncenin

ifade edilmesi amacını taşıması- ikincisi, adayın ya da partinin bilinçli olarak bir eser yazdırması ve bu durumu kendi tanıtımı için kullanmasıdır. Üçüncüsü ise müziğin siyasal bir ideolojiye hizmet etmesidir (Ünal, 2019a, s.573). En çok merak edilen konu ise müzik ve siyaset ilişkisinin tam olarak nasıl başladığıdır. Aslında müzik-siyaset ilişkisinin tarihi geçmişi çok eskilere dayansa da modern anlamda ifade edilecek olursa iki dünya savaşı arasındaki dönemde yükseldiği görülmektedir (Öztürk, 2014, s. 198-199).

Politik kültürün önemli bir aşamasında müziğin oldukça farklı bir etkiye sahip olduğu muhakkaktır. Tarihsel süreç içerisinde müzik, politik gelişmelere eşlik eden aynı zamanda yol gösteren bir ifade biçimidir. Tarihin farklı dönemlerinde müziğin iktidar kaynakları tarafından ya da bir açıdan siyasi yapılar aracılığıyla hem bir iletişim aracı hem de propaganda yöntemi olarak kullanılmıştır. Tarihin ilk dönemlerinden itibaren özellikle savaş meydanlarında ordunun moralini güçlü tutmak amacıyla farklı müzik aletleri ile bu misyon yerine getirilmeye çalışılmıştır (Erol, 2005, s. 185). Dolayısıyla müzik ve politika arasındaki ilişki, tarihsel süreçte toplum yaşamında egemen olan siyasi fikirlerin, güçlerin ve toplumu ilgilendiren olayların, dönemin müzik anlayışı içerisinde çeşitli şekillerde işlenmesi olarak ele alınabilir (Akçay ve Solmacı, 2020, s. 338). Siyasal iletişim genel anlamda sadece mesaj ya da ileti bağlamında ele alınmamalı, tarihi ve siyasal atmosfer de siyasal iletişimi etkilemektedir. Dolayısıyla siyasal iletişim strateji bakımından seçim kampanyaları, reklamcılık, pazarlama ve propagandayla doğrudan ilişki içerisinde (Göksu, 2018, s. 4).

19. ve 20. yüzyılda Almanya, İtalya, Rusya ve Çin, müziği siyasal propaganda aracı olarak kullanmıştır. Öte yandan Osmanlı Devleti de savaşlarda daha güçlü ve baskın olmak amacıyla müziği bir çeşit propaganda aracı olarak kullanmıştır. Özellikle marşlar aracılığıyla amaç somut bir yapıya dönüşmüştür. Devamında Türkiye Cumhuriyeti'nin kuruluş aşaması ve sonrasında da bu tür uygulamalar devam etmiştir. Burada önemli olan temel etken marşların sadece siyasi ve toplumsal olayları yansıtmak görevinin dışında kitleleri harekete geçirme noktasında da rol oynadığı gerçeğidir. Burada irdelenen olgu siyasal iletişimin kitle üzerindeki etkisidir (Tanyıldız, 2012, s. 99).

Müziğin politik bir argüman olarak kullanılması hemen hemen dünyanın bütün ülkelerinde yaygın olarak görülmektedir. Amerika'da da güçlü politik şarkıların izlerine rastlanır. Amerika tarihindeki önemli meseleler bu tür şarkıların yazılmasını sürekli tetikleyen ana etken olmuştur. Bu bağlamda müzik ve

toplumların siyasi tarihi sosyolojik olarak ele alındığında örnekleri çoğaltmak mümkündür (Lull, 2000, s. 18). Politikada müziğin kullanımı ile ilgili olarak arka planı oldukça geçmişe dayanır. Bunun en açık örnekleri yine Amerika’da görülmektedir. Dolayısıyla seçim dönemlerinde şarkıların tarihsel olarak kullanımı 1700 yıllarına kadar dayanmaktadır. Ayrıca 1734 yılında yapılan seçim kampanyalarında kullanılan politik müziğin olumlu sonuç vermesi üzerine dönemin New York Valisi bu şarkıları besteleyenlere ödül vererek mükâfalandırmıştır. Bunun yanı sıra 1780’lere gelindiğinde “God Save Washington” şarkısının yapılan seçim neticesinde Amerika’da ilk başkanın kazanmasında büyük katkısı olduğu ileri sürülmüştür (Tanyıldız, 2012a, s. 99). Benzer şekilde İngiltere’de de popüler şarkıların monarşik kuralların meşrulaştırılmasında ve aynı zamanda kitlesel yoğunluk oluşturmada oldukça önemli bir kampanya ve propaganda aracı olarak kullanıldığı iddia edilmiştir (Tanyıldız, 2012b, s. 99).

Yukarıdaki bilgiler ışığında modern anlamda ilk siyasi reklam ya da siyasi propaganda aracı olarak müziğin kullanılması 1952 yılında Amerika’da yapılan başkanlık seçimiyle başlamıştır. Amerika’da başlayan siyasi reklam havası 1960’lı yılların sonlarına doğru bütün Avrupa ülkelerinde karşılık bulmuştur. Türkiye’nin de bu durumdan etkilendiği ve seçimlerde müziğin propaganda aracı olarak kullanılmaya başlandığı dönem olmuştur (Aziz, 2017, s. 4).

2. Seçim Müziklerinin Seçmen Üzerindeki Etkisi

Siyasal partilerin seçim kampanyalarında kullanmış oldukları müziğin genelde partilerin ya da seçmenlerin ideolojilerine uygun olduğu söylenilebilir. Burada asıl önemli etken seçmen üzerinde psikolojik bir baskı kurarak oy kapma düşüncesi söz konusudur. İdeoloji bu anlamda partinin çıkarıcı yaklaşımına bir şekilde alet edilmiştir.

İnsanlar arasında duygu birliği bağlamında müziğin bütünleştirici işlevselciliği sağlamaya çalışması ve ayrıca kendine özgü bir dil kullanması herkeste heyecan yaratan önemli bir sanatsal eylemdir. Her insanın dinlemiş olduğu müziğin kişinin ruh dünyasına hitap etmesi aslında psikolojik bir etki yaptığı ifadesidir. Bu sebepten dolayı müzik seçmeni etkilemek ve ikna etmek amacıyla siyasi kampanyalarda seçmen üzerinde önemli derecede rol oynar (Altınölçek, 2001, s. 1). Kitle iletişim araçlarının yaygın olarak kullanılması neticesinde siyasi seçim kampanyalarında şarkıların seçmenlerin tercihi üzerinde daha çok etkili olduğu ileri sürülür. Bunun temel sebebi müziğin güçlü bir sosyal uyarım meydana getirme yapısından kaynaklanmasındır (Kalender, 2005, s. 89). Siya-

sal seçim kampanyalarının temel hedefi, seçmenlerle iletişimi geliştirmek ve siyasal partiler ile adaylara verilecek oyların sayısını arttırmaktır. Bu amacı gerçekleştirmek için seçim sürecinin temel dayanağı iki ana akım etrafında şekillenmektedir. Birincisi, parti veya adayın üstünlüğü için seçmen tercihlerini etkilemeye çalışmak ikincisi, seçimde kendi taraftarlarının daha çok oy vermesini sağlamaktır. Bu amaç genel anlamda seçim propagandasının ve kampanyasının kapsamı açısından oldukça önemlidir. Ahmet Kalendere göre; bu aşama dört şekilde gerçekleşir. Şöyle ki; birincisi ve en önemli aşama seçmeni/seçmenleri bilgilendirmektir. İkincisi seçmenlerin ikna edilmesi, üçüncüsü taraftarlığın pekiştirilmesi, dördüncü seçmenlerin harekete geçirilmesi ve oy verme çabalarıdır (Kalender, 2005a, s. 144-145). Görüldüğü gibi müziğin hem bir propaganda aracı olarak kullanılması hem de siyasi bir malzeme olarak metalaştırıldığı değerlendirilmesi ön plandadır. Seçmenlerin siyasal karar süreçlerinde etkili olan ana başat unsurun varlığı konunun kapsamı açısından oldukça önemlidir. Bu temel başat unsurlar şu şekilde sıralanabilir;

- Siyasal parti ile ilgili unsurlar
- Adayı ilgilendiren unsurlar
- Seçmeni ilgilendiren unsurlar
- Gündemi meşgul eden unsurlar
- Propaganda, kampanya ve iletişim ile ilgili unsurlar (Öç, 2019, s. 104-105).

Parti propagandasında ve seçmenlerin ikna edilmesi noktasında siyasal kampanyanın en önemli dikkat algısının bu çerçevede değerlendirilmesi bakımından önemlidir. Kulağa hitap eden bir kitle iletişim aracı olan müziğin siyasal kampanyalarda kullanılması seçimde farklı etkiler uyandırması mümkündür. Dolayısıyla seçim zamanlarında yürütülen siyasal iletişim çalışmalarında müzikli propagandanın birbirinden farklı nedenleri vardır. Konuşma şekilleri gibi müzik aracılığıyla başkalarının fikirlerini, görüşlerini ve algısını hem değiştirmek hem de etkilemek mümkündür. Örneğin; seçim kampanyalarında müziğin adayın düşünce dünyasında etki uyandırması çok önemlidir. Öte yandan adayı kahraman gibi göstermek ve çekiciliğini arttırmak amacıyla şarkıların bu misyona hizmet için kullanıldığı söylenilebilir (Tanyıldız, 2012b, s. 100).

Kitle iletişim araçlarının var oldukları günden bu yana insanlara fikir verme ve onları harekete geçirme bakımından önemli etkileri vardır. Kitle iletişim araçlarının önemi her geçen gün büyük ölçüde artmaktadır. Dolayısıyla kitle

iletişim araçları aracılığıyla yapılan politik pazarlama faaliyetlerinin kamuoyu üzerinde ciddi bir etkisinin olduğu söylenilebilir. Bu durumun seçmen tercihinin şekillenmesinde güçlü bir etkiye sahip olduğu muhakkaktır. Öte yandan seçim kampanyalarında kullanılan işitsel reklamcılık faaliyetleri ya da çalışmaları sayesinde seçmenlerin tercihinin yönlendirme veya politik parti/kişilerin fikirlerini etkileyebilir. Bu durum ayrıca vatandaşların siyasete ve siyasal kararların alınması sürecine katılım sağlanması açısından da önemli bir görevi üstlenmesidir (Alp, 2017, s. 31).

Siyasal kampanya şarkılarının seçmeni bilgilendirme noktasında oldukça önemli bir şekilde etkisi vardır. Çünkü iletişim, gerek araçlar vasıtasıyla gerekse bunlar olmaksızın mesajını karşı tarafa ulaştırması demektir. Bu şekilde karşılıklı etkileşimli bilgi yaratılması ve bu bilginin paylaşılmasıyla beraber bir yakınlaşmanın oluşmasına neden olur (Bektaş, 2002, s. 45). Bunun haricinde müziğin en önemli özelliği karşı tarafa aracısız bir şekilde duygusal yollarla bilgi vermesidir. Müziğin hem toplumsal hem de bireysel olarak kullanılan alanın ürünüyle birleşmesi neticesinde sahip olduğu kitleye güçlü bir şekilde bilgi aktarımında aracı olması müziği farklı kılan özellik olarak ifade edilmiştir (Kaygısız, 2004, s. 9-10). Siyasal partilerin şarkılarla seçmeni ikna etmek ve bilgilendirmek amacıyla müziğe başvurmaları, siyasal propagandanın hem yeni bir versiyonu hem de politik misyonu olarak ifade edilebilir. Aslında bu tavır müziğin ilkesel olarak politik araçlara malzeme edildiği anlamını içermektedir. Dolayısıyla siyasal propagandanın asıl amacı dikkatleri belli bir noktaya çekmek ve toplumun algısını canlı tutmak için bu çeşit yollara başvurmaları siyasal malzeme alanı için kaçınılmazdır. Bu sebepten dolayı seçim hazırlıkları döneminde toplumun dikkatini çekmek için güçlü bir mekanizmaya ihtiyaç hâsıl olur. Şarkılar aracılığıyla siyasi parti daha rahat seçmenine ulaşır (Özsoy, 2002, s. 189-190).

Seçime hazırlık aşamasında olan partilerin siyasal kampanya şarkılarının seçmene siyasal partiyi ve mesajlarını hatırlatmasında güçlü bir etkisi vardır. Zaten seçim şarkılarının içerikleri incelendiğinde rastgele hazırlanan şarkılar olmadığı ve asıl amacının siyasal içeriklerle algı yaratması hatta dikkati çekmek eğiliminde oldukları aşikârdır. Burada müzik-hafıza ikileminin baskın olduğu ve müzikle öğretilen kavramların daha kalıcı olduğu ayrıca bu kavramların hatırlanmasında etkisi unutulmamalıdır (Tanyıldız, 2012c, s. 101). Siyasal kampanya şarkılarının seçmenin tutumu üzerinde ciddi bir etkiye sahip olduğu söy-

lenilebilir. Bireyin kendisine ya da çevresine karşı davranışlarında tutumlarında zihnin örgütlemiş olduğu duygusal tepkidir (İnceoğlu, 2004, s. 19).

Siyasi kampanyalarda kullanılan müziğin toplumsal içerikleri barındırması oldukça önemlidir. Çünkü ulusal ve yerel seçim ritüelleri oluşturarak ulusta birlik sağlamak bu kampanyaların en önemli propaganda desteğidir. Dolayısıyla seçim şarkıları vasıtasıyla işitsel anlamda bir bütünlük sağlayan şarkıların ayrıca ulusal sembollerin de kullanılmasıyla siyasi tutumların farklılık göstermesinde etkisi büyük olur (Barut, 2002, s. 211). Siyasal kampanya şarkılarının seçmeni harekete geçirmesi ve seçmenin siyasal katılımını artırdığı ayrıca seçmenin ayırt edici özelliğini devreye sokarak politik bir imge haline dönüşmesine sebep olmaktadır. Yani siyasal ve ideolojik bir tavrın seçmen üzerinde etkili olduğu söylenilebilir. Burada birbirini etkileyen farklı yaklaşımlar söz konusudur. Bunlar; sosyolojik, psikolojik ve ekonomik yaklaşım olmak üzere üç ana metafor etrafında şekillenmektedir. Ayrıca merkez-çevre bölünmesi, sağ-sol yönelimi, patronaj yaklaşımlar ve laikçilik-İslamcılık tartışmaları seçmenin davranışı veya tutumu üzerinde ciddi oranda etkilidir (Akgün, 2002, s. 25).

3. Türk Siyasal Hayatı ve Seçim Şarkıları (1965-1995)

3.1. 1965-1980 Arası Dönemde Partilerin Seçim Şarkıları

Türk siyasal hayatında yaşanan en önemli gelişme 1950’de iktidara gelen Demokrat Parti ile sağlanmıştır. Özellikle tek parti iktidarının sona ermesi bakımından oldukça önemlidir. 1950-1960 arası yaşanan DP dönemi, Türk siyasal hayatında önemli yılların yaşandığı bir dönemeci ifade eder. Bu on yıllık süreçte demokratikleşme, ekonomik kalkınma planları ve dünya ile ilişkilerin şekillendiği bir dönem olmuştur (Keskin, 2012, s. 120). Dolayısıyla Türkiye’de bu süreç içerisinde en önemli etkiyi siyasal partiler yapmış, ülkede tek parti geleneğinden çok partili siyasal yaşama geçilerek bir siyasal parti kültürü meydana gelmiştir (Keskin, 2012a, s. 123). Ancak rüzgâr tersine dönmüş ve 10 yıllık DP dönemi 1960’da yapılan darbe ile sona ermiştir. Türk demokrasi tarihine bir balyoz gibi inen bu darbe demokratikleşme sürecini oldukça olumsuz bir şekilde etkilemiştir.

1960 İhtilali ile birlikte yaklaşık bir buçuk sene sonra ancak siyasal hayatta hareketlilik yaşanmış ve yeni partiler kurulmuştur. 1960-1995 arası dönemde kurulan partiler (Bilgiç, 2007, s. 58); Adalet Partisi, Türkiye İşçi Partisi, Yeni Türkiye Partisi, Millet Partisi, Türkiye Birlik Partisi, Cumhuriyetçi Köylü Millet Partisi/Milliyetçi Hareket Partisi, Cumhuriyetçi Güven Partisi, Demokra-

tik Parti, Milli Selamet Partisi, Sosyalist Devrim Partisi, Türkiye Sosyalist İşçi Partisi, Anavatan Partisi, Doğru Yol Partisi, Halkçı Parti, Demokratik Sol Parti, Sosyal Demokrasi Partisi, Milliyetçi Demokrasi Partisi, Refah Partisi (Bilgiç, 2007, s. 59).

Bu dönemde koşulların çok elverişli olmamasına rağmen plak, kaset, afişler aracılığıyla seçim meydanlarında veya sokaklarda propagandanın çok yoğun yapıldığı yıllar olmuştur. Bunların içerisinde seçim şarkıları en çok başvurulan propaganda aracı olarak sivrilmıştır. Başta politikacılar olmak üzere toplumun bütün kesimlerine kadar kaset ya da plak doldurma furyası başlamıştır. Ünlü kişilerce yeni besteler üretilmiş ve partinin ideolojik yapısına uygun bir şekilde şarkılar uyarlanmıştır. Araba konvoyları teypten çalınan şarkılarla dolaşmaya başlar (Akdağ, 2019, s. 94). Kısaca 1970’lerdeki imkânın verdiği ölçüde dönemin teknolojik yapısına uygun seçim şarkılarının bestelendiği ve bu şarkıların propaganda aracı olarak kullanıldığı saptanmıştır. Öte taraftan Türkiye’de 1970’lerde seçim propagandası olarak müziğin tercih edilmesinin neticesinde müzik endüstrisinde yaşanan gelişmelerle birlikte kaset üretimi artmış ve müziğin daha çok dinlenilmesine olanak sağlanmıştır (Çiftçi, 2010, s. 156).

Türk siyasal hayatında ilk seçim şarkısını seçim meydanlarında Türkiye İşçi Partisi 1965 yılında yapılan seçimlerde seçmenleriyle paylaşmıştır. Modern anlamda bir ilkin yaşandığı bu seçimlerde TİP, “Yarının Şarkısı” adlı parçayla ilk kez Türkiye’de müziğin kullanıldığı bir seçim kampanyasıyla Türk siyasal hayatına bir yenilik getirmiştir (Akşam, 2014 s. 1). Erdem Buri’nin yazdığı ve Tülay German’ın seslendirdiği TİP’in seçim müziği olan “Yarının Şarkısı” (Kulak, 2020, s.1) şu sözlerden oluşmaktadır:

“Bir şarkı olmalı / Özlemi söyleyen / Bu koyu günlerden / Yarına ses veren / Bir sevgi olmalı / Senden de yükselen / Sonra benimle bir / Yarına yön veren / Bir umut olmalı / Gözlerinde senin / Gözlerimde benim / Yarına erişen / Bir yarın olmalı / Başka türlü bir şey / Bir aydın, bir güzel / Yarına varmalı.”

Bu şarkıyla göz nuru ve alın teri vurgusu ön plana çıkarılmış ayrıca afişlerle “Ekmek Partisi” diye yazılarak işçi ve emekçinin yanındayız mesajı verilmiştir. Sol jargona sahip parti meclise 15 milletvekili sokmayı başarmıştır (<https://www.youtube.com/watch?v=-ub4OskLdpw&t=693s>, 2021). CHP, bu dönemde ortanın solunda olduğunu dile getirmiştir. İsmet İnönü’nün ilk kez ifade ettiği ortanın solu kavramı bundan sonra propaganda söylemi olur. Bülent Ecevit’in de benimsediği ve sık sık dile getirdiği ortanın solu sloganı sonraki süreçlerde Demokratik Sol Parti’nin kurulmasıyla doruk noktasına çıkacaktır.

TİP'in sol jargona sahip olması ve CHP'nin Ortanın Solu olarak kendini göstermesine rağmen 1965 yılı seçimlerinde başarılı olan parti Süleyman Demirel'in genel başkanlığını yaptığı Adalet Partisi olur. Bu dönemde AP'nin seçmenini "*Vatan İçin Elele Verelim*" sloganıyla selamladığını görmekteyiz (Başbakanlık Cumhuriyet Arşivi (BCA), 030.01.47.283.7). Demirel, bu başarıdan sonra partisinin üçüncü il kongrelerinde duygularını şu şekilde paylaşır: "*10 Ekim 1965 seçimleri Büyük Türk Milletinin çeşitli manialara rağmen Adalet Partisini tek başına iktidara getirmek kararını aldığı gündür.*" Devamında: "*biz iktidarı büyük milletimize hizmet için bir vasıta addeden insanlarız. Bulduğumuz mevkide kendimiz için bulunmak bizim felsefemiz değildir*" diyerek konuşmasını sonlandırır (BCA, 030.01.16.87.16). Seçim sonuçlarından memnuniyetini böylelikle seçmeniyle paylaşmıştır.

1965 seçimlerinin önemli bir diğer özelliği de siyasi mizah plaklarının propaganda aracı olarak kullanılmaya başlanmasıdır. CHP ile ilgili ilk siyasi mizah plakları Ortanın Solu ile girilen seçimlerden alınan yenilgi üzerine çıkar. Modern Komikler Parazitler adlı bir grup tarafından hazırlanan iki plak "*Ortanın Solu*" ve "*Ağlama Değmez Paşa*" bu yenilgiyi anlatır. Ortanın Solu Plağında; "*'Ortanın Solu' dedi, partiyi yere serdi/ Kurtaramam ben diye/ Bir devri toptan yendi/ Hani benim İsmetim, İsmetim/Gitti kısmetim*" dizeleri yer alırken, Ağlama Değmez Paşa Plağında ise "*Ağlama değmez Paşa Çoban Sülü geçti başa*" sözleri dikkati çeker (Alkan, 2004, s.48).

TİP'ten sonra ilk defa seçimde propaganda aracı olarak müziği kullanan bir diğer parti CHP olur. 1970'ler teyp' in icadıyla önemli gelişmelere zemin hazırlamış ve bu yeni ses cihazını en çok kullanan Necmettin Erbakan ile Milli Selamet Partililerdi. MSP, ilklerde buna karşı tavır takınmış hatta şarkı söylemenin günah olup olmadığı tartışılmıştır. 1973 yılına gelindiğinde CHP'nin umudu Bülent Ecevit, seçimlerde popüler müzikten faydalanmaya karar vermiştir. Seçimlerden önce "*Ak Günlere*" adı altında bir seçim bildirisi hazırlanır. "*Ak Günlere*" 1973 seçimlerinin ana sloganıdır (Esmer, 2008, s.79). 1973 yılı aynı zamanda ilk defa CHP'nin iktidarı paylaştığı muhafazakâr bir parti olan MSP'nin iktidar ortağı olduğu yıllardır. Ak Günlere şarkısı adeta CHP-MSP'nin ortaklığını öven bir şarkıdır. "*Ecevit Karaoğlan / Erbakan gelin oldi / Demirel'in gözleri / Şimdi yaş ile doldi*" sözleri ile Ecevit-Erbakan ortaklığı dizelere bu şekilde yansımıştır. Bu döneme damgasını vuran ve dillerden düşmeyen propaganda şarkısı "*Sev Kardeşim*" meydanlarda artık Ecevit için çalılıyordu (Ye-

nişafak, 2015, s.1). Ecevit seçim kampanyasında tercihini pop müzikten yana kullanmıştır. Bunun yanı sıra Türk siyasal tarihinde Atatürk'ten sonra hakkında en çok şarkı bestelenen siyasi figürlerden biri Bülent Ecevit'tir. “Kurtar Bizi Karaoğlan”, “Ecevit Geliyor”, “Ecevit’ Gel”, “Canım Ecevit” Ecevit için bestelenen şarkılardır. Şenay'ın söylediği şarkının sözleri şöyledir:

SEV KARDEŞİM

“Bak kardeşim

Elini ver bana

Gel kardeşim

Neşe getirdim sana

Al kardeşim...”

CHP, bu şarkıyla seçmeniyle buluşurken genel olarak kullanmış olduğu dilin ılımlı ve yapıcı olması ise dikkatlerden kaçmayan önemli bir detaydır. O dönemde meydanları inleyen bir diğer CHP seçim şarkısı ise “Gel Karaoğlan” adlı parçadır (<https://www.youtube.com/watch?v=g1BUZ94TInU>, 2021).

Şarkının içeriğine bakıldığında önceki iktidar partisinin uygulamaları karşısında bir bıkkınlığın yaşandığı ve bu durumdan kurtulmak için yeniliklere ihtiyaç olduğu hissi uyandırılmak istenmiştir.

“Ellinci senenin aydın kişisi

Zaman geldi çattı, gel Karaoğlan

Bu bozuk düzenden artık usandık

Sen buna bir çare bul Karaoğlan.”

Görüldüğü gibi sitem dolu bir seçim şarkısı. Tek çarenin Ecevit olacağı yönündeki telkinler ağır basmaktadır. Seçim şarkıları artık kişisel propaganda niyetiyle kullanılmıştır. Giderek siyasallaşan seçim müzikleri, partilerin programları gibi sunulmuştur. Burada Süleyman Demirel'in ülkeyi yönetemediği mesajı verilmek istenmiştir. Demirel ve hükümetinin şarkı yoluyla eleştirilmesi politikada yeni bir atışma yöntemi olarak siyaset arenasında yerini alır. Yıllardır tek başına iktidar olma hasreti çeken CHP'nin cumhuriyetin 50. yılında iktidara gelme yönündeki özlemini anlatır.

AP Genel Başkanı Süleyman Demirel, CHP'nin seçim kampanyasına karşılık çok geçmeden Yılmaz Türkoğlu'nun seslendirdiği “Demirel İktidara Yine Gel” şarkısıyla 1973 genel seçimlerinde karşılık vermiştir (Temizel, 2018, s. 2).

Ayrıca hakkında ilk siyasi şarkı yazılan lider Süleyman Demirel'dir (Taylan, 2018, s. 1).

Parçanın sözleri şu şekildedir:

“Demirel Demirel iktidara yine gel / Millet seni istiyor kimse olamaz engel / En zorlu engeli azminle devirdin / Onardın vatani cennete çevirdin / Açlığı yokluğu götürdün / Refahı huzuru getirdin / Barajlar, köprüler, fabrikalar açtın / Milliyet uğrunda yılmadan savaştın / En yüksek zirveye ulaştın / Bize nurlu ufuklar açtın / Tarihler yazacak yaptığın hizmeti / Gururla anacak seni Türk milleti / Allah'a emanet olasın / Daima sağlıkla kalasın.”

Türk siyasal hayatının en renkli simalarından Adalet Partili Süleyman Demirel 1977 seçim kampanyasında popüler müzikten yana tavır almıştır. Ayrıca 1977 seçimleri, seçim kampanyalarında reklam ajanslarından ilk kez yararlanılan dönem olmuştur. İlk kez parti liderleri seçim planlamalarını profesyonellere bırakmaya başlamışlardır. 1970'li yıllar hem Türkiye'de hem de dünyada önemli gelişmelerin yaşandığı yıllardır. Özellikle Kıbrıs Meselesinden ötürü dış politikada zor bir sürecin yaşanması ve gençlik olaylarının tırmanması gibi durumlar iç politikayı da hayli etkilemiştir. Bunun dışında ekonomide yaşanan sıkıntılar yüzünden vatandaş çözüm üreten partiye yanaşmak istemiştir. Ortanın solu olarak kendini tanımlayan CHP'ye karşı Adalet Partisi 1977 seçimlerinde meydanlarda “Komüniste Kanma Zühtü” şarkısıyla renkli bir havanın oluşmasına neden olmuştur. Bu seçim CHP ile AP arasında büyük bir rekabete neden olur. Rekabet dili seçim şarkılarına da yansımıştır. Öztürk Serengil tarafından okunan şarkının sözleri şu şekildedir:

“Gariban bir vatandaşsın senin aklın Zühtü / Kendini tanı Zühtü / Türklüğünü unutturanlara kanma Zühtü / Aklını topla Zühtü, Kafayı vurursun Zühtü / Uyuma sakın Zühtü, Sonra yanarsın Zühtü / Komüniste kanma Zühtü / Ecdadının kemikleri sızlıyor be Zühtü / Aklını topla Zühtü / O şehitler olmasaydı sen var mıydın Zühtü? / Komüniste kanma Zühtü! / Ar namus gider Zühtü / Din iman kalmaz Zühtü! / Pişman olursun Zühtü / Galiçya'da, Kafkasya'da, Korelerde Zühtü! / Dökülen kanı Zühtü / Moskof cennet ise niye kaçıyorlar Zühtü? / Uyuma sakın Zühtü / Gerçek budur Zühtü / Din iman kalmaz Zühtü / Ar namus gider Zühtü / Komüniste kanma Zühtü! / Sen oyunu kime vercen seçimlerde Zühtü? / Aklını topla Zühtü! / Süleyman'dır yolun Zühtü / Unutma sakın Zühtü! / Barajları Zühtü, Fabrikaları Zühtü, Asfaltları zühtü! / Televizyonu zühtü, köprüleri zühtü! / Milliyetçi Zühtü, unutma! / Unutma bunları Zühtü! / Haysiyetli, milliyetçi Zühtü!”

Şarkı incelendiğinde Zühtü'nün gariban bir vatandaş olduğunun hatırlatılmasıyla başlayan, onun pişman olmamasını dileyen, Zühtü'nün milliyetçi duygularını harekete geçirmeye çalışan ayrıca ona Birinci Dünya ve Kore Savaşı'nı hatırlatarak uyandıran, yer yer Zühtü'nün muhafazakâr yönlerine değinen fakat Zühtü'nün sandık başında oy vereceği kişinin Süleyman olduğunun mesajı sıklıkla yinelenmiştir. Arada muazzam bir keyboard solo attıktan sonra Moskova'dan kaçanlar üzerinden anti-sosyalizm propagandası yapan ve son olarak barajlar, fabrikalar, televizyon, yollar ve köprüler gibi ülkenin kalkınması amacıyla yeni çalışmaların yapılacağı müjdesi verilmeye çalışılmıştır (Keşan, 2018). AP, seçmenini Ortanın Solunda bulunan CHP'ye karşı uyarması da gözden kaçmayan önemli bir detay olmuştur.

Ayrıca halkı uyaran ve ülkedeki iç çatışmalara ve komünizm tehdidine karşı dikkatli olmaya çağırان bir söylem bulunmaktadır. Ülkedeki sağ-sol çatışmasının etkileri görülmekte olup sol tandanslı örgütlere karşı mesafeli olan sağ kitleleri manipüle etmek ve bunun yanında CHP'nin sol örgütlerle bağlantısı olduğu vurgusu amaçlanmaktadır. Sağ kitleleri tek bir çatı altında toplayabilmek adına müzikli propaganda vasıtası ile milliyetçilik, komünizm karşıtlığı, Türklük, vatan ve geleneksel değerlerin vurgulaması yapılmaktadır. Kullanılan müzikli propagandanın türkü olması kırsal kesime hitap eden bir tarzı olduğunu göstermektedir. Bu da o dönemdeki AP seçmeninin CHP'nin aksine daha köy ve kırsal bölgelerden oy almasıyla alakalıdır. Demokrat Parti'nin mirasını taşıma misyonuna sahip olan AP, CHP gibi metropollerdeki memur ve öğrenci kesimine hitap etmekten ziyade çiftçi ve esnaf zümreye hitap ediyordu. Zühtü parçası ise bu açıdan bakıldığında doğru bir seçimdir (Öztürk, 2014a, s. 202).

CHP, “Milliyetçi Zühtü” şarkısına kayıtsız kalmamış ve Ünlü Büyükgönenç ile karşılık vermiştir. CHP, sanatçı Büyükgönenç ile Zühtü'deki gibi çatışmacı dil yerine daha ılımlı ve kucaklayıcı bir söylemle seçmenlerine seslenmiştir. Ancak iki şarkı akla kara gibiydi.

“Yeni bir Türkiye”nin şarkı sözleri özetle şöyleydi:

“Müjdemiz var dostlar gözüümüz aydın / Yeni bir Türkiye doğacak bizden / Kalkınan bağımsız güçlü ve saygın / Kardeşi kardeşe düşman olmayan / Ana yüreğine acı dolmayan / Zulmün işkencenin yeri olmayan / Ak günlere doğru hepsi umutlu / Kırk milyon elele her biri mutlu / Özgürlük soluklu barış soluklu / Öğle ki ne ezen ne ezilen / İnsancısına ve hakça bir düzen / Halk iktidarını kurup yükselen / Yeni bir Türkiye doğacak bizden” (<https://m.bianet.org/biamag/siyaset/164575-secim-sarkilarindan-iktidar-fali-tutmak>, 2021).

3.2. 1980-1995 Arası Dönemde Partilerin Seçim Şarkıları

1983 yılı seçimlerine katılmak amacıyla yeni kurulan Halkçı Parti (HP), Milliyetçi Demokrasi Partisi (MDP) ve Anavatan Partisi (ANAP), iktidar için mücadeleye katılmışlardır. Bu üç parti hem kendini seçmene tanıttirmek hem de iktidar hedefi güderek siyasal reklam faaliyetlerini yoğun bir şekilde kullanmıştır. “Türkiye İçin Evet” sloganıyla yola çıkan MDP’ye karşı ANAP, “Oyunu Anavatan Partisine Ver” sloganını kullanmıştır (Ekmekçi, 2017, s. 30). 1983 yılı seçimlerini diğer seçimlerden ayıran bir başka yönelim Türkiye’de seçim kampanyalarından dolayı meydana gelen açık oturum televizyon programına ilk kez yer verilmesi olmuştur.

Ayrıca 1970’lerde plak olarak basılan seçim müzikleri, 1980’lerden sonra kasetlerin icat edilmesiyle artık plaklar yerini kasetlere bırakmıştır. Bundan dolayı plak olarak basılan seçim müzikleri, kasetlere dolmaya başlamış ve ANAP’ın seçim şarkıları meydanların dışında halkın arasında da kendini göstermiştir. 1980’li yıllarda Türk siyasal hayatında yeni bir parti ve yeni bir sima ile demokrasi rekabetine canlılık gelir. 80’li yıllar Türkiye’si denilince akla ilk gelen siyasi figürlerden biri de Turgut Özal’dır (Taylan, 2018a, s.1). Bu yıllar Turgut Özal’ın adının en çok anıldığı yıllar olmuştur. Anavatan Partisi genel başkanı olarak siyaset arenasında 1983 seçimlerinde siyasi sözlerle yazdırdığı şarkılarla popüler müzikten yana tercihinin kullanır. Müzik, artık giderek siyasal bir düzlemde politika malzemesi olmuştur. Siyasal iletişime çok önem veren Turgut Özal ile birlikte seçim meydanları daha önce hiç alışık olunmadık görüntülere sahne olur. Arabesk müzikle arasının iyi olduğunu her fırsatta dile getiren Turgut Özal, Türkiye’nin çok yakından tanıdığı bir şarkı olan “Arım, Balım, Peteğim”i, ANAP’a uygun şekilde revize ederek, seçim meydanlarında seçmeniyle paylaşır (<https://www.youtube.com/watch?v=XB7ovLfhoxI>, 2021).

Seçim kampanyasının en etkili argümanlarından birisi de, partisinin amblesini de çağrıştıran, “*Arım balım peteğim*” şarkısı oldu (Karakaş, 2019, s. 1). İsmet Nedim tarafından yazılan “Arım Balım Peteğim” şarkısı şu şekilde revize edilerek seçmenle paylaşılmıştır:

“Arım, balım, peteğim / Anavatan çiçeğim / Bilsem ki öleceğim / Yine onu seçeceğim / Tek ümidim her şeyim / Özal benim liderim / Bilsem ki öleceğim / Yine onu seçeceğim / Vatan her şeyimiz / Özal liderimiz / Bilsek ki öleceğiz / Yine onu seçeceğiz.” Bu kampanyalar sayesinde ANAP, diğer rakiplerini açık ara farkla geride bırakarak tek başına iktidar olmayı başarmıştır.

1987 yılına gelene kadar Türk siyaseti yeniden şekillenir. 12 Eylül öncesi-nin dört ana yapısı, siyasi arenada tekrar ortaya çıkar. 1984 seçimlerine katılmış olan, Süleyman Demirel'in DYP'si ve Necmettin Erbakan'ın Refah Partisi'nin yanında, Alparslan Türkeş Milliyetçi Çalışma Partisi'ni, Bülent Ecevit ise Demokratik Sol Parti'yi kurduurlar. Bununla birlikte MDP kendini feshederken Halkçı Parti 1986 yazında Erdal İnönü liderliğindeki SODEP ile birleşerek SHP adını alır. 1987 seçimlerine ANAP, SDHP, DYP, Milli Selamet Partisi'nin devamı RP, Milliyetçi Hareket Partisi'nin devamı MÇP, IDP katılmıştır. Bu seçimin kazananı Turgut Özal'ın başında bulunduğu ANAP olur. ANAP bu seçimde çok farklı bir propaganda aracını kullanır. Bununla birlikte ilk defa “*Görüntülü Siyasal Reklam Devri*” başlar. ANAP, yapmış olduğu tüm yenilik ve ilerlemelerin halka sürekli ve düzenli şekilde anlatabileceği bir program düşünür. İcraatın İçinden programı, günümüzdeki uygulamaların da ilk örneğini oluşturmaktadır. 1987 Seçimlerinde, ANAP, SHP ve DYP'nin gazetelerde paralı ilanları yayınlanmıştır. Bununla birlikte SHP ve ANAP televizyonda görüntülü propaganda da yapmışlardır. 1987 seçimleri, siyasal iletişim kampanyaların bir çeşit show'a dönüştüğü bir dönemin de başlangıcı olarak da kabul edilebilir. İlk kez bu seçimlerde şarkılı türkölü, konserli, seçmene çeşitli promosyon malzemelerinin dağıtıldığı Amerikan tarzı kampanyalar görölmeye başlamıştır denebilir (<https://www.slideshare.net/mstfcng/197719831987-genel-seimler, 2021>).

ANAP'ın başarısı Turgut Özal'ı daha da ileriye taşımış; 1990'da Turgut Özal Cumhurbaşkanı olduktan sonra partiden ayrılır ve yerini Mesut Yılmaz'a bırakır. 1991 yılı genel seçimlerinde ise ANAP'ın başına geçen ve Türk siyasal tarihinde önemli mevkilere yükselmiş bir diğer siyasi isim Mesut Yılmaz'ın adı da böylece meydanlarda yankılanır (<http://plakmecmuasi.com/>, 2021). 1990'lı yıllarda Mesut Yılmaz'ın ANAP'ının ve Tansu Çiller'in DYP'sinin siyasal iletişim yarışı, popüler kültür ve popüler şarkılar üzerinden gitmiştir. Bu yıllar Yılmaz-Çiller rekabetinin zirve yaptığı yıllardır.

Türk popunun usta ismi Sezen Aksu'nun seslendirdiği, sözlerini Aysel Gürel'in yazdığı, bestesini ise Onno Tunç'un yaptığı “Hadi Bakalım”ı (<https://www.youtube.com/watch?v=Gh93dp30kHw, 2021>) Türk popuna damga vurmakla kalmamış, üstüne bir de seçim tarihimizde hiç unutulmayacak bir yere sahip olmuştur.

Hadi Bakalım:

“ANAP’ımız var, bir de başkanımız var! / Ne yok? / Biliyor, herkes onda başkalık buluyor / Ne kadar? / En büyük sen! / Hadi bakalım, yeni başkan / Yıl-

mıyoruz yarıştan / Yine en büyük Mesut Yılmaz / Zorunlu bu vatandaş / Anavatan en başta / Bu bitmeyen yarışta / Koşuyor Mesut Yılmaz / Yılmadan azimle en başta / Gençliğin nefesi, Mesut Yılmaz'ın sesi / Ülkenin dört yanında Anavatanlı gidiş / Mesut Yılmaz'ın sesi / Türkiye'nin nefesi / Anavatan hedefi / Ülkemin dört yanında / Sığmıyoruz kolları / Hedef ülkenin imarı / Biz olacağız mimarı / Seviyoruz ANAP'ı / Sığmıyoruz kolları / Seviyoruz insanları / Gençleri, kadınları / Koruyacağız vatani!"

İzel ve Ercan Saatçi, aynı seçimde “Haydi şimdi bütün oylar ANAP’a” diyordu. Yonca Evcimik’in “Abone”si ise “ANAP’lıyız ANAP’lı/ Biz çok farklıyız çok farklı” şeklinde karşımıza çıktı. ANAP, 1991 seçimleri için reklamcı Fransız Sequela’yı getirerek yabancı bir iletişimciye kampanya hazırlatan ilk siyasi parti oldu. Ama sonuç hüsrandı. Bu çetin müzik ve propaganda savaşlarına rağmen, 1991 seçimlerini herkese “iki anahtar” vaadi eşliğinde, siyasete “şapka”sıyla dönen Süleyman Demirel’in DYP’si kazandı. Süleyman Demirel yönetimindeki parti, o dönem herhangi bir seçim müziği kullanmamıştı. Buna rağmen iletişim stratejisi işe yaramış ve 1991 seçimlerinden DYP birinci parti olarak çıkmıştı (Sohtaoğlu, 2014, s.1). 1991’in soldaki bir diğer partisi DSP, adı anıldığında akıllara ilk gelen o meşhur seçim şarkısıyla seçim meydanlarına inmişti. Sözlerini Bülent Ecevit’in kendisinin yazdığı “Ak Güvercin”, çeşitli versiyonlarıyla çalınmaya hep devam etti. “Gözün aydın Türkiye, ak güvercin geliyor! / Güçlendikçe DSP, halkın yüzü gülüyor” (<http://plakmecuasi.com/2020/06/20/90lara-damga-vuran-secim-sarkilari-hadi-bakalim-sandiklara-batikan-baksi/>, 2021) sözleriyle akıllara kazınan şarkı DSP’yi iktidar partisi yapmak için yeterli olmamıştır.

Siyasal hava o kadar bulanık olmuş ki, partilerin seçim müzikleri konusunda anlaşamadıkları ve hatta karşı karşıya geldiklerini söylemek mümkündür. Bunun en açık örneği ise 1995’te Doğru Yol Partisi (DYP) ile ANAP seçim şarkısı yüzünden karşı karşıya gelmiş ve bununla da kalınmayarak olay mahkemeye kadar gitmiştir. Olay şu şekilde gelişir; İsmail Türüt’ün, “Gel ha böyle” türküsünün haklarını aldığını iddia eden DYP, ANAP hakkında dava açacağını öne sürerek, seçim şarkısının çalındığını iddia etmiştir. İki parti arasındaki şarkı tartışması, ANAP’ın İsmail Türüt’e “Gel Ha Böyle” türküsünü seçimde kullanılabilecek şekilde uyarlatmasıyla başladı. Türüt’ün türküyü bestelediğini, bu nedenle uyarılma hakkı olmadığını savunan DYP, “Gel ha böyle”nin söz yazarı Naci Marcioğlu’ndan kullanım hakkını alarak ancak o şekilde seslendirmiştir

Seçim kampanyasında kullanılmak üzere altı şarkılı bir seçim albümü hazırlayan ANAP, paylaşılmasını türküye de yer verdi. ANAP'ın seçim albümünü basına dağıtması üzerine, DYP'li yöneticiler harekete geçerek ANAP'ın bu davranışı üzerine sürecin mahkemeye taşınacağını duyurmuşlar ve bu durum gündemi en çok meşgul eden konu olmuştur (Oğuz, 1999, s. 1). 1995 yılında Yılmaz ile eski gücüne kavuşmak ve tek başına iktidar olmak isteyen ANAP, DYP ile koalisyon yaparak iktidara ortak olmuştur.

1993 yılı Türk siyasal hayatında erkek siyasetçi algısını değiştirecek çok önemli bir değişim yaşanır. Bu bağlamda seçim meydanlarında kadın bir siyasetçinin sesi yankılanır. 1983'de DP ve AP'in mirasçısı olarak kurulan DYP, Genel Başkanı Tansu Çiller ile yoluna devam etmiştir. DYP, seçim meydanlarında "Haydi Türkiyem İleri" adlı seçim şarkısıyla seçmenlerini selamlamıştır. "*Biz el ele gönül gönüle biz beraberiz, Tansu Çiller'le daha ileriye, biz hep böyleyiz*" şarkının sözlerine bakıldığında birlik, beraberlik ve geleceğe dair ümitlerin yer aldığı etkileyici bir tema göze çarpmaktadır. DYP, bununla da yetinmemiş şarkıyla beraber özel reklam filmi ile seçmenlerinin karşısına daha renkli ve iddialı çıkmak istemiştir (<http://plakmecuasi.com/>, 2021).

MHP'nin ilk seçim şarkısı 1980'lerde İlham Gencer'in seslendirdiği "Bozkurtlar Marşı" adlı şarkı ile meydanlarda sesini duyurmuştur. "*Bozkurtların Başbuğları kükreyince söğütte/Soluk yapraklar uçuşur, dökülür bir nefeste...*" lider odaklı bir marş olduğu görülmektedir. Bu dönemlerde Türk sağının efsanevi ismi Alparslan Türkeş'te seçim meydanlarında pop müzikten yana tercihini kullanmış ve Grup Yorumun "Dağlara Gel" şarkısından uyarlanarak seslendirdikleri "Türkeş Gelecek" şarkısı milliyetçi cephe lideri Türkeş'le özdeşleşmiş bir şarkı olmuştur. Lider odaklı seçim müziğinin önemli örneklerinden birisidir. Seçmenlerine bu şarkıyla seslenen Türkeş, iktidar olmak için birlik ve beraberlik teması üzerinden hareketle kampanya oluşturur. Ancak bu Türkeş'in son seçimi olur. "Türkeş Gelecek" şarkısının sözleri şöyle yazılmış;

"Yemin olsun Türkiye / Yine bahar gelecek / Aslanların, gelecek Yiğitlerin gelecek / Anarşi, terör bite / Bahçende güller yete / Yemin olsun Türkiyem / Yine bahar gelecek Türkiye Türkiye gelecek / Bütün yüzler gülecek / İşçi köylü el ele Gidiyoruz güzele..."

1995 yılı Türk siyasal hayatında oldukça önemli bir dönemi kapsar. Bu dönemde Türkiye siyasetinde çeşitli kırılmaların yaşanmaya başlandığı, ülkede politik nedenlerden dolayı siyasette ciddi oranda bir eksen kaymasının görüldü-

ğü yıllar olmuştur. Son olarak 1994-1995'te çok farklı bir ses meydanlarda yükselmiştir. Bu yıllarda ANAP, DYP, AP, DSP, MHP, CHP gibi partiler arasında yoğun bir liderlik yarışı yaşanır. Bu yarışta Refah Partisi birincilikle tamamlamayı başarır. Siyasal İslam'ın en önemli temsilcisi konumunda olan Necmettin Erbakan genel başkanı olduğu RP ile Türk siyasi tarihinde unutulmayanlar listesine eklenmiştir. Erbakan'ın siyasal geçmişi 1969'da AP ile başlar. Ancak aynı yıl AP'den Süleyman Demirel tarafından milletvekili adaylığı veto edildiği için Konya'da bağımsız aday olur ve iki milletvekili seçtiren oy alarak meclise girer. Daha sonra 1970 yılında Milli Görüş hareketinin ilk siyasal partisi olan Milli Nizam Partisini (MNP) kurmuştur. 12 Mart askeri muhtırasından dolayı MNP, kapatılınca Erbakan bu sefer Milli Selamet Partisi (MSP)'nin kuruluşunda yer almıştır (Baykal, Çuha, 2017:6). Türk siyasi tarihinde hakkında en çok mizahi şarkı bestelenen siyasetçi Erbakan'dır. "İlahi Necmettin", "Yallah Tazyik Erbakan", "Ah Erbakan Erbakan" gibi mizahilere Erbakan hep gülüp geçmiştir.

Türk siyasi hayatının önemli simalarından biri olan Erbakan, 1980 yılından sonra kurulan RP'in başına geçer ve 1991 yılında meclise girer ardından 1995'te de seçimlerde birinci parti olur (Baykal, Çuha, 2017a:7). RP, yerel seçimlerde farklı seçim müzikleri ile seçmenlerini selamlarken, genel olarak İslami bir dilin egemen olduğu ve seçim kampanyalarında bu kavramlara sık sık verildiği görülmektedir. 27 Mart 1994 yerel seçimlerinde İstanbul'dan RP adayı Recep Tayyip Erdoğan, Erkin Koray'ın Fesuphanallah şarkısından uyarlanan "Tamam İnşaallah" ([https:// www. youtube. com/watch?v =AVf4jByLRNk](https://www.youtube.com/watch?v=AVf4jByLRNk), 2021) şarkısıyla seçim meydanlarında boy göstermiş ve neticede seçimi kazanarak İstanbul Belediye Başkanı olmuştur ([https:// www. youtube. com/watch?v =AVf4jByLRNk](https://www.youtube.com/watch?v=AVf4jByLRNk), 2021). Böylece Türk siyaset arenasında ilerleyen yıllarda adının en çok geçeceği liderlerden biri de Erdoğan olacaktır.

1994'de adını duyurmayı başaran ve yükselme trendi gösteren RP, 1995 genel seçimlerinde Erbakan öncülüğünde pop müziği seçim kampanyalarında kullanmıştır. RP, hem taşraya hem de metropollere ve özellikle varoşlara hitap eden, siyasal iletişimi diğer kampanya ürünü pop şarkılarından daha etkin sağlayan marşları ile 90'lar boyunca siyasi rüzgârı yakalayabilmiştir. Bu dönemde genel ve yerel seçimlerde dini ve milli motiflerin yer aldığı marşlar Refah'ın repertuarını oluşturmaktaydı. Refahı iktidara taşıyan "Refah'ın Vakti Geldi" şarkısı o dönem de meydanlarda en çok duyulan şarkı olmuştur. Muhafazakâr kesimi etkileyecek, adil düzenden bahseden, ilahi benzeri bir müzikle ortaya

çıkan “*Refah’ın Vakti Geldi*”, seçim müziği tarihimizde kulakların aşına olduğu bir şarkı olarak kalacaktır. “Vatandaş gülsün diye, garip sevin sin diye, haksız utansın diye, Refah’ın vakti geldi” sözleriyle meydanları dolduran RP, o seçimlerden zaferle çıkmayı başararak iktidar partisi olarak döneme damgasını vurmuştur (<https://www.youtube.com/watch?v=AVf4jByLRNk>, Erişim Tarihi, 2021).

“*Dillerde türkülerle / Ellerde çiçeklerle / Gönülde sevgilerle / Refah’ın vakti geldi / Gelin birlik olalım / El ele tutuşalım / Sevgiyle buluşalım / Refah’ın vakti geldi / Vatandaş gülsün diye / Garip sevin sin diye / Haksız utansın diye / Refah’ın vakti geldi / Düğümü çözmek için / Oyunu bozmak için / Destanlar yazmak için / Refah’ın vakti geldi.*”

ANAP’ın bu dönem seçim şarkı olan “Hasretim ANAP’a”, Türk popunun en bilinen şarkılarından İzel’in Hasretim şarkısından devşirme bir seçim şarkısıdır. “*Oy Mesut, denizleri aş da gel kurbanın olam, kurtar bizi bunlardan ne olur*” sözleriyle de dikkat çeken şarkı ANAP’ı iktidara taşımayı başaramamıştır (<http://plakmecmuasi.com/2020/06/20/90lara-damga-vuran-secimsarkilari-hadi-bakalim-sandiklara-batikan-baksi/>, 2021). CHP’ye gelince, 1992-1995 arası dönemde partinin başında bulunan Deniz Baykal ile girdiği bu ilk seçimde popüler bir şarkıyla seçmenin karşısına çıkmadı. “Sen Memleketimsin” adı verilen seçim şarkısıyla seçmenin dikkati çekilmek istenmiştir. Bu şarkı Nazım Hikmet’in “Sen Memleketimsin” şiirini çağrıştırmaktadır. Seçimlerin bir diğer sol partisi olan DSP ise sosyal demokrat misyonunu anlattığı şarkısında Anadolu motiflerini kullanırken “*Halk üretendir, hak üretende / Emek senindir, ürün de sende,*” diyerek üreticilerden halkın her kesimine seslenmiştir.

İkna edilmek istenen kitleye yönelik verdiği mesajların içerisinde pek çok uyarıcı bulunmaktadır. Özellikle kampanyalarında kullandığı Refah ve Milli Görüş marşları topluma yönelik adil düzen, eşit bölüşüm, sosyal adalet, temiz siyaset, din ve vicdan özgürlüğü gibi birçok konuda çok sayıda mesajı iletmektedir (Öztürk, 2014, s. 211). 1995 genel seçimlerinde yarışan partiler; RP, ANAP, DYP, DSP, MHP ve CHP iken kazanan taraf RP olmuştur. Kurulduğundan itibaren halk tarafından destek gören Yeni Demokrasi Hareketi (YDH) bu ilgiye rağmen katıldığı 1995 genel seçimlerinde büyük bir hezimete uğramıştır (Milliyet, 1998, s.1).

Partilerin propaganda kampanyalarında kullanmış oldukları müzik ve diğer tekniklere bakıldığında genel olarak birlik ve beraberlik vurgusu ön plandadır. Ara sıra çok sert atışmaların yaşandığı ve bunu müzik diliyle ileten partiler,

yine de sağduyulu hareket etmişlerdir. Türk demokrasi tarihi açısından oldukça önemli olan ve demokrasinin temeli sayılan o dönem partileri tarihe silinmez bir şekilde adlarını kazıtılmışlardır. Seçim meydanlarında çok farklı ve renkli bir dil hâkim olmuş ve siyasi liderlerin yaygın olarak yükselişe geçen pop müzikten yana tercihlerini kullanmaları geçmişin unutulmaz kareleri arasında yerlerini almalarını sağlamıştır.

SONUÇ

Modern anlamda 1950 yılından sonra siyasi propaganda malzemesi olarak kullanılan müziğin seçmen üzerindeki etkisi analiz edilmiştir. İlk örnekleri Avrupa ve Amerika'da görülen müzikli propaganda, Türkiye'de de en çok başvurulan uygulama olmuştur. Seçim meydanlarında liderlerin veya partilerin rakipleriyle giriştikleri müzikli diyalog oldukça renkli bir ortamın yaratılmasına vesile olmuştur. Çalışmanın genelinden hareketle ortaya çıkan sonuç değerlendirildiğinde müzik dilinin her alanda olduğu gibi siyasette de etkin bir şekilde kullanılması ve politik hayatın bu durum karşısındaki tavrı üzerinde durulmuştur. Seçimlerde halkla iletişim sağlamak amacıyla başvurulan müziğin, liderlerin ya da partilerin bu yöntemden faydalanarak seçmenin siyasi tercihlerini etkilemeye çalıştıklarını görmekteyiz. Bunun yanı sıra değişen ve gelişen teknolojik gelişmeler karşısında liderler veya partiler de bu değişim rüzgârına karşılık farklı metotlardan yana tercih kullanmışlardır. Seçim kampanyalarında müziğin yanı sıra parti sloganları, afişler, mitingler, demeçler, konuşmalar ve görüntülü show tarzı propaganda servisleri tercih edilmiştir. Partilerin ikna yöntemleri ve stratejilerine bakıldığında bu durumun geçişken bir özelliğe sahip olduğu görülmüştür. Sol veya sağ partilerin gerek lider odaklı gerekse parti odaklı bu tarz çağdaş iletişim yöntemlerine rahat bir şekilde başvurabildiklerini söylemek mümkündür.

Araştırmanın en önemli bulgularından birisi de popüler kültürün dünya ve ülke gündemine girmesinden sonra toplumun siyasi ayrıca kültür havasının giderek değişmesine neden olduğu gerçeğidir. Çalışmada müziğin seçim kampanyalarında yoğun bir şekilde kullanıldığı ve en önemli propaganda aracı olarak servis edildiği ispatlanmaya çalışılmıştır. Bu tür müziklerin ya da ikna stratejilerinin etkide bulunduğu kitlelerin değişen sosyokültürel, sosyoekonomik, siyasi ve konjonktürel nedenlerden dolayı zamanla farklı taraflara eğilim gösterdikleri saptanmıştır. Dolayısıyla partilerin yükseliş ve düşüşleri bu etkenlerden dolayı değişiklik gösterdiği yapılan araştırmalar neticesinde görülmektedir. Seçim mü-

zikleri sayesinde belleklerde kalıcı izler bırakmak ve seçimlerde en önemli hedef kitle olan “kararsızlar” üzerinde etki bırakmaktır. İşte bu sebeplerden dolayı kitleleri harekete geçiren ve tercihlerinde belirleyici bir rol oynayan en önemli unsur ya da propaganda aracı müzik olmuştur. Bestelenen şarkıların ideolojik yönleri dikkate alındığında siyasal arenaya taşınan propaganda söyleminde müzikten oy devşirme yarışının ne derecede olduğunu bu çalışmada görmek mümkündür.

Türk siyasal hayatında 1965’ten itibaren görülen seçim müzikleri popüler kültürün vazgeçilmezi konumundadır. Siyasal iletişimin en önemli temsilcisi olan seçim şarkıları günümüzde çok farklı uygulamalarla varlığını devam ettiriyor.

KAYNAKÇA

Resmi Arşiv Belgeleri

Başbakanlık Cumhuriyet Arşivi (BCA).

Sürelî Yayınları

Akşam Gazetesi

Milliyet Gazetesi

Sözcü Gazetesi

Sol Gazetesi

Yeni Asır Gazetesi

Yeni Şafak Gazetesi

Araştırma Eserler (Kitap, Dergi, Tez)

Alkan, Ö. Mehmet. (2004). Seçimlerde Plaklı Propaganda Devri: Kendim Seçtim, Kendim Buldum, *Toplumsal Tarih*, Sayı:123.

Akçay, Ö. ve Solmacı, C. (2020). Türkiye’de Müzik ve Politika İlişkisi Üzerine Yapılmış Akademik Çalışmaların İncelenmesi. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*. 8/72, 338-348.

Akdağ, M. (2019). Yakın Dönem Türk Siyaset Duayenlerinin Medya Kullanımı Deneyimleri ve Propaganda. *Aksaray Üniversitesi İletişim Dergisi*, 1/1, 83-110.

Akgün, B. (2002). *Türkiye’de Seçmen Davranışı Partiler Sistemi ve Siyasal Güven*. Nobel Yayınları, Ankara.

Alp, M. (2017). *Kitle İletişim Araçlarının Genç Seçmenlerin Siyasi Tercihleri Üzerindeki Etkisi*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Balıkesir.

Aydın, Ş. (2014). Unutulmayan Sloganlar Afişler Vaatler. *Akşam Gazetesi*.

Aziz, A. (2017). *Siyasal İletişim*. Nobel Yayıncılık, Ankara.

Barut, B. (2002). *Siyasal Reklamcılık ve Genel Siyasal İletişim Kanalıyla Kitlelerin Siyasal Tutumlarının Oluşmasında “Slogan, Sembol ve Vaatlerin” Yeri*. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.

Bektaş, A. (2002). *Siyasal Propaganda*. Bağlam Yayıncılık, Ankara.

Bilgiç, S. (2007). *Hatıralarım*. Akasya Kitap, Ankara.

Çağlar, N. (2017). Yeni Medyanın Siyasal İletişim Aracı Olarak Kullanımı: Siyasal Partilerin Resmi Web Sitelerine Yönelik Bir Araştırma, *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 5/1, 149-173.

Çiftçi, E. (2010). Popüler Kültür, Popüler Müzik ve Müzik Eğitimi, *Erzincan Eğitim Fakültesi Dergisi*, 12/2, 149-161.

Doğan, D. K. (2018). Horst-Wessel” Propaganda Marşı Üzerinden Nazizm İdeolojisini İnşası, *İletişim ve Kuram Dergisi*, 46, 90-110.

Ekmekçi, Dicle, K (2017). *Türkiye’de Seçim Kampanyalarının Amerikanvarileşmesi: Adalet ve Kalkınma Partisi ve Karizmatik Lider İmgesinin Medyada İnşası*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.

Emrah, B. (2018). Siyasal İletişimde Propaganda Aracı Olarak Seçim Müzikleri: 24 Haziran 2018 Seçimleri Örneği, *Siyaset, Ekonomi ve Yönetim Araştırmaları Dergisi* 6/5, 32-45.

Erol, A. (2005). *Popüler Müziği Anlamak: Kültürel Kimlik Bağlamında Popüler Müzikte, Anlam*. Bağlam Yayınları, İstanbul.

Esmer, G. Tütüncü. (2008). Propaganda, Söylem ve Sloganlarla Ortanın Solu, *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 10/3, 69-85.

Gençalp, E. (2018). Türk Siyasal Yaşamında Ana-Akım Dışı Bir Siyasal Parti ve Propaganda Örneği: Tıp ve 1965 Seçimleri, *Proceeding Book*, ISBN: 978-975-8254-77-4, 1/1, 211-230.

Göksu, O. (2018). 1991 Genel Seçimlerinde ANAP’ın Seçim Kampanyasının Siyasal Kültür Ekseninde Değerlendirilmesi ve Mesut Yılmaz’ın Rolü, *Erciyes İletişim Dergisi*, 5/4, 1-20.

Haşmet, A. (2001). Bir İletişim Aracı Olan Müziğin İnsan Üzerindeki Etkileri, *III. Uluslararası Müzikoloji Sempozyumu*, İstanbul, 120-142.

İlter, M. S. (2020). Siyasi Kampanya Çalışmalarında, Siyasal Reklamcılığın Siyasi Parti Adayları ve Seçmenler Üzerindeki Etkileri, *Yalova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 10/20, 79-96.

İnceoğlu, M. (2004). *Tutum Algı İletişim*. Kesit Tanıtım Basımevi, Ankara.

Kalender, A. (2005). *Siyasal İletişim Seçmenler ve İkna Stratejileri*. Çizgi Kitapevi, Konya.

- Kalender, A. (2013). Siyasal İletişim Tekniği Olarak Canvassing ve Seçmen Davranışı Üzerindeki Etkileri, *Selçuk İletişim Dergisi*, 5/1,144-155.
- Karakaş, L. (2019). Seçim Şarkıları, *Sonhaber*.
- Kaygısız, M. (2004). *Müzik Tarihi*. Kaynak Yayınları, İstanbul.
- Keskin, Ziya, Y. (2012). Demokrat Parti İktidarı ve Günümüze Yansımaları, *Erzincan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 5/1,108-130.
- Keşan, Fatih, M. (2018). Komüniste Kanma Zühtü”, *Flaps Club*.
- Kulak, G. (2020). Yarının Şarkısı ve Yarınların Şarkıcısı: Tulay German, *Sol*.
- Lull, J. (2000). *Popüler Müzik ve İletişim*, (Çeviren: Turgut İbلاغ), Çivi-yazıları, İstanbul.
- Oğuz, S. (1999). Gel Ha Böyle Kavgası, *Milliyet*.
- Öç, B. (2019). 24 Haziran 2018/27. Dönem Seçimlerinde Ak Parti'nin Kullanmış Olduğu Mesaj Stratejileri, *CİDER*, 2, 9-112.
- Özsoy, O. (2002). *Türkiye 'de Seçmen Davranışları ve Etkin Propaganda*. Alfa Yayınları, İstanbul.
- Öztürk, S. (2014). Siyasal İkna ve Seçim Müzikleri: Türkiye Üzerinde Bir İnceleme, *İletişim ve Diplomasi Dergisi*, 2/3, 196-218.
- Sohtaoglu, M. (2014). Siyasetin Fon Müziği, *Milliyet Gazetesi*.
- Tanyıldızı, N. (2012). Siyasal İletişimde Müzik Kullanımı: 2011 Genel Seçim Şarkılarının Seçmene Etkisi, *Selçuk İletişim Dergisi*, 7/2, 97-110.
- Taylan, U. (2018). Siyasetten Doğan Şarkılar, *Akşam*.
- Temizel, D. (2018). Demirel Demirel İktidara Yine Gel, *Siyaset Medya*.
- Ünal, İmik, A. Seçim Kampanyalarında Kullanılan Seçim Müziklerin Analizine Yönelik Bir Araştırma, İnönü Üniversitesi Uluslararası Sosyal Bilimler Dergisi, 8/2, 571-581.
- Ünlü, Yasemin, Ç. (2018). Seçim Kampanyaları ve Politik/Kamusal Konuşmaların Gelişimi Üzerine Bir Literatür İncelemesi, *Global Media Journal TR Edition*, 8/16, 373-401.
- Yalçın, S. (2015). Seçim Şarkıları Tarihi, *Sözcü Gazetesi*.
- Yavuz C. ve Sezer, S. (2018). Siyasi Partilerin 2015 Seçim Çalışmalarında Kullandığı Propaganda Müziklerinin Seçmenlerin Tercihini Yönlendirmede Rolü, *Ordu Üniversitesi Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi*, 8/1, 29-34.

Yeni Ş, (2015). Ecevit 1973'te Pop Müzikle Yola Çıkmıştı, *Yenişafak*.

İnternet Kaynakları

<https://www.youtube.com/watch?v=-ub4OskLdpw&t=693s>, Erişim Tarihi: 02.03. 2021.

<https://www.youtube.com/watch?v=g1BUZ94TInU>, Erişim Tarihi: 02.03. 2021.

<http://plakmecmuasi.com/2020/06/20/90lara-damga-vuran-secim-sarkilari-hadi-bakalim-sandiklara-batikan-baksi/>, Erişim Tarihi: 02.03. 2021.

<https://www.youtube.com/watch?v=XB7ovLfhoXI>, Erişim Tarihi: 02.03. 2021.

<https://www.youtube.com/watch?v=Gh93dp30kHw>, Erişim Tarihi: 02.03. 2021.

<https://m.bianet.org/biamag/siyaset/164575-secim-sarkilarindan-iktidar-fali-tutmak>, Erişim Tarihi: 02.03. 2021.

<https://www.youtube.com/watch?v=AVf4jByLRNk>, Erişim Tarihi: 02.03. 2021.

<https://www.youtube.com/watch?v=AVf4jByLRNk>, Erişim Tarihi: 02.03. 2021.

<http://plakmecmuasi.com/>, Erişim Tarihi: 02.03. 2021.

<https://www.youtube.com/watch?v=Gh93dp30kHw>, Erişim Tarihi: 02.03.2021.

<https://www.slideshare.net/mstfcng/197719831987-genel-seimleri>, Erişim Tarihi: 02.03.2021.