



## Siyasi Partilerin 2015 Seçim Çalışmalarında Kullandığı Propaganda Müziklerinin Seçmenlerin Tercihini Yönlendirmede Rolü

*The Role of Voters in Directing their Preferences of the Propaganda Music Used by Political Parties in the 2015 Elections*

Cavit YAVUZ<sup>1</sup>

Selim SEZER<sup>2</sup>

Geliş Tarihi: 16.05.2017 / Düzenleme Tarihi: 28.12.2017 / Kabul Tarihi: 03.01.2018

### Özet

Bu araştırmanın amacı seçim dönemlerinde kullanılan propaganda müziklerinin seçmenlerin tercihlerini yönlendirmedeki etkisi ve rolünü incelemektir. Araştırma nicel araştırma desenlerinden tarama modelindedir. Araştırmanın evrenini Giresun il merkezinde 7 Haziran 2015 ve 1 Kasım 2015 tarihlerinde yapılmış olan genel seçimlerde oy kullanan seçmenler teşkil etmektedir. Araştırmanın örneklem grubunu ise seçkisiz örneklem yöntemiyle belirlenen 200 seçmen oluşturmaktadır. Araştırma verilerinin elde edilmesinde anket formu kullanılmıştır. Yapılan çalışmanın sonunda 7 Haziran 2015 ve 1 Kasım 2015 tarihlerinde yapılan genel seçimlere katılan seçmenler, propaganda müziklerinin siyasal tercihlerini yönlendirmediğini  $\bar{x}=3.44$  ortalama ile “çoğunlukla katılmıyorum” şeklinde ifade etmişlerdir. Araştırmaya katılanlar  $\bar{x}=5.29$  ile propaganda müziklerinin gürültü kirliliğine neden olduğunu düşünmekte olup,  $\bar{x}=4.95$  oranında ise propaganda müziklerinin seçim öncesi yapılan mitinglerin coşkusunu arttırdığı konusunda kararsız kalmışlardır. Araştırmaya katılan seçmenler, propaganda müziklerinin oy verdikleri siyasal partiye bağlılıklarını artırma düzeyini  $\bar{x}=2.57$  ile “kesinlikle katılmıyorum” şeklinde değerlendirmektedir. Seçmenlerin görüşleri, cinsiyet değişkeni açısından istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermekte, yaş, meslek ve eğitim durumu değişkenleri açısından farklılaşmamaktadır.

**Anahtar kelimeler:** Propaganda, seçim propaganda müzikleri, seçmen, siyasal parti.

### Abstract

*The aim of this research is to examine the role and effect of the propaganda music used during the election periods in directing the electors preferences. The research is screening model of quantitative research design. The universe of the research is voters voting in the general elections constitute in Giresun province center on 7 June 2015 and on 1 November 2015. The sample group of the research constitute 200 voters determined by the method of random sampling. The questionnaire form was used to obtaining research data. At the end of the study voters who participated in the general elections held on June 7, 2015 and November 1, 2015 voters, expressed propaganda music does not direct political preferences in the form of “I mostly disagree” with the  $\bar{x}=3.44$  average. Those who participate in the survey thought that the propaganda music caused noise pollution with  $\bar{x}=5.29$  and that  $\bar{x}=4.95$  rate were hesitant about propaganda music boosting the excitement of pre-election rallies. Voters participating in the survey are evaluating the level of political party loyalty ratings of their propaganda music as “absolutely disagree” with  $\bar{x}=2.57$ . The opinions of voters differ statistically in terms of gender variation and do not differ in terms of age occupation and educational status variables.*

**Keywords:** Propaganda, election propaganda music, voter, political party.

### Giriş

Müzik, ilk çağlardan günümüze kadar toplumsal yaşamın önemli bir parçası olagelmıştır. Savaşlarda, cenazelerde, düğünlerde, yemek, şölen, festivaller ve benzeri ortamlarda duygulara hitap eden bir araç olarak kullanılmış ve halen kullanılmaktadır. Müzik tüm topluluklara hitap edebilme yeteneği ve gücüne sahip önemli bir iletişim aracıdır. Bu bağlamda iktidar olmak isteyen her siyasal parti ve düşünce, geniş kitlelerin desteğini almak amacıyla çeşitli propaganda yöntemlerinin yanı sıra müziğin etkisinden de büyük ölçüde faydalanma yoluna gitmektedir.

Propaganda faaliyetleri, özellikle kitlelerin tercihlerinin somut olarak belirleneceği seçimler öncesinde, kitlelerin yönlendirilmesinde ve etkilenmesinde etkin olabilmek için daha fazla yapılmaktadır. Yapılması düşünülen propaganda faaliyetlerinin hedef kitleye ulaşmasında en önemli faktör ise her zaman kitle iletişim araçları olmuştur. (Baudrillard, 1999: 29). Kitle iletişim araçları, iletişim teknolojilerindeki gelişmelere bağlı olarak farklılık göstermektedir. Bunlar içerisinde en

<sup>1</sup> Doç. Dr., Ordu Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi, Sinema Televizyon Bölümü. Ordu, Türkiye.

E-Posta:yavuzcavit@hotmail.com

<sup>2</sup> Ordu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sinema Televizyon ABD Yüksek Lisans Öğrencisi.

E-Posta:selimsezer28@gmail.com

yaygın olarak kullanılanları; gazete, afiş, broşür, fotoğraf, açık hava panoları, propaganda müzikleri ve görüntü bantlarıdır (Aziz, 2007: 45-49). Seçim dönemlerinde siyasal partiler tarafından kullanılan seçim şarkılarının, seçmenlerin kendi temsilcilerini belirlemede etkili olduğu görülmektedir (Şahin, 2008). Çünkü müzik, insanların kendi aralarında psikolojik iletişim kurmalarını ve birbirlerine yakınlaşmasını sağlayan ortak bir dildir (Kutlay, 2007).

Günümüzde yaşanan siyasal rekabet, geçmiş yıllara göre siyasal anlayışları ve tercihleri daha karmaşık bir seçmen kitlesine ulaşmayı gerekli kılmakta ve bu durum seçmenlere ulaşmayı zorlaştırmaktadır. Elbette değişen siyaset anlayışı, doğal olarak siyasette kullanılan ve hedef kitleyi etkilemeye yönelik araçları da değiştirmiştir (Uztuğ, 1999: 22). İşte bu nedenle hedef kitleleri etkilemek yönünde müzikten faydalanılmış olup müziğin insanları belli bir düşünce üzerinde birleştirme, heyecan ve duygu seviyelerini arttırma gücünden yararlanmak amacıyla seçim kampanyalarında siyasal partilerin geliştirdiği seçim müziklerine geniş bir şekilde yer verilmiştir. Öyle ki yaşanan siyasal rekabette; siyasal partilerle birlikte, siyasal partilerin seçim şarkılarının da yarıştığı söylemek mümkündür. Zira müzik eseri üretildiği ortamın hegemonyasını, muhalefetini, halk ve iktidar adına söylemleri, yaşam biçimlerini içinde barındırmaktadır (Yıldırım ve Koç, 2003: 10).

Müzik genel manada insanların duygularını ve düşüncelerini seslerle anlattıkları bir sanat dalıdır. Müzik, insanlar arasında ortak bir dilin ve iletişimin gelişmesinin unsuru olmuştur. Kendine özgü dili, yapısı ve anlatım öğeleriyle insanlar üzerindeki etkisi oldukça fazladır. İnsanlar dinledikleri müzikleri kendi iç dünyalarında yaşamakta ve yorumlamaktadır (Altınöçek, 2001:1). Diğer yandan müzik insanlar üzerinde sosyal uyarım yaratma gücüne sahip olup, insanları aynı anda aynı yöne sevk edebilmektedir. Bu nedenle müzik, seçim çalışmalarında seçmenin tercihlerini etkilemek ve yönlendirmek için kullanılabilir (Farris, 2004:193; Trainor, 2010: 45).

İnsanlar belli bir müziğin etrafında birleşip aynı duyguları ve coşkuları yaşayabilmektedir. Müziğin sahip olduğu bu etkileri ve özellikleri nedeniyle siyasetçiler tarafından seçim çalışmalarında kullanılması kaçınılmaz olmuştur. Kulağa hitap eden bir kitle iletişim aracı olan müziğin seçim çalışmalarında kullanılması seçimde farklı etkiler oluşturmaya sebep olmaktadır (Schacter, 2011:582). Propaganda müziklerinin aynı siyasal görüşe sahip olan seçmenler üzerinde birleştirici etki yaptığı ancak başka partilere oy veren seçmenleri çok fazla etkilemediği görülmektedir (Kalender, 2005: 89).

Seçim şarkıları, Türkiye’de çok partili sisteme geçildiğinden günümüze kadar Türk siyasal tarihinde dikkate değer bir olgu olarak karşımıza çıkmıştır. 1965 yılında Türkiye İşçi Partisinin (TİP) Tülay German tarafından seslendirilen ‘Yarının Şarkısı’ adlı çalışması bu manada ilk örneklerden biri olmuştur. 1977 seçimlerinde Adalet Partisi (AP) için hazırlanan ve Öztürk Serengil’in seslendirdiği ‘Zühtü’ ve yine aynı yıl Cumhuriyet Halk Partisi (CHP) için hazırlanan Ünal Büyükgönenç’ in seslendirdiği ‘Yeni Bir Türkiye’ adlı çalışmalar ön plana çıkmaktadır. 1980’li yıllar ve sonrasında dünyada ve ülkemizde iletişim teknolojilerinin de gelişmesiyle çok daha profesyonel kampanyalar geliştirilerek seçim çalışmalarında müzikler kullanılmıştır. 1980 sonrası dönemde yapılan ilk genel seçimlerde Anavatan Partisinin (ANAP) seçim şarkısı ‘Arım, Balım, Peteğim’ olmuştur (Derci, 2014). Anavatan Partisi, 1983 yılından itibaren her seçim döneminde farklı ve popüler bir şarkı ile kampanya yürütmüştür. Doğru Yol Partisi (DYP), ‘Bu Kız Beni Görmeli’ adlı şarkıyı Tansu Çiller’e uyarlayarak ‘Kararlısın Çiller’im’ adlı seçim şarkısıyla 1995 seçimlerine girmiştir. Aynı yıl Refah Partisi (RP) ‘Refah’ın Vakti Geldi’ adlı şarkıyla, Milliyetçi Hareket Partisi de (MHP) ‘Türkeş Gelecek’ adlı şarkıyla propaganda yürütmüştür. Doğru Yol Partisi 1999 yılındaki seçimlerde Ayna grubunun ‘Ceylan’ adlı şarkısını ve ‘Caney Caney’ adlı türküyü propaganda müziği olarak kullanmıştır. Anavatan Partisi ise seçim müziği olarak Özcan Deniz’in ‘Hadi Hadi Meleğim’ adlı şarkısını ‘Hadi Anavatan, Önce Vatan’ adıyla kullanmıştır. Demokratik Sol Parti (DSP) önceki seçimlerde kullandığı ‘Gözün Aydın Türkiyem’ şarkısını tercih ederken, Milliyetçi Hareket Partisi Mustafa Yıldızdoğan’ın ‘Ölürüm Türkiyem’ isimli eserini kullanmıştır (www.hurhaber.com). 2002 yılında siyaset sahnesine çıkan Adalet ve Kalkınma Partisi (AKP), Uğur Işılak’ın ‘Haydi Anadolu’ şarkısını kullanmıştır. Ancak Uğur Işılak, aynı dönemde parçayı Cumhuriyet Halk Partisine de vermiştir. Bu durum iki parti arasında çeşitli tartışmalara sebep olsa da şarkıyı sonrasında Cumhuriyet Halk Partisi de kullanmıştır (www.haberdar.com). Anavatan Partisi ise Sertab Erener’ in bestesi olan ‘Yeni Bir Neden Lazım’ isimli şarkıyı ‘ANAP Lazım’ adıyla seçim müziği olarak uyarlamıştır. 2007 Genel Seçimlerinde Cumhuriyet Halk Partisi Edip Akbayram’ın ‘Güzel Günler Göreceğiz’ şarkısını orijinal haliyle kullanırken, AK Parti ise Özhan Eren’in ‘Her Şey Millet Bu İçin’ ve ‘Yeniden’ adlı şarkılarını kullanmıştır. Demokrat Parti (DP) ise pek çok şarkıcının seslendirdiği ‘Olmadı Yar’ adlı şarkının nakarat kısmını kullanmıştır (www.haberler.com).

AK Parti 2011 seçimlerinde ‘Haydi Bir Daha’ adlı şarkıyla, Cumhuriyet Halk Partisi ‘Geliyor Kılıçdaroğlu’ adlı şarkıyla, Milliyetçi Hareket Partisi rap müzik altyapısıyla hazırlanmış ‘Ses Ver Türkiye’ parçasını kullanmıştır. Barış ve Demokrasi Partisi (BDP) ise hem Türkçe, hem de Kürtçe seslendirdiği ‘Özgür Yarınlara’ adlı şarkıyla seçimlere katılmıştır.

2015 seçimlerinde de siyasal partiler tarafından kullanılan seçim müziklerinin sayısı oldukça fazladır. Bu durumun temel nedeni daha önceki seçim dönemlerinde kullanılan şarkılara ilave olarak yeni seçim şarkılarının hazırlanmış olmasıdır. Bu seçimde dikkat çeken bir başka önemli konu da kentlerin, bölgelerin ve seçmenlerin özelliklerine göre propaganda müziklerinin bestelenmiş olmasıdır. Öte yandan 2015 seçimlerinde kullanılan propaganda müzikleri, popüler sanatçı ve gruplar tarafından bestelenmiş ve farklı dillerde (Türkçe, Kürtçe ve Arapça) seslendirilmiştir. 2015’te yapılan 7 Haziran ve 1 Kasım seçimlerinden birinci parti olarak çıkan Adalet ve Kalkınma Partisi, yaklaşık 15 propaganda müziği kullanmıştır. Bunlar arasında ‘Bir Yiğit Adam’, ‘Haydi Bismillah’, ‘Yakın Işıkları’, ‘Bize Her Yer Türkiye’, ‘İlk Oyum İlk Heyecan’, ‘Söyle Var Mısın’ ve ‘Ak Yürekler’ sayılabilir (<http://www.akparti.org.tr>; <http://www.hurriyet.com.tr>).

2015 seçimlerinden ikinci parti olarak çıkan Cumhuriyet Halk Partisi, ‘Önce Türkiye’, ‘Lokman’, ‘Yaşanacak Bir Türkiye’, ‘CHP’nin Vakti Geldi’, ‘Gel Kemal Kılıçdaroğlu’ adlı propaganda müziklerinin yanı sıra Edip Akbayram tarafından seslendirilen ‘Pazarbaşı’ adlı şarkıyı propaganda çalışmalarında ve mitinglerinde kullanmıştır (<https://www.chp.org.tr>). Seçimlerden üçüncü parti olarak çıkan Milliyetçi Hareket Partisi ise 15’e yakın seçim şarkısı ile 2015 seçimlerine hazırlanmıştır. Bunlar arasında ‘Oy Verin MHP’ye’, ‘Mührünü Üç Hilale Vur’, ‘Türkiye Marşı’, ‘Bizimle Yürü Türkiye’, ‘Oyları MHP’ye Yollayın Uşaklar’, ‘Hadi Gari Kış Gari’, ‘Devlet Baba’ ve ‘Selam Anadolu’ya’ sayılabilir (<https://www.mhp.org.tr>). Seçimlerden dördüncü parti olarak çıkan Halkların Demokratik Partisi de seçim müziklerini Türkçe, Kürtçe ve Arapça olarak

hazırlamıştır. HDP'nin propaganda amaçlı kullandığı müzikler arasında 'İnadına Barış İnadına HDP', 'Omuz Ver HDP' ye', 'Yine Yine HDP', 'Diren Ha HDP' ve 'Gel HDP' ye' adlı seçim şarkıları sayılabilir (<http://www.imctv.com.tr>; <http://t24.com.tr/haber/>).

Seçim dönemlerinde müzik kullanılmasının farklı nedenleri vardır. Seçmene hitap şekilleri gibi müzik de özel olarak seçilir ve seçmenin fikirlerini etkilemek için kullanılır. Seçim dönemlerinde kullanılan propaganda müzikleri, seçmenin partiyi ve parti mesajlarını anlayabilmesinde çok etkilidir. Bu yüzden seçim müzikleri iletişimi teşvik etmek, moral vermek, destek sağlamak için propaganda amaçlı kullanılmaktadır (Wells, 2004). Bu araştırmanın amacı propaganda müziklerinin seçmenlerin tercihlerini yönlendirebilme etkisi ve rolünün incelenmesidir. Bu amaçla aşağıdaki sorulara yanıt aranmaktadır;

- 1- Seçmenlerin, propaganda müziklerinin siyasal tercihleri üzerindeki etkisine ilişkin görüşleri nelerdir?
- 2- Propaganda müziklerinin siyasal tercihleri üzerindeki etkisine ilişkin görüşler seçmenlerin;
  - a) Cinsiyet
  - b) Yaş
  - c) Meslek
  - d) Eğitim düzeylerine göre farklılaşmakta mıdır?

### Yöntem

Propaganda müziklerinin seçmenlerin siyasal tercihlerini yönlendirmelerindeki rolünü incelemeyi amaçlayan bu araştırma nicel araştırma deseninde ve tarama (survey) modelindedir. Bu araştırmanın planlanmasının arka planında, Türkiye'de bu konuda yapılan çalışmaların oldukça az sayıda olması yer almaktadır. Survey metodu anket, mülakat (görüşme) gözlem ve test teknikleri ile gerçekleştirilir. Özellikle anket ve görüşme tekniklerinin Survey araştırmalarında önemli bir ağırlığı vardır (Aslantürk, 1999:101). Bu yüzden tarama modelleri, geçmişte ya da halen var olan bir durumun olduğu biçimde betimlemeyi amaç edinen araştırmalara uygun bir modeldir (Karasar, 1999).

### Evren ve Örneklem

Araştırmanın evrenini Giresun il merkezinde 7 Haziran 2015 ve 1 Kasım 2015 genel seçimlerinde oy kullanan seçmenler oluşturmaktadır. Araştırmanın örneklem grubunu seçkisiz örneklem yöntemiyle belirlenen 200 seçmen oluşturmaktadır. Tablo 1'de örneklem grubunun demografik özellikleri yer almaktadır.

**Tablo 1.**

*Örneklem grubunun demografik özellikleri (n=200)*

Değişken		1	2	3	4
Cinsiyet		Kadın	Erkek		
	f	99	101	-	-
	%	49.5	50.5	-	-
Yaş		18-24 Yaş	25-31 Yaş	32-39 Yaş	40 ve Üzeri
	f	71	46	33	50
	%	35.5	23.0	16.5	25.0
Meslek		Çalışmayan	Serbest Çalışan	Kamu Çalışanı	
	f	103	37	60	-
	%	51.5	18.5	30.0	-
Eğitim		İlköğretim	Lise	Lisans	Y. Lisans
	f	34	50	92	24
	%	17.0	25.0	46.0	12.0

### Veri Toplama Aracı

Araştırma verilerinin toplanmasında araştırmacılar tarafından yerli ve yabancı literatür taranmış ve doğrultuda hazırlanan anket formundan yararlanılmıştır. Anket formunda 16 madde bulunmaktadır. Anket maddelerinin ölçme ve kapsam geçerliği, iki ölçme değerlendirme uzmanı ve iki alan uzmanı akademisyenin görüşleri alınarak sağlanmıştır. Anket maddelerinin Cronbach Alpha iç güvenilirlik katsayısı 83' tür. Anket maddelerinin madde toplam korelasyonları 81 ile 85 arasındadır. Katılımcılar her bir anket maddesinde yer alan ifadeye ilişkin görüşlerini Likert tipi 7'li derecelendirme skalası üzerinde ifade etmiştir. Likert derecelendirme ölçeğinin sayısal ifadesi aşağıda gösterilmektedir.  $(7-1)/7=.86$

Kesinlikle Katılmıyorum	1.86
Çoğunlukla Katılmıyorum	2.72
Kısmen Katılmıyorum	3.58
Kararsızım	4.44
Kısmen Katılıyorum	5.30
Çoğunlukla Katılıyorum	6.16
Kesinlikle Katılıyorum	7.00

## Verilerin Analizi

Veriler SPSS 22 istatistik paket programı ile analiz edilmiştir. Her bir anket maddesine ilişkin ortalama ve standart sapma değerleri hesaplanmıştır. Cinsiyet değişkenine ilişkin ortalama puanların karşılaştırılmasında bağımsız t testi; yaş, meslek ve eğitim değişkenlerine ilişkin farklılıkların belirlenmesinde ANOVA testi kullanılmıştır.

## Bulgular

Tablo 2’de seçmenlerin propaganda müziklerinin siyasal tercihleri üzerindeki rolüne ilişkin görüşleri yer almaktadır.

**Tablo 2.**  
*Katılımcıların görüşlerinin ortalama değerleri ve standart sapmaları (n=200)*

		$\bar{X}$	SS
M1	Propaganda müzikleri partilerin siyasal anlayışlarını ortaya koymaktadır	3.96	2.15
M2	Propaganda müzikleri, siyasal partileri seçmenlere yakınlaştırmaktadır	3.85	2.01
M3	Propaganda müzikleri, seçim öncesi yapılan mitinglere katılımı artırır	3.92	2.04
M4	Propaganda müzikleri, seçim öncesi yapılan mitinglerin coşkusu artırır	4.95	1.96
M5	Propaganda müziklerinin içeriği, siyasal tercih üzerinde etkilidir	2.65	2.07
M6	Propaganda müziklerinin dokusu (geleneksel/modern) siyasal tercihi etkiler	2.58	2.03
M7	Son iki seçimde kullanılan propaganda müziklerinden etkilendim	2.64	2.02
M8	Siyasi partilerin kullandığı propaganda müzikleri amaca uygundur	3.48	1.90
M9	Oy verdiğim partinin seçimde kullandığı propaganda müziklerinden etkilendim	3.05	2.18
M10	Oy verdiğim partinin propaganda müziği tanıdıklarımın oy tercihini etkiledi	2.86	1.96
M11	Propaganda müzikleri, seçim öncesi yaşanan siyasal gerginlikleri azaltmaktadır	2.79	1.89
M12	Propaganda müzikleri, gürültü kirliliğine neden olmaktadır	5.29	2.09
M13	Oy verdiğim partinin propaganda müziklerini dinlemekten hoşlanırım	3.23	2.22
M14	Oy verdiğim partinin propaganda müzikleri, geleneksel yapımıza uygundur	3.69	2.01
M15	Propaganda müzikleri, oy verdiğim siyasal partiye olan bağlılığı artırılmaktadır	2.57	1.94
M16	Propaganda müzikleri seçim öncesinde yaşanan gerginlikleri artırmaktadır	3.61	2.10
<b>Ortalama</b>		<b>3.44</b>	<b>2.04</b>

Tablo 2 incelendiğinde, katılımcıların anket maddelerine ilişkin görüşlerinin ortalama değerinin  $\bar{X}=3,44$  olduğu görülmektedir. Seçmenler, propaganda müziklerinin siyasal tercihlerini değiştirmedikleri ve ankette bunu ‘çoğunlukla katılmıyorum’ şeklinde ifade etmektedir. ‘Propaganda müzikleri, gürültü kirliliğine neden olmaktadır’ şeklindeki anket maddesine verilen puanlar  $\bar{X}=5,29$  ile en yüksek ortalama değeri göstermektedir. Katılımcılar, propaganda müziklerinin kısmen de olsa gürültü kirliliğine neden olduğunu düşünmektedir. Seçmenler,  $\bar{X}=4,95$  ile propaganda müziklerinin seçim öncesi yapılan mitinglerin coşkusu artırdığı konusunda kararsızdır. Araştırmaya katılan seçmenler, propaganda müziklerinin oy verdikleri siyasal partiye bağlılıklarını artırma düzeyini  $\bar{X}=2,57$  ile ‘kesinlikle katılmıyorum’ şeklinde değerlendirmektedir.

Tablo 3’te katılımcı görüşlerinin ortalama puanlarının cinsiyet değişkenine göre farklılaşma düzeyine ilişkin t testi sonuçları yer almaktadır.

**Tablo 3.**  
*Cinsiyet değişkenine ilişkin ortalama puanların karşılaştırılması (n=200)*

Cinsiyet	n	$\bar{X}$	S	Sd	t	p
Kadın	99	3.40	1.20	198	543	.002
Erkek	101	3.49	.950			

**p<.05**

Tablo 3’e göre, propaganda müziklerinin seçmenlerin siyasal tercihlerini yönlendirme noktasında, ortalama puanların cinsiyet değişkeni açısından istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık [ $t(198)=543, p<.05$ ] gösterdiği anlaşılmaktadır. Elde edilen bulgular, erkek seçmenlerin propaganda müziklerinin siyasal tercihlerini değiştirebilme düzeyinin ( $AO=3.49, S=.95$ ) kadın seçmenlere göre ( $AO=3.40, S=1.20$ ) daha yüksek düzeyde olduğu şeklinde değerlendirilebilir.

## Sonuç, Tartışma ve Öneriler

Bulgulara göre, katılımcıların anket maddelerine ilişkin görüşlerinin ortalama değeri  $\bar{X}=3,44$ 'tür. Bu sonuç, propaganda müziklerinin seçmenlerin siyasal tercihlerini yönlendirmekte zayıf olduğunu göstermektedir. Seçmenler, propaganda müziklerinin gürültü kirliliğine neden olduğuna inanmaktadır. Oysa İmik-Tanyıldızı (2012) tarafından yapılan araştırmada propaganda müziklerinin gürültü kirliliğine neden olduğu görüşünde olan seçmenlerin yüzdesi oldukça düşüktür. Yine seçmenler, propaganda müziklerinin seçim öncesi yapılan mitinglerin coşkusunu artırdığı konusunda kesin bir görüşe sahip değildir. Araştırmaya katılan seçmenler, propaganda müziklerinin oy verdikleri siyasal partiye bağlılıklarını artırmadığı görüşündedir. Aynı şekilde İmik-Tanyıldızı (2012) tarafından yapılan araştırmada, seçim şarkılarının seçmenleri doğrudan belirli bir siyasal partiye oy vermeye yönlendirmediği görülmektedir.

Seçmenlerin anket maddelerine verdiği puanlar; propaganda müziklerinin seçim öncesi yapılan mitinglerin coşkusunu artırdığı, partilerin siyasal anlayışlarını ortaya koyduğu ve mitinglere katılımı artırdığı şeklindeki maddelerde nispeten yüksek, oy verilen partiye olan bağlılığı artırdığı ve müziklerin dokusunun siyasal tercihi etkilediğine ilişkin maddelerde oldukça düşüktür. Bu sonuçlar, seçim dönemlerinde kullanılan müziklerin mitinglere katılımı ve coşkuyu görece artırdığı fakat seçmenlerin tercihleri üzerinde önemli bir güce sahip olmadığı şeklinde değerlendirilebilir. Elde edilen bulgular, daha öncede Lull (2000) ve Street (2003) tarafından yapılmış olan çalışmadaki bulgularla örtüşmektedir.

Bağımsız t testi sonuçları, propaganda müziklerinin erkek seçmenlerin siyasal tercihleri üzerindeki etkisinin kadın seçmenlere oranla görece daha yüksek olduğunu göstermektedir. ANOVA sonuçları ise araştırmaya katılan seçmenlerin görüşleri arasında yaş, meslek ve eğitim durumu değişkenleri açısından anlamlı bir istatistiksel fark olmadığını ortaya koymaktadır.

Seçmenler propaganda müziklerinin gürültü kirliliğine neden olduğu konusunda görüş ifade etmişlerdir. Bundan sonraki seçim propaganda çalışmaları sırasında siyasal partilerin bu konuda daha özenli davranmaları önerilebilir. Bu araştırma 2015 seçimlerinde kullanılan propaganda müziklerinin seçmenlerin siyasal tercihlerini belirlemek amacıyla nicel araştırma deseninde planlanmıştır. Bu konuda nitel çalışmalara da yer verilebilir. Bu çalışmada siyasal partilerin seçim öncesinde kullandığı propaganda müziklerinin seçmenlerin tercihlerini yönlendirmelerindeki rolü araştırılmıştır. Seçmenlerin tercihini etkileyen propaganda konuşmaları, afiş ve broşürler, sloganlar, tartışma programları gibi başka faktörlerin etkileri konusunda başka çalışmalar yürütülebilir. Bu araştırma Giresun il merkezindeki 200 seçmen ve 2015 seçimleri ile sınırlı tutulmuştur. Daha geniş örneklem grubuyla farklı illerde benzer araştırmalar yürütülebilir.

## Kaynakça

- Altınöçek, H. (2001). Bir İletişim Aracı Olan Müziğin İnsan Üzerindeki Etkileri. III. Uluslararası Müzikoloji Sempozyumu. İstanbul, Türkiye
- Aslantürk, Z. (1999). *Araştırma Metot ve Teknikleri*. İstanbul: Emre Matbaası.
- Aziz, A. (2007). *Siyasal İletişim*. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Baudrillard, J. (1991). *Sessiz Yiğitlerin Gölgesinde ya da Toplumsalın Sonu*. İstanbul: Doğubatı Yayınları.
- Derci, B. (2014). Türkiye'nin Seçim Tarihi: Şarkılar, Sloganlar, Afişler. <http://bugraderci.blogspot.com.tr/2014/03/turkiyenin-secim-tarihi-kampanyalar.html> 26 Mayıs 2016 tarihinde erişildi.
- Farris, H. E., Mason, A. C., & Hoy, R. R. (2004). Identified Auditory Neurons in the Cricket *Gryllus Rubens*: Temporal Processing in Calling Song Sensitive Units. *Hearing Research*, 193(1-2), 121-133.
- İmik-Tanyıldızı, N. (2012). Siyasal İletişimde Müzik Kullanımı: 2011 Genel Seçim Şarkılarının Seçmene Etkisi. *Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 7(2), 97-110.
- Kalender, A. (2000). *Siyasal İletişim*. Konya: Çizgi Kitabevi Yayınları.
- Karasar, N. (1999). *Bilimsel Araştırma Yöntemi*. Ankara: Nobel Yayınevi.
- Kutlay, E. B. (2007). *Müziğin Bir Pazarlama Elementi Olarak Tüketici Üzerinde Duygusal, Algısal ve Davranışsal Etkileri*. (Yayımlanmamış Doktora Tezi). İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Müzikoloji Ana Bilim Dalı. İstanbul, Türkiye.
- Lull, J. (2000). *Popüler Müzik ve İletişim*. (Çev. Turgut İblağ). İstanbul: Çiviyazıları Yayınevi.
- Schacter, S. (2011). The Barracuda Lacuna: Music, Political Campaigns, and The First Amendment. *The Georgetown Law Journal*, 99(2), 572-604. <http://georgetownlawjournal.org/files/pdf/99-2/StrasSpriggs.pdf> adresinden 26 Mayıs 2016 tarihinde erişildi.
- Street, J. (2003). Fight the Power: The Politics of Music and the Music of Politics. *In Government and Opposition*. (pp.113-130). Oxford: Blackwell Publishing.
- Şahin, E. (2008). *Müziğin Propaganda Amaçlı Kullanımı: Kürtçe Şarkılar*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisan Tezi). Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. Ankara, Türkiye.
- Uztuğ, F. (1999). *Siyasi Marka Seçim Kampanyaları ve Aday İmajı*. İstanbul: MediaCat Yayınları.
- Wells, K. A. (2004). *Music as war propaganda did music help win the first world war?* <http://parlorsongs.com/issues/20044/thismonth/feature.php> adresinden 26 Mayıs 2016 tarihinde erişildi.
- Trainor, L. (2010). The Emotional Origins of Music. *Physics of Life Reviews* 7, 44-45.
- Yıldırım, V., & Koç, T. (2003). *Müzik Felsefesine Giriş*. İstanbul: Bağlam Yayınları
- <http://www.hurhaber.com/iste-unutulmaz-secim-sarkilari/haber59184> 26 Mayıs 2016 tarihinde erişildi.
- <http://www.haberdar.com/ugur-isilak-in-o-fotografi-paylasim-rekoru-kiriyor3981062> 26 Mayıs 2016 tarihinde erişildi.
- <http://www.haberler.com/dp> 26 Mayıs 2016 tarihinde erişildi.
- <http://www.akparti.org.tr/site/dosyalar#!1-kasim-2015-secim-beyanname-brosurleri> 29 Mayıs 2016 tarihinde erişildi.
- <http://www.akparti.org.tr/site/dosya/73305> 29 Mayıs 2016 tarihinde erişildi.
- <http://www.hurriyet.com.tr/iste-ak-partinin-secim-sarkisi-27851580> 29 Mayıs 2016 tarihinde erişildi.
- <http://www.vatandanhaber.com/haber/4025/ak-partinin-yeni-secim-sarkisini-kim-soyluyor> 2015-haydi-bismillah-sarkisi.html 29 Mayıs 2016 tarihinde erişildi.
- <http://www.milliyet.com.tr/ak-parti-nin-yeni-secim-sarkisi-gundem-2044464/> 29 Mayıs 2016 tarihinde erişildi.
- <http://www.mynet.com/haber/guncel/iste-ak-parti-secim-sarkisi-ortagiz-bir-namusanin-sozleri-2079845-1> 29 Mayıs 2016 tarihinde erişildi.
- <https://www.mhp.org.tr/htmldocs/muzikler/muzikler/mhp/muzik.html> 29 Mayıs 2016 tarihinde erişildi.

[https://www.google.com.tr/?gws\\_rd=ssl#q=hdp+1+kas%C4%B1m+se%C3%A7im+%C5%9Fark%C4%B1lar%C4%B1](https://www.google.com.tr/?gws_rd=ssl#q=hdp+1+kas%C4%B1m+se%C3%A7im+%C5%9Fark%C4%B1lar%C4%B1) 29 Mayıs 2016 tarihinde erişildi.  
[http://www.bbc.com/turkce/haberler/2015/10/151001\\_hdp\\_secim\\_bildirge](http://www.bbc.com/turkce/haberler/2015/10/151001_hdp_secim_bildirge) 29 Mayıs 2016 tarihinde erişildi.  
<http://www.imctv.com.tr/hdpnin-kurtce-secim-sarkisi-were-hdp/> 29 Mayıs 2016 tarihinde erişildi.  
<http://t24.com.tr/haber/hdp-lideri-demirtas-aday-tanitim-toplantisinde-konusuyor,293149> 29 Mayıs 2016 tarihinde erişildi.  
<http://www.imctv.com.tr/hdpden-yeni-secim-sarkisi-haydi-kardeslik-horonuna/> 29 Mayıs 2016 tarihinde erişildi.  
<https://www.youtube.com/watch?v=qFD0hTwRKvY> 29 Mayıs 2016 tarihinde erişildi.  
<https://www.youtube.com/watch?v=L8r2C7e95o0> 29 Mayıs 2016 tarihinde erişildi.  
<http://www.sozcu.com.tr/2015/gundem/chp-secim-sarkisini-yayinladi-947320/> 29 Mayıs 2016 tarihinde erişildi.  
<https://www.youtube.com/watch?v=U-TtAXea3m0> 29 Mayıs 2016 tarihinde erişildi.  
<http://www.ensonhaber.com/chpnin-secim-sarkisi-yasanacak-bir-turkiye-2015-04-19.html> 29 Mayıs 2016 tarihinde erişildi.  
<https://www.chp.org.tr/Haberler/11/chpnin-kampanya-muzigi-chpnin-vakti-geldi-8420.aspx> 29 Mayıs 2016 tarihinde erişildi.  
<https://www.youtube.com/watch?v=FWDbiMqnitY> 29 Mayıs 2016 tarihinde erişildi.

## Summary

*The aim of this research is to examine the role and effect of the propaganda music used during the election periods in directing the electors preferences. The research is screening model of quantitative resarch design. The universe of the resarch is voters voting in the general elections constitute in Giresun province center on 7 June 2015 and on 1 November 2015. The sample group of the research constitute 200 voters determined by the method of random sampling. The questionnaire form was used to obtaining resarch data. At the end of the study voters who participated in the general elections held on June 7, 2015 and November 1, 2015 voters, expressed propaganda music does not direct political preferences in the form of "I mostly disagree" with the  $X=3.44$  average. Those who participate in the survey thought that the propaganda music caused noise pollution with  $X=5.29$  and that  $X=4.95$  rate were hasitant about propaganda music boosting the excitement of pre-election rallies. Voters participating in the survey are evaluating the level of political party loyalty ratings of their propaganda music as "absolutely diagree" with  $X=2.57$ . The opinions of voters differ satistically in terms of gender variation and do not differ in terms of age occupation and educational status variables.*

*Voters' opinion shows significant differences in terms of gender variable, but it doesn't differ in terms variable; age, occupation and educational level Voters believe that propaganda music is causing noise pollution. However, the survey by İmik-Tanyıldızı (2012) shows that the percentage of voters who view the propaganda music as causing noise pollution is very low. Voters do not have a definite opinion that propaganda music has boosted the excitement of pre-election rallies. The voters who participated in the survey said that propaganda music did not increase political party loyalty. Likewise, in a survey conducted by İmik-Tanıldızı (2012), it seems that electoral songs do not directly lead voters to vote for a particular political party.*

*The points that the voters gave to the questionnaires; propaganda music is extremely low on materials that increase pre-election rallies, raise political awareness of the parties and increase participation in the rallies, which is relatively high, voting party, which effects the political preference of music. These results can be interpreted as the fact that the music used during the election periods increased relative participation and enthusiasm in the rallies but did not have a significant influence on the voters' preferences. The findings are supported by the findings of previous studies by Lull (2000) and Street (2003). Independent t-test results show that the effect of propaganda music on male voters' political preferences is higher than that of female voters. ANOVA results indicate that there is no significant statistical difference between the opinions of the voters participating in the survey in terms of age, occupation and educational status variables. Voters say that propaganda music is causing noise pollution. It may be suggested that political parties should be more attentive to this issue during the election propaganda work.*

*This research was planned in quantitative research design to determine the political preferences of the voters of the propaganda music used in the 2015 elections. Affecting the preferences of the voter's propaganda speeches, posters, leaflets, slogans, debate programs on the effects of other factors such as other studies can be carried out. This research is limited to 200 electors in Giresun province center and 2015 elections. Similar studies can be carried out in different cities with a larger sample group.*