

T.C.  
İNÖNÜ ÜNİVERSİTESİ  
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ



**MÜZİK ARACILIĞI İLE İDEOLOJİK SÖYLEMİN TOPLUMA  
AKTARILMASI: 1 KASIM 2015 GENEL SEÇİMLERİNDE  
AK PARTİ VE HDP SEÇİM ŞARKILARI ÜZERİNE BİR  
İNCELEME.**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

DANIŞMAN HAZIRLAYAN  
Doç. Dr. Hasan TOPBAŞ Sabahattin RECEPOĞLU

MALATYA-2019

**T.C.**  
**İNÖNÜ ÜNİVERSİTESİ**  
**SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ**

**MÜZİK ARACILIĞI İLE İDEOLOJİK SÖYLEMİN TOPLUMA  
AKTARILMASI: 1 KASIM 2015 GENEL SEÇİMLERİNDE AK PARTİ VE HDP  
SEÇİM ŞARKILARI ÜZERİNE BİR İNCELEME.**

**YÜKSEK LİSANS TEZİ**

**HAZIRLAYAN**  
**Sabahattin RECEPOĞLU**

**DANIŞMAN**  
**Doç. Dr. Hasan TOPBAŞ**

**MALATYA- 2019**

T.C.  
İNÖNÜ ÜNİVERSİTESİ  
SOSYAL BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ

MÜZİK ARACILIĞIYLA İDEOLOJİK SÖYLEMİN TOPLUMA  
AKTARILMASI: 1 KASIM 2015 GENEL SEÇİMLERİNDE  
AKPARTİ VE HDP SEÇİM ŞARKILARI ÜZERİNE BİR  
İNCELEME

YÜKSEK LİSANS TEZİ

DANIŞMAN

Doç.Dr HASAN TOPBAŞ

HAZIRLAYAN

SABAHATTİN RECEPOĞLU

Jürimiz 30.09.2019 tarihinde yapılan savunma sınavı sonucunda bu yüksek lisans tezini (oybirliği /oyçokluğu) ile başarılı bulunarak İletişim Anabilim dalında yüksek lisans tezi olarak kabul edilmiştir.

Jüri Üyelerinin Ünvanı Ad Soyadı

1. Dr.Öğr. Üyesi. Tamer KAVURAN
2. Doç. Dr Hasan TOPBAŞ
3. Dr.Öğr. Üyesi. M. Barış YILMAZ

İmzası

İnönü Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yönetim Kurulunun ..... tarih ve  
.....sayılı kararıyla bu tezin kabulü onaylanmıştır.

Prof. Dr.

Mehmet KUBAT

Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürü

## ONUR SÖZÜ

Doç. Dr. Hasan TOPBAŞ, danışmanlığında Yüksek Lisans tezi olarak hazırladığım “Müzik Aracılığı İle İdeolojik Söylemin Topluma Aktarılması: 1 Kasım 2015 Genel Seçimlerinde Ak Parti Ve Hdp Seçim Şarkıları Üzerine Bir İnceleme” başlıklı bu çalışmanın, bilimsel ahlak ve geleneklere aykırı düşecek bir yardıma başvurmaksızın tarafımdan yazıldığını ve yararlandığım bütün yapıtların hem metin içinde hem de kaynakçada yöntemine uygun biçimde gösterilenlerden oluştuğunu belirtir, bunu onurumla doğrularım.

Sabahattin RECEPOĞLU



## ÖNSÖZ

Siyasalda kullanılan iletişim yöntemleri günümüz dünyasında farklı tür ve teknikler ile ilerlediği aşikardır. Siyasal iletişim, halkla ilişkiler, reklamcılık, propaganda, pazarlama gibi iletişim çabalarının önemi gün geçtikçe artmaktadır. Siyasal iletişim aktörlerinin hedef kitlelerini ikna etme amacıyla bu iletişim çabalarına yoğun olarak başvurdukları bilinmektedir. Özellikle seçim kampanyaları döneminde hedef kitlelerine ulaşma noktasında yoğun çaba sarf ettikleri görülmektedir. Kitle iletişim araçlarından yüz yüze iletişime kadar her türlü iletişim araçlarının kullanıldığı seçim kampanyaları dönemi siyasal aktörlerin başarısını ya da başarısızlığını kamuoyuna yansıtan önemli bir dönemdir Medya ile birlikte kullanılan etkili propaganda teknikleri etkisini gün geçtikçe artırmaktadır. Bu süreçleri doğru yöneten siyasal aktörler başarılı olmaktadır. Kitle iletişim araçlarıyla hedef kitlelere ulaştırılmaya çalışılan her türlü mesajın oluşturulma biçim ve içeriğinde ideolojik örmeler mevcuttur. Bu iletişim biçimlerinin içerisinde yer alan söylemlerin ideolojik arka planı vardır.

Bu çalışmada toplumsal olarak pek fark edilmeyen siyasal seçim şarkılarının ideolojik arka planı irdelenmektedir. Medya ile birlikte kullanılan seçim şarkıları seçmen hedef kitlesi üzerinde oldukça etkili olduğu söylenebilir. Siyasal iletişim aktörleri siyasetin doğası gereği topluma ile sürekli bir iletişim kurmak zorundadır. Bu iletişimin süresi genellikle yoğun olarak seçim dönemlerinde olmasına rağmen aslında sürekli olmak zorundadır. Oluşturulan mesajların içeriği ise seçmeni ikna etme ve oy verme işleminde istenilen sonuçları elde etme amaçlıdır. Karar vermede siyasal aktörlerin istedikleri yönde ve içeriği siyasanın belirlediği iletişim teknikleri ile sağlanmaktadır.

Bu çalışmanın meydana gelmesi sürecinde desteklerini esirgemeyen başta tez danışmanım Doç. Dr. Hasan TOPBAŞ olmak üzere Eşime şükranlarımı sunarım. İyi ki varsınız Yahya, Elisa ,Belinay ve Zeynep.

## ÖZET

RECEPOĞLI, Sabahattin, ‘Müzik Aracılığı İle İdeolojik Söylemin Topluma Aktarılması: 1 Kasım 2015 Genel Seçimlerinde Ak Parti Ve Hdp Seçim Şarkıları Üzerine Bir İnceleme ’Yüksek Lisans Tezi, Malatya 2019

Toplumların tarihsel süreci ile birlikte var olan müzik ve söylem bir arada yaşaya gelmiştir. Müzikte yer alan ifade biçimleri aşk, sevgi, hüzn, mutluluk gibi duygu dünyasının yansıması olmuştur. İnsanı duygu dünyasına götüren müzik kimi zaman da ideolojiyi içinde barındırmıştır. Ağıtlar, türküler, uzun havalar şeklinde tarihsel yolculuğunu devam ettiren müzik, günümüzde Pop, Rock, Arabesk gibi yapıtlarla zenginleşmiştir. Siyasal iletişimde kullanılan yöntemlerden biri olan propaganda seçmen kitlelerin ikna edilmesi için oldukça etkili bir yöntemdir. Bu yöntemin içeriğinde yer alan ideoloji her türlü söyleme bir amaç yüklemiştir. Siyasal iktidarları elde etmek isteyen kişi ya da örgütler uzun soluklu seçim kampanyası düzenlemektedir. Bu seçim kampanyasında seçim otobüsleri ile her mahalle ve köye ulaşmaya çalışan bu siyasal yapılar müziği ideolojik olarak kullanmaktadır. Bunun için güncel ya da bilinen müzik parçalarını kendi hedef kitlelerine ulaşma amacıyla kendi ideolojilerine uygun bir hale dönüştürmektedir. Bu dönüşüm siyasal dilin daha ideolojik bir yansıması olarak karşımıza çıkmaktadır.

Bu yüksek lisans tezinde ise örnek olay 1 Kasım 2015 seçimlerinde Ak Parti ve HDP tarafından kullanılan müzik parçaları söylem analizi yöntemiyle incelenmiştir. İktidarda olan Ak Parti Muhafazakâr Demokrat seçmen kitlesine Milliyetçi söylem üzerinden seslenmeye çalışırken, Hdp ise Seküler Kürt Milliyetçiliği ideolojik söylemine Türkiye partisi olma söylemini ekleyerek propaganda faaliyetlerini konumlandırmıştır. HDP özellikle Doğu ve Güneydoğu Anadolu bölgesinde yaşayan ve büyük şehirlere göç eden Kürt vatandaşlara seslenmeye gayret etmiştir. 1 Kasım seçimlerinden önce ülkede yaşanan olaylar bu seçimi daha da önemli hale getirmiştir. Her iki partinin hedef kitlesi bir birine yakın olduğu için kendi seçmenlerini koruma ve yeni seçmenleri elde etme amacıyla müziği yoğun olarak kullanmışlardır.

**Anahtar Kelimeler:** İdeoloji, Müzik, Siyasal İletişim, Propaganda, Seçim

## ABSTRACT

RECEPOĞLI, Sabahattin, Transferring Ideological Discourse to Society through Music: A Study on Ak Parti and Hdp Election Songs in the November 1, 2015 General Elections' Master Thesis, Malatya 2019

With the historical process of societies, the existing music and discourse came together. The expressions in music have been the reflection of the world of emotions such as love, love, sadness and happiness. Music, which takes people to the world of emotion, sometimes embodies ideology. Music, which continues its historical journey in the form of laments, folk songs and long weather, is now enriched with works such as Pop, Rock and Arabesque. As one of the methods used in political communication, propaganda is a very effective method for convincing the voter masses. The ideology in the content of this method has given a purpose to all kinds of discourse. People or organizations who want to obtain political power are organizing a long-term election campaign. In this election campaign, these political structures that try to reach every neighborhood and village by election buses use music ideologically. For this purpose, it transforms current or known music pieces into their own ideologies in order to reach their target audiences. This transformation is a more ideological reflection of political language.

In this master's thesis, the case studies of music used by AK Parti and HDP in the November 1, 2015 elections were analyzed by discourse analysis method. Conservative Democrats in power, the AK Party Nationalist rhetoric while trying to call out to the electorate, while HDP secular Kurds have positioned their propaganda activities to Turkey, adding that the rhetoric of the party's ideological discourse of nationalism. The HDP endeavored to address Kurdish citizens living in Eastern and Southeastern Anatolia and migrating to big cities. The events that took place in the country before the November 1 elections made it even more important. Since the target groups of both parties were close to each other, they used music intensively in order to protect their voters and obtain new voters.

**Key Words:** İdeology, Music, Political Communication, Propaganda, Selection

## İÇİNDEKİLER

KABUL ONAY SAYFASI .....	iii
ONUR SÖZÜ.....	iv
ÖNSÖZ .....	v
ÖZET .....	vi
ABSTRACT.....	vii
İÇİNDEKİLER .....	viii
KISALTMALAR .....	x
GİRİŞ .....	1

### BİRİNCİ BÖLÜM

#### İDEOLOJİNİN KAVRAMSALLIĞI

1.1. İdeoloji Kavramı .....	10
1.2. İdeolojinin Tarihsel Süreci ve İşlevselliği .....	15
1.3. Marksist Paradigmada İdeoloji .....	17
1.4. Karl Marks'ta İdeoloji.....	19
1.5. Georg Lukács'ta İdeoloji.....	22
1.6. Louis Althusser'de İdeoloji .....	22
1.7. Louis Althusser'de Devletin İdeolojik Aygıtları.....	24
1.8. Louis Althusser'de Egemen Sınıfın İdeolojisi .....	25
1.9. Antonio Gramsci'de İdeoloji.....	26

### İKİNCİ BÖLÜM

#### SİYASAL İLETİŞİM, PROPAGANDA VE SÖYLEM (DİL)

2.1. Siyasal İletişim.....	29
2.2. Siyasal İletişim Aktörleri.....	31
2.2.1. Devlet Başkanları.....	32
2.2.3. Siyasi Partiler .....	32
2.2.4. Yerel Yönetimler .....	32
2.2.5. Sivil Toplum Örgütleri.....	33
2.2.6. Baskı Grupları .....	33



2.2.7. Lobi Grupları.....	34
2.2.8. Sivil İtaatsizlik .....	34
2.2.9. Terör Grupları.....	35
2.3. Propaganda .....	36
2.3.1. Propaganda Araçları.....	38
2.3.2. Gazete .....	38
2.3.3. Radyo .....	39
2.3.4. Televizyon.....	39
2.3.5. İnternet .....	40
2.3.6. Sinema .....	40
2.4. Propaganda Türleri .....	40
2.4.1. Açık Propaganda .....	40
2.4.2. Bulanık Propaganda.....	41
2.4.3. Sinsi Propaganda .....	41
2.5. Siyasal İletişimde Söylem (Dil).....	42

## ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

### MÜZİĞİN PROPAGANDA AMAÇLI KULLANIMI

3.1. Müzik.....	45
3.2. Müziğin Araçsal İletişimi .....	46
3.3. Müziğin Propaganda Amaçlı Kullanımı .....	47
3.4. Seçim Şarkılarının Analizi .....	49
3.4.1. Söylem Analizi .....	50
3.4.2. Adalet ve Kalkınma Partisi (AK PARTİ) .....	51
3.4.3. Halkların Demokratik Partisi (HDP) .....	52
3.4.4. AK Parti Seçim Şarkıları.....	54
3.4.5. HDP Seçim Şarkıları .....	65
SONUÇ .....	74
KAYNAKÇA.....	76

## KISALTMALAR

Ak Parti	: Adalet ve Kalkınma Partisi
PKK	: Partiya Karkeren Kurdistan
HDP	: Halkların Demokratik Partisi
TDK	: Türk Dil Kurumu
DEAŞ	: Ad-Dawlah al-Islamiyah fil-‘Iraq wa ash-Sham
KCK	: Koma Civakên Kurdistan
DHKP-C	: Devrimci Halk Kurtuluş Partisi-Cephesi



## GİRİŞ

İdeoloji ve müzik arasında kullanım alanına göre yakın bir ilişki söz konudur. Toplumsal bir gerçeklik olan müzik, ideolojik söyleme oldukça yakındır. Farklı ritimler ile oluşturulan müzik dinleyiciler üzerinde kalıcı etki bırakmaktadır. Özellikle nakarat ve hareketli kısımlar daha fazla akılda kalıcı olmaktadır. Propagandanın doğasında var olan sürekli tekrar ile karşıdaki hedef kitlenin duygu ve düşüncelerini değiştirme çabası vardır. Propaganda müzik ile bir araya geldiğinde etkisi oldukça artmaktadır.

Toplumu oluşturan yapılara baktığımız zaman farklı etnik köken, din ve dil gibi unsurlar göze çarpmaktadır. Bu farklılıkların bir arada tutulması için siyasal iletişimi kullanan kişiler için oldukça yoğun çaba sarf etmeleri gerekmektedir.

Özellikle siyasal iletişim kampanyası hazırlama aşamasında propaganda ve müziğin ideolojik olarak bir araya getirilmesi önem arz etmektedir. Seçim şarkılarının hazırlanmasında ve topluma aktarılmasında ideolojik söylem ve yaklaşım temel yapıdır. Siyasanın söylem ve sloganları müzik aracılığı ile topluma aktarım süreci seçim süresince devam etmektedir.

Günümüz kitle iletişim araçlarının toplumda meydana getirdiği etkileme sürecini yakından takip eden siyasal iletişim uzmanları bu etki sürecini özellikle siyasanın lehine çevirme istekleri görülmektedir. Son yıllarda hazırlanan siyasal seçim kampanyaları iletişim uzmanları tarafından hazırlanmaktadır. Kullanılan slogandan seçilen renklere kadar her alanda titiz bir çalışma yapılmaktadır. İletişimin bu kadar önemli olduğu bir çağda seçmenleri ikna etmek için kullanılacak yöntemlerin de etkinliği olması gerekir.

Her siyasal kişi ya da örgütlerin oluşturulan mesajlarda bir ideolojik söylemi takip etmesi doğaldır. Çünkü ikna edilmesi gereken bir seçmen kitlesi vardır. Bu kitlenin ideolojik söyleme karşı geliştireceği tepkilerin de hesaba katılıp mesajların oluşturulması gerekir. Son yıllarda siyasal iletişim uzmanlarının hazırlamış olduğu bu mesajlarda yoğun bir ideolojik dil ve söylem söz konusudur.

Siyasal iletişim kampanyası sürecinde kullanılan medya ve diğer iletişim araçları ideolojik söylemlerle yüklü mesajları kaynaktan alıp alıcılara iletmektedir. Her mesajın ideolojik bir bilinçle oluşturulması ve iletilmesi süreci tek taraflı bir iletişimi

göstermektedir. Her ne kadar seçim sonuçları tek taraflı iletişimden çift taraflı iletişime bir geçişin sonucu olsa dahi siyasal seçim sürecinde tek taraflı bir iletişimden söz etmek mümkündür.

Bu noktada propagandanın temel işlevi olan tek taraflı ve tekrara dayalı mesaj iletme süreci karşımıza çıkmaktadır. Propaganda da geri dönüşün beklenmediği yoğun mesaj verme tekniği hâkimdir. Bu süreç ne kadar etkili ve verimli kullanılırsa düşünce ve tutumlarında değişme olasılığı artmaktadır. Siyasal iletişim uzmanları ve siyasal partilerin özellikle seçim döneminde bir algı oluşturup seçmenlerin tavır ve düşüncelerinin değişmesi amacıyla propagandayı kullandıkları bilinmektedir. Önemli olan seçmenlerin oluşturulan mesajlara doğru tepki verip kendi lehlerinde oy kullanmaları beklenmektedir.

Propagandanın tarihsel geçmişinde yer alan Nazi Almanya'sında kurulan propaganda bakanlığı bünyesinde yapılan çalışmalardan biri de müzik ile birlikte hazırlanan marşlar ile insanları ikna ettiği olmuştur. Müzik yapısı gereği insan hayatında önemli bir yer edinmiştir. Duygusal tepkilerin müzik ile daha belirginleştiği, karar verme süreçlerine etki ettiği bilinen bir gerçektir. Dünya genelinde hemen hemen her yer altı ve yer üstü örgütlerin kullanmış olduğu müzikal parça ya da marşlar olmuştur. Her devletin bir ulusal marşı vardır ve bu marş müzik ile resmi gün ve etkinliklerde sürekli dillendirilmektedir.

Dünya da faaliyet gösteren örgütlerinde ya da siyasal ideolojileri olan yapıların kullanmış oldukları müzikal parçalar vardır. Dini siyasal örgütler neşid ya da marş kullanmaları, sol temelli yapıların şarkı kullanmaları, devletlere ait askeri yapıların marşlar eşliğinde tören düzenlemeleri propaganda faaliyetlerinde müziğin yoğun kullanımını göstermektedir.

Araştırmanın yönteminde söylem analizi tekniği kullanılmıştır. Bu yöntemin temel dayanak noktası söylemlerin arka planında nasıl bir anlamlar dünyası olduğunu keşfetmektir. Günümüz dünyasında söylemlerin nasıl bir yapıda karşımıza çıktığı ve ne işlev gördüğü fazla fark edilmeden süregitmiştir. Çünkü üretilen her mesajın ideolojik bir anlamı ve değindiği bir anlamlar dünyası söz konusudur. Van dijk'a göre "*Söylem analizinde temel amaç, "söylem" olarak ifade edebileceğimiz dilin yapısal kullanım*

*unsurlarına dair belirlenmelerin sistemli bir şekilde gün yüzüne çıkarılmasıdır” (Van Dijk, 1988, s.17).*

Söylem analizi işlevsel özelliği ile toplum içerisinde üretilen söylemlerin çözümlenmesinde özellikle mesajlar içerisinde yer alan ideolojik ifadeleri anlamamıza bu ifadelerin çözümlenmemizde kilit rol oynamaktadır.

Bu araştırmada amaç Ak Parti ve Hdp'nin 1 Kasım genel seçim döneminde kullanmış oldukları seçim şarkılarının söylem analizi ile incelenmesidir. Bu şarkılardaki ideolojik söylem nasıl işlenmiş ve seçmene hangi kavramlarla anlatılmış gibi yaklaşımlarla sonuca ulaşılmak istenmiştir.

Çalışmanın birinci bölümünde literatürde oldukça yoğun bir şekilde ele alınan, düşünürlerin yaşamış olduğu dönem ve toplumsal yapıya göre ele aldıkları ideoloji kavramı ele alınmıştır. İdeoloji kavramı üzerinde oldukça tartışılan bir kavram olmuştur. Özellikle Marksist ve Neo-Marksist yaklaşımlar arasında farklı ifadelerle şekillenen bu kavram, kültür ve sosyal bilimler alanında da kendisine yer bulmuştur. Yöneten ve yönetilenin olduğu hemen hemen her durumda ideoloji farklı bakış açılarıyla toplum ve insana etki etmiştir. İnsanın ürettikleri ve gerçekliği arasında bir köprü görevi gören anlamlar dünyasında karşımıza ideoloji çıkmaktadır.

İkinci bölümde ideolojiye belki de en önemli katkıyı yapan düşünürlerin düşünce dünyası ele alınmıştır. Çıkış ve ifade ettiği anlamdan ziyade toplumu ve insanı açıklamaya çalışan düşünürlerin ideoloji kavramına bakış açıları ifade edilmiştir. Geniş bir tarama neticesinde elde edilen yaklaşımlar sırası ile aktarılmıştır.

Üçüncü bölümde siyasal iletişim ve propaganda kavramları detaylı ele alınmıştır. Bu bölümde siyasal iletişimde söylem (dil) ve dilin kullanma biçimleri üzerinden propaganda da kullanılan teknikler işlenmiştir. Siyasal iletişimin hedefler ve kullanmış olduğu araçların ifade edilmesinden sonra propaganda teknikleri ve kullanım alanları irdelenmiştir.

Son bölümde eleştirel söylem analizi ve kullanım amaçları temelinden hareketle siyasal iletişimde kullanılan propaganda tekniklerinden biri olan seçim şarkıları analiz edilmiştir. Bu analizde seçim şarkılarının meydana getirilme aşamasında kullanılan ideolojik dilin etkileri ve söylemleri ele alınmıştır.

## **Araştırmanın Yöntemi**

Bu araştırmanın yöntemi nitel araştırma yönteminden olan söylem analizi tekniğinden faydalanılmıştır. Söylem, bireyin kullandığı dil ve göstergeler dizgesi olan dil arasındaki ayrımı gösteren, bireyin onu kendine mal etmesiyle dönüşen yapı olarak tanımlanmaktadır. Medya ve siyaset başta olmak üzere sosyal bilimlerin farklı alanlarında yapılan akademik çalışmalarda çeşitli anlamlarda kullanılan popüler bir kavramdır (Güney, 1996, s.66).

Dilbilimde, dilin örgütlü kullanımı olarak da tanımlanmaktadır. Genel tanımda farklı eğilimler söz konusu olabilmekte, örnek olarak bir söz olayı (haber,şarkı, söylev, şiir, mülakat) da bir söz dizisi olabilmektedir (Mutlu, 2008, s.208).

Söylem analizi ise, dilin belli bir bağlamda sosyal amaçlı kullanımı şeklinde tanımlanmaktadır. Belli bir sosyal bağlamdaki katılımcılar arası özel iletişim veya diyalogların bağlantısını kurmaktır. Araştırmacılar, farklı sosyal bağlamlarda neden farklı şekilde konuşulduğunu, dilin sosyal işlevlerini ve sosyal ortama göre değişen anlamını iletmekte kullanılan yolları incelemiştir. Sosyal işlev, insanların kullandığı sözce ile konuşma ötesi eylemi gerçekleştirmesidir. Sözce; “iddia, söz, özür, davet, bağışlama, teklif etme, kabul etme, reddetme” gibi birçok eylemi gerçekleştirmektedir. Sözeylem olarak da anılan dilin işlevsel kullanımı, üst düzeyde düşünme ve inceleme gerektirir, söylem analizi buradan doğmaktadır (McCarthy, 1991, s.2).

Başka bir tanımda söylem analizi, “kullanılan dilin incelenmesi” veya “konuşucu ve dinleyici arasındaki ilişki, kim, ne zaman ve ne hakkında konuştuğuyla bağlantılı olarak sosyal rollerin söylemi nasıl etkilediği, sözel olmayan birimlerin etkisi ve sözcelerin katılımcılar arasındaki sosyal ilişkiler içinde nasıl şekillendiği konularının” incelenmesi olarak ifade edilmiştir (Kocaman, 1996, s.64).

Özetle, dil kullanımının toplumsal ve kültürel bağlamda ele alınması söylemdir. Söylemin incelenme nedeni ise insan iletişiminin kapsadığı geniş alanın bütünlüğünü kavrayabilmektir. Disiplinlerarası bir yaklaşımdır ve üst düzeyde söz ürünlerine yönelen, tümce sınırlarını aşan bir analizdir (Vardar, 1998, s.189).

Söylem analizinin geçmişi 2000 yıl öncesine kadar uzanmaktadır. Teun Van Dijk, söylem çalışmalarının kökeninin retoriğe kadar gittiğini ifade etmektedir (Van Dijk, 2003, s.11).

Söylem analizi, iletişim çalışmaları için kullanılan önemli bir araştırma yöntemidir. Van Dijk tarafından kullanılan söylem analizi yöntemi medya incelemelerinde haber içinde ideolojinin ne şekilde yer aldığını göstermekte sıkça tercih edilmektedir. Haber üretimi, söylem sürecinin bir formudur. Muhabirler nadiren olaylara tanık olmaktadır. Görgü tanıkları, söyleşiler, dokümanlar ve diğer medya kuruluşlarından gelen bilgilerden faydalanmakta, dolayısıyla haber yapılırken çoğunlukla mevcut söylem yeniden üretilmektedir. Bu yeniden üretim sürecinde ideolojik yaklaşım kaçınılmaz görünmektedir. Üretimde yer alabilecek özel şartlar, iletişimsel fonksiyonlar haber yapısını etkilemektedir. Anlatımdaki ilişkilendirmeler de haberin toplumsal, bilinçsel ve ideolojik anlamda değerlendirmesini etkileyecektir (Sözen, 1999, s.123).

T. van Dijk'ın yöntemi, temel olarak haber metinleri için içerik biçimlendirmesini ortaya koymayı hedeflese de farklı medya metinleri için de uygulanabilmektedir. Söylem analizi, medya metinlerinin stratejisini ne amaçla oluşturulduğunu ifşa etmektedir (Bulut ve Yaylagül, 2004, s.126). “Metin ne hakkında ve ne söylemek istiyor?” sorusuna cevap arayan analiz neticesinde içerikte gizli yan anlamlar çözümlenmektedir. Medya metinlerinde ilk anlamın yanında daima gizli yan anlamlar mevcuttur. Çünkü metnin üretim sürecinde ideolojik bir yansıma görülmektedir. İdeolojik boyutuyla birlikte medya metinlerinin analizi, toplumsal, kültürel, siyasal ve ekonomik bağlamların da ele alınmasını gerektirmekte, söylem analizi de bu noktada güzel imkânlar sunmaktadır (Cangöz, 1999, s.13).

Siyasal söylem incelenmesinde söylem analizi kullanılmasıyla, içerik analizi gibi sığ kalınmadan dönemin siyasi açılımları, toplumsal olarak meydana gelene olaylar, o günün koşullarına göre revaçta olan yaklaşımlar ve dış etkenler de yorumlara katılabilmektedir. İçerik analizinde, net biçimde içerikle ilgilenilmekte, kapalı mesajlar üzerinde durulmamaktadır (Devran, 2010, s.28).

Bu yöntemle, seçim döneminde hazırlanan seçim şarkılarının söz ve müzikleri incelenerek bu müziklerin arka planında yer alan ideolojik söylem belirlenmeye çalışılmıştır. Özellikle günümüzde sık kullanılan seçim şarkıları ideolojik bir arka plana sahiptir. Çünkü her siyasal iktidar adayı parti ya da örgütler kendi dünya görüşünü ya da yönetsel amaçlarını halka aktarmak zorundadır. Bu zorunluluk bir meşruiyetten öte

iktidarı ele geçirme ve bu süreci sürekli devam ettirme arzusundadır. Elbette siyasanın temel amacı bir meşruiyet elde etmektir. Ancak bu elde etme biçimi günümüz dünyasında demokratik seçimlerle oluşmaktadır. Bu seçimlerde seçmenlerin vermiş oldukları her oy bu siyasanın devleti yönetme ve iktidarı elde etmede bir adımdır. Bu anlamda siyasal seçim süreçlerinde kullanılan her iletişim tekniği bir ideolojik söylem barındırmaktadır. Araştırmada kullanılan söylem analizi ile seçim şarkılarında kullanılan politik ideolojik dil hakkında yorum yapma olanağı sağlayacaktır.

### **Araştırmanın Amacı**

Bu araştırmanın amacı müzik aracılığı ile topluma aktarılan seçim şarkılarında bir ideolojik dilin kullanılıp kullanılmadığını ortaya çıkarmaktır. Müziğin tarihsel kullanımına bakıldığı zaman ideolojik kullanımları göze çarpmaktadır. Söz ve ritim bir araya geldiği zaman daha kalıcı ve etkin olmaktadır. Dünya da yer alan bütün devletlerin milli marşları vardır. Legal ya da illegal her örgütün müzikal bir ifade tarzı olmuştur. Bu müzikal yapı ya da marşların oluşturulması gelişmiş güzel değildir. Bir ya da birkaç temel amaç üzerinden müzikal sözler dinleyenleri örgüt ya da topluma bağlama işlevi görmektedir. Bu bağlılık kişilerin tercihlerine de etki etmektedir.

Bu amaçla Ak Parti ve HDP'nin 1 Kasım 2015 tarihindeki seçimlerde kullanmış oldukları seçim şarkıları ele alınmıştır. Her seçim döneminde oluşturulan bu şarkılar ideolojik yüklemeler ile seçmene iletilmektedir. Toplumsal olarak yaşanan olaylar üzerinden sosyo-politik ideolojik dil ile oluşturulan seçim şarkıları incelenecektir. Bu inceleme 1 Kasım 2015 tarihinde geçici olarak iktidar olan Ak Parti ile muhalefette yer alan HDP'nin seçmenleri ikna ederken tarihsel geçmişten ve günümüz dünyasında kullanılan ideolojik yaklaşımlardan gelen ideolojik söylemlere yer verip vermedikleri de ele alınacaktır. Müziğin ideolojiyi topluma aktarırken nasıl bir etki ettiği de ayrı bir amaçlardan biridir.

### **Araştırmanın Önemi**

Siyasal seçim dönemlerinde kullanılan müziğin ideolojik söylem ile olan ilişkisi araştırmayı önemli kılmaktadır. Araştırmada 1 Kasım 2015 genel seçim dönemi incelenmiştir. 1 Kasım 2015 seçimleri öncesinde Ak Parti ve HDP 7 Haziran 2015 seçimlerinde almış oldukları sonuçların da etkisiyle bir söylem değişikliğine gitmişlerdir. Muhafazakâr Demokrat bir kimlikten Milliyetçi Muhafazakâr bir söylem



geliştiren Ak Parti karşısında Seküler Milliyetçi bir parti olan HDP ise Türkiye partisi olma iddiasıyla seçim kampanyası yürütmüştür. Bu süreç neticesinde ideolojik farklılaşmanın söyleme etki etmesi nedeniyle çalışmanın önemi artmaktadır. Bu alanda yapılan akademik çalışmalara baktığımızda Tanyıldızı (2012), “Siyasal İletişimde Müzik Kullanımı: 2011 Genel Seçim Şarkılarının Seçmene Etkisi” isimli çalışmasında Elazığ ili baz alınarak Türkiye’deki 2011 Genel Seçimlerinde siyasi partilerin kullandığı seçim şarkılarının seçmen davranışı üzerindeki etkiyi incelemiştir. Bu araştırma sonucunda seçim şarkılarının seçmen davranışı üzerinde önemli bir etkiye sahip olduğu ortaya çıkmıştır. Önürmen ve Temel (2014), “Popülerleşen Siyaset, Siyasallaşan Müzik: 30 Mart 2014 Yerel Seçim Şarkıları Üzerine Bir Çalışma”da 2014 yerel seçim kampanyalarında kullanılan seçim müziklerini tahlil etmiştir. Bu dönemde kullanılan seçim şarkılarının belirlenen amaçları yerine getirdiği tespit edilmiştir. Avcı (2015) “Siyasal Partilerin Seçim Kampanyaları Faaliyetlerine Karşı Seçmenin İlgi Düzeyleri: 2015 Genel Seçimleri Örneği” adlı çalışmasında seçim için hazırlanan şarkıların seçmen ilgi düzeyleri üzerindeki etkisini ele almıştır.

### **Araştırmanın Evreni ve Örneklemi**

Araştırmanın evreni 1 Kasım 2015 seçimlerinde seçime giren siyasi partilerden Ak Parti ve HDP seçim şarkılarında işlenen ideolojik söylemin müzik aracılığıyla topluma aktarılmasıdır. Araştırmanın örneklemini ise 1 Kasım 2015 seçimlerinde Ak Parti ve HDP tarafından kullanılan seçim şarkılarıdır. 17 Ekim 2015 ile 31 Ekim 2015 tarihleri arasında seçim sürecinde kullanılan seçim şarkıları belirlenmiştir. Bu tarihler seçim kampanyası çalışmalarının en yoğun olduğu tarihlerdir. Bu şarkılar söylem analizi yöntemiyle incelenecektir.

### **Araştırmanın Sınırlılıkları**

Türkiye de ortalama rutin seçimler beş yılda bir yapıldığı halde 7 Haziran 2015 te yapılan seçimlerde siyasi tablonun yetersiz olduğu belirlendikten sonra 1 Kasım 2015 erken seçimleridir. Bu dönemde kullanılan seçim şarkılarından 3 er tane ele alınarak incelenmiştir. Bu seçimi diğerlerinden ayrı bir konuma getiren 7 Haziran ile 1 Kasım arasında meydana gelene olaylardır.

11 Temmuzda Kck almış olduğu bir kararla ateşkesi sonlandırdı, 17 Temmuzda Cumhurbaşkanı Erdoğan, çözüm sürecinde yol haritası olan Dolmabahçe Mutabakatını

tanımadığını söyledi, 20 Temmuz: Suruç'ta gösteri yapan halk içine dalan bir Deaş'lı canlı bomba, kendisini patlattı. 33 kişi hayatını kaybetti, 22 Temmuzda Ceylanpınar'da Pkk Terör örgütü tarafından iki polis, evlerinde uyurken şehit edildi.

Deaş 23 Temmuzda, Kilis'te sınır devriyesi atan bir astsubay şehit oldu. Pkk'lılar tarafından Diyarbakır'da bir polis şehit edildi. 11 Ağustosta Cumhurbaşkanı Erdoğan, çözüm sürecinin tekrar ele alınmamak üzere rafa kaldırıldığını açıkladı, 17 Ağustosta Alanya'da bölgelerden gelen şehit haberleri neden ile Alanya'da yaşayan Kürt vatandaşların işyerlerine saldırdı. 20 Ağustosta Lice kırsalında yapılan operasyonda 4 askerimizin şehit edilmesinin hemen akabinde Siirt'te askeri konvoyun geçişi sırasında yola döşenen patlayıcılar patlatılması sonucu, 8 askerimiz şehit oldu. 22 Ağustosta, Şırnak'ta karakola yapılan saldırıda Yüzbaşı Ali Alkan şehit oldu. Şehidin ağabeyi şehit için düzenlenen törende Yarbay Mehmet Alkan hükümetin savaş politikasını sert bir dille eleştirdi. Doğu ve Güneydoğu bölgesinden olaylar başladı.5 Eylülde Cizre'de devlet sokağa çıkma yasağı ilan etti. 20'ye yakın sivil çatışmalarda öldü Dağlıca'da . 6 Eylülde Pkk saldırısında 16 asker şehit oldu. 8-9 Eylülde Iğdır'da gümrük kapısında görevli polislere saldırı düzenlendi 13 polis şehit oldu. 20 Ekimde Başbakan Ahmet Davutoğlu, Van mitinginde beyaz toroslar bahsetti.10 Ekimde Ankara'da düzenlenen barış mitinginde iki ayrı bomba patladı ve 102 kişi hayatını kaybetti. Türk siyasal hayatında önemli dönüm noktası oluşturan bu olaylardan sonra düzenlenen seçim 1 Kasım 2015 seçimlerinde kullanılan dil ve müzikler ideolojik söyleme daha yatkındır.

### **Araştırmanın Soruları / Hipotezleri**

1. Müziğin ideolojik işlevi var mıdır?
2. İdeolojik söylem müzik aracılığı ile topluma aktarılır mı?
3. Siyasal iletişimde kullanılan seçim şarkılarında ideolojik söylem yer almakta mıdır?
4. İdeolojik söylem, siyasal iletişimde yer alan propaganda araçlarından faydalanmakta mıdır?
5. Seçim şarkılarının hazırlanmasında kullanılan dil, ideolojik midir?

## **Hipotezler**

**H.1.** M¼zik tarihsel olarak ideolojik bir işlev görmektedir.

**H.2.** İdeolojik söylem m¼zik aracılığıyla topluma aktarılmaktadır.

**H.3.** Siyasal aktörler, propaganda araçlarını etkin kullanılmaktadır.

**H.4.** Siyasal iletişim faaliyetleri içerisinde yer alan seçim şarkıları ideolojik söylem ile inşa edilmektedir.

**H.5.** İdeolojik olarak hazırlanan seçim şarkıları propaganda araçları ile topluma aktarılmaktadır.



## BİRİNCİ BÖLÜM

### İDEOLOJİNİN KAVRAMSALLIĞI

#### 1.1. İdeoloji Kavramı

İdeoloji kavramı ortaya çıkış ve gelişim dönemlerinde farklı anlamlarda kullanılmıştır. İdeoloji 18 yüzyıldan sonra zihinleri meşgul eden bir kavramdır. İdeolojiye yönelik yaklaşımlara bakıldığında algılanan dış dünya ile ilgili yanlış bilinç olarak kabul eden görüşlerin yanı sıra sistemli ve kapsamlı bir dünya görüşü veya dış çevreden etkilenmeyen ve kalıplaşmış bir düşünce biçimi olarak kabul eden yaklaşımlardan da söz etmek mümkündür. Türk Dil Kurumuna göre ideoloji; ‘terimin yaratıcısı Destutt de Tracy'ye göre ideoloji, "ideler bilimi" dir, ideleri (geniş anlamıyla bilinç olaylarını), idelerin niteliklerini, yasalarını, gösterdikleri anlamlarla bağlantılarını ve kökenlerini inceler’’ (TDK:2017).

Kavramın düşünce dünyasına sürülmesinde önemli bir rol oynayan Destutt de Tracy ideoloji kelimesine olumlu bir anlam yüklemiştir. Bu anlamda ideolojiyi bütün diğer bilimlere temel teşkil edecek dini ya da metafizik olgulardan bağımsız bir araştırma temeli üzerine inşa etmek istemiştir. Aklın üretmiş olduğu değerlerin aynı anda bilimsel bir özellik taşıdığına inanan Tracy, kilisenin yüzyıllar boyu topluma dayattığı dogmatik fikirlerin yerini akla dayanan bilimin alması gereklidir. Zira aklımız algıladığı dünyayı nesnel olarak kavrayabilir ve böyle bir kapasiteye sahiptir. Akıl bilimin de yardımıyla dogmatik kalıplardan ve hurafelerden arınarak doğru düşünceye ulaşabilir. İşte ideoloji bilime ait ve doğru düşüncenin ismidir (Çaha, Bican, 2013, s.19).

Sonrasında bu olumlu anlamın karşısına ilk zamanlarda destek veren Napolyon ideoloji kavramına olumsuz anlam yükledi. Bu olumsuz anlamı şu şekilde ifade etmiştir; ‘‘Yasaların kaynağını, insan kalbinin bilgisinde ve tarihin derslerinde aramak yerine, halkların hukukunu ısrarla araştırdığı ilksel nedenlere dayanarak yazmaya çalışan ideoloji, yani bu karanlık metafizik, güzel Fransa'mızın bütün talihsizliklerinin sorumlusudur’’(Kılıçarslan, 2008, s.29).

Bir toplumsal biçim içerisinde yaşayan insanın dış gerçekliğini inşa etmesi için gerekli fonksiyonları yerin getiren en başta yer alan fikirler topluluğu olarak ideoloji ele alınırken, antropoloji açısından bakıldığında ise genel geçer bir söylenceler sistemi, toplumbiliminde ise siyasal “izm”lerle eş değer şeyler olarak kabul etmektedir. Günlük hayatta ideolojik dediğimiz şey bilimden uzak kitlelerde yer eden sanatsal değeri düşük şeyleri gizli olarak kabul etmedir (Oskay, 1980, s.198).

Kavramla ilgili olarak Terry Eagleton ideoloji adlı eserinde ideolojinin on altı farklı tanımını sunmaktadır. Bu tanımlara bakarsak; a) sosyal hayattaki anlam, gösterge ve değerlerin üretim süreci; b) belirli bir toplumsal grup ya da sınıfa ait fikirler dünyası; c) topluma hakim olan siyasal iktidarı meşrulaştırmaya yarayan fikirler; d) o anki egemen siyasal iktidarı meşrulaştırmaya hizmet eden yanlış fikirler; e) bilinçli ve sistemli bir şekilde çarpıtılan iletişim; f) özneye toplumda belirli bir konum sunan şey; g) toplumsal çıkarlar tarafından kabul edilip, güdülenen düşünme biçimleri; h) aynılık düşüncesi; j) söylem ve iktidar konjonktürü; k) içinde, bilinçli toplumsal aktörlerin kendi düşünce dünyalarına anlam verdikleri ortam; l) süreç amaçlı inançlar kümesi; m) dilsel anlamlar ile olgusal gerçekliğin karıştırılması; n) anlamsal (semiotik) kapanım; o) yaşanan toplumda bireylerin toplumsal yapıyla olan ilişkilerinde yaşadıkları kaçınılmaz ortam; p) toplumsal yaşamın doğal gerçekliğe dönüştürüldüğü süreç (Eagleton, 1996, s.19).

Andrew Vincent (2006:2) ideolojinin dört farklı anlamından söz etmektedir. Bu anlamlardan birincisi Tracy'nin yeni empirik fikirler dünyasını tanımlamaya yarayan özgün kullanımı, ikincisi ise seküler liberal cumhuriyetçilik biçimine yakınlığın bir emaresi olmaya başlaması biçimindeki yaklaşım. Üçüncüsü ise küçük düşürücü bir yaklaşım sergileyerek tehlikeli radikalizm ile entelektüel ve pratik verimsizliği içine alan yaklaşım ve son olarak Vincentin en önemsiz olarak gördüğü ‘politik doktrin’i işaret eden yaklaşımdır.

İdeoloji kavramının tarihsel süreç içerisinde yaşadığı en önemli dönüşümlerin başında Marks ve Engels tarafından oluşturulmuştur. Kendilerinden önce ideoloji konusunda yapılan çalışmaları eleştiren Marks ve Engels daha bir daha Marksist bir ideoloji oluşturmamıştır. Hegel ve Feuerbach’ a kadar gelen geleneksel çalışmalarda gökten yere inen bir felsefe yerine yerden yukarıya yükselen bir düşünce üzerine fikir üretmişlerdir. Burada insanı keşfetmenin yolunun insani söylem, hayal, ifade yada

insani ifadelerden ulaşılmayacağını, insana ulaşmanın yolu gerçekliğinin farkında ve etkili insanlardan, insana ait yaşam pratiklerinden geçtiğini ifade etmiştir. İnsan hayatında yer eden din, ahlak ve ideolojilerin kendi başlarına tarihsel gelişimlerinin oluşamadığının yanında insanın maddi üretimlerinin bir birleriyle olan maddi ilişkilerini ve gerçekliğinin zaman içerisinde gelişip değiştiğini açıklamaya başlamışlardır. Alman ideolojisi adlı eserlerinden insanın maddi pratiklerin gelişmesiyle yaşam koşullarını etkileyerek düşünce ürünlerinin de bununla gelişerek gelişmiş bir bilinç kazanabileceklerini ifade etmişlerdir.

Modern batı toplumunun çözümlenmesi üzerinden hareket eden Marksizm son tahlilde ideolojiyi üretim biçimi sürecine göre değerlendirir. Çoğunlukla kapitalist sistemin temel düşünce tarzını ideoloji olarak ele alan Marksist kuram aydınlanma üzerinden eleştirmiştir. Kapitalist sınıfın baskıcı ideolojisini toplum üzerine çöken bir karabasan gibi gören Marksist kuramcılar insanın gerçekliğinin farkına varması önünde bir engel olarak görmüşlerdir (Oskay, 1980, s.205).

Markstan sonra gelenler arasında ideolojiye farklı yaklaşım sergileyenlerden birisi de Antonio Gramsci'dir. Aslında Gramsci'nin eserlerinde ideoloji kavramı yerine hegemonya kavramını kullanmıştır. Kullanmış olduğu hegemonya kavramı yapısal anlam bakımından ideoloji kavramından daha geniş bir anlama sahiptir. Bu geniş anlamı kazanmasının nedeni Gramsci, hegemonya kavramını siyasal iktidarın egemenliğinde olan yönetilenlerin üzerindeki güce dayalı egemenliğin yanında, yönetilenler tarafında bu egemenliğe razı olma durumuyla boyun eğmeye atıfta bulunmak için kullanmaktadır (Üşür, 1997, ss.29–30).

Siyasal iktidarı elinde tutan sınıfın iktidarını inşa etmede hem cezalandırma gücünü hem de rıza üretmede kullandığı ideolojik aygıtları kullandığını (Yaylagül, 2006, s.97) anlatan Gramsci, toplumu yöneten hakim sınıfın hegemonya kurma durumunun belli bir "Hegemonik sınıf"ın yetkisinde olduğunu ifade eder ve bu hakim sınıfın kendi ideolojik yaşam biçimlerini toplumun üyelerine kabul ettirmesini okullar, kiliseler ve medya gibi hegemonya kurmaya yarayan toplumsal yapılar sayesinde yaptığını belirtir. Bu hegemonik sınıf söz konusu toplumsal yapı içerisinde önemli bir konumda olan araçları kullanarak toplumun rızasını kazanmak için ideoloji üretir (Yaylagül, 2006, ss.97–98).

Gramsciye göre ideoloji Kurulan sistemin devamlılığını sağlayan ve birbirinden kopuk gibi görünen dönemler arasında bir bağlantı kuran ideoloji aynı zamanda sistemi oluşturan ana yapılar arasında da güçlü bağın kurulmasını sağlamaktadır. Gramsci ideoloji sözcüğünün iki anlamı üzerinde durmaktadır. İlk olarak insanın yaşadığı toplum içerisinde belirlenen bir sınıf içerisinde konumlandığı, bu konumlanma durumunun da ideoloji tarafından belirlendiğini ifade etmiştir. Bu sınırlamayı sağlayan şey de ideolojidir. İkinci anlam olarak ise insanlarda gerçek duruma karşı geliştirilen bir tepki olarak ideoloji varlığını sürdürmektedir. Zaman içerisinde bu insanlarda bir benimseme haline gelmektedir (Kazancı, 2006, s.4).

Yukarıda değinilen hegemonya tarafından kullanılan aygıtların işleyiş biçimi hakkında farklı çalışma yapan Althusser'in *İdeoloji ve Devletin İdeolojik Aygıtları* adlı çalışmasında ele almıştır. Louis Althusser bu çalışmasıyla ideoloji kavramına farklı bir yaklaşım sergilemiş ve ideoloji ile ilgili yapılacak çalışmalarda yeni bir yol açmıştır (Yılmaz, 2001, s.61). Althusser, bu çalışmayla klasik Marksist devlet teorisini zenginleştirmek istemiş ve bunu büyük ölçüde başarmıştır. Bu devlet teorisinin temel kabulleri şöyle özetlenebilir: a) Devlet hakim sınıfın baskı yapmak için faydalandığı bir araçtır. b) Devlet iktidarını devleti oluşturan sistemsel aygıtlardan ayırmak gerekir. c) Sınıfsal mücadelelerinin asıl amacı devlet iktidarını ele geçirmedir. d) işçi sınıfı, burjuvanın tahakkümü altında olan devlet yapısını yıkarak ilerlemelidir. Bu ilerleme aşama aşama devam etmeli, ilk başta farklı bir devlet yapılanması ve ilerleyen aşamada ise var olan devleti tam anlamıyla ortadan kaldırmak için iktidarı ele geçirmek zorundadır. e) Hükümet, askeri yapılanma da yer alan kolluk kuvvetleri, suçluların cezalandırıldığı ceza evleri, mahkemeler vs. devletin kullanmış olduğu baskı aygıtlarıdır.

Bu noktada Althusser, marksist teoride yer alan devlet iktidarı ve devlet tarafından kullanılan sistemsel aygıtların ayrımının yanında devletin topluma baskı kurduğu aygıtlar ve ideolojik olarak toplumu dönüştürdüğü ideolojik aygıtlar türünde bir ayrımın daha olması gerekliliğinden bahsetmektedir (Türköne, 2003, s.113). Marksist teoride yer alan Toplumsal ilişkilerin tek belirleyici unsurun üst ve alt yapıdan kaynaklı ekonomi temelli olduğu yönündeki görüşü kabul etmeyen Althusser, devleti oluşturan toplum ve toplumun üretmiş olduğu kültürel yaşam arasındaki ilişkileri göz önüne alarak kapitalist devleti elinde tutan iktidarların mevcut sistemi yeniden tesis etmek

için iki farklı aygıt kullandığını belirtmiştir. Bu doğrultuda kaba kuvvete dayalı ve fiziksel şiddeti kullanan polis, mahkeme ve hapisane gibi kurumları “devletin baskı aygıtları” olarak nitelendiren Althusser, bu kurumları her türlü eylemi bastırmak ve denetim altına almak için varolan aygıtlar olarak görür. Althusser, “devletin ideolojik aygıtları” olarak nitelendirdiği eğitim kurumları, aile, siyasal partiler, sendikalar, medya gibi kurumların da devletin örgütlenmesi içinde yer aldığını ve ideolojiyi kullandıklarını belirtir (Yaylagül, 2006, s.106).

Bununla bağlantılı olarak Karl Mannheim, ideolojinin asıl amacı var olan sistemi devam ettirmek olduğunu söylemektedir. İdeolojiler, tarihsel olarak geçmişte yer alan nesnelere önem vererek, sosyal yapıyı sağlam bir hale getirmektedir. İdeolojiler birer sınıf gerçeğini içsel olarak barındıran ve birer dünyayı algılama biçimidirler (Meriç, 2008, s.260).

Althusser’in ideolojiyi bir kavram ve maddi boyuta indirmediği önemli bir ayrımında “devletin baskı aygıtları” ve “devletin ideolojik aygıtları”dır. Bu aygıtlar arasındaki işlevsel fark ideolojiyi maddi bir pratik olarak gözler önüne sermesidir (Dursun, 2001, s.27). Maddi bir eylem ve durum olan ideoloji, yapısal bir içeriğe sahip olduğu için zaman içerisinde bir değişim olabilir fakat şekli ve biçimi, bilinçaltına benzer olduğu için aynı kalır. İdeoloji, bilinçaltında farkında olmaksızın var olarak çalışır ve nasıl ki bazı yapılar bize miras kalmıştır ideolojide öyle bir özelliğe sahiptir. (Erdoğan, 2005, s.319).

Bu tartışmalardan anlaşılacağı üzere ideoloji, insanların düşünce dünyasında meydana gelen ve yer edinen düşünce ve fikirlerin, kişinin sahip olduğu düşüncelerinin tartışılmaz ve gerçek olduğu hissini verir. Bu gerçeklik doğrultusunda kişinin eylemlerini ve söylemlerini değiştiren belirli bir uzlaşmaya dayalı fikirler bütünü olarak ifade edilebilir. Peki her düşünce ideolojik midir? Sorusu gündeme gelebilir. Bir fikrin ideolojik olabilmesi için bir grubu oluşturan bireylerin düşünce ve fikirlerine yön vermesi gerekmektedir. Bu ideolojik yaklaşım neticesinde birey kendisini toplumda bir konuma getirir ve ait olduğu gruba bağlılık hisseder.

Bu grup bilinci içerisinde yer alan kişiler bir paylaşım oluştururlar. Bu paylaşımlar neticesinde kendilerine bir dünya görüşü oluştururlar. Bu dünya görüşü sayesinde meydana gelen olaylarda gruba benzer davranış sergilemeleri ideoloji olarak ifade edilebilir. İdeolojik yapıda yer alan bireyler kendilerini görüşün içerisinde yer



olarak bu ideolojik yapı kişileri şekillendirerek kendisini yeniden üretir. Zor tanımlanan ideoloji kavramının tarihsel süreci ve işlevselliğine detaylı bakmak gerekir.

## 1.2. İdeolojinin Tarihsel Süreci ve İşlevselliği

Eagleton'un tespit ettiği tanımlar ideolojinin bütün tanımlarını içermemekle birlikte kavramın kullanım farklılığını belirtmeye yaramaktadır. Kavramda yaşanan sıkıntılı durumu fark eden kimi siyasal bilimciler farklı anlam kümeleri içerisinde belirginleşen tanımları birkaç başlık altında toplamaya çalışmışlardır. Bu amaçla David McLellan son yıllarda kullanılan ideoloji kavramını baz alarak iki yaklaşım belirliyor (Çağan, 2008, s.12). Bu yaklaşımlardan ilki kavramı ilk kullanan Tracy ve çevresinde olan Fransız rasyonalist yaklaşımdır. Bu yaklaşım toplumda görülen doğal görüş birliğine vurgu yapmakla birlikte derin bir düşünme süreciyle hakikate ulaşılabileceğini öngörür. Bu görüşün karşıtı diyebileceğimiz başka bir yaklaşım ise Marx ve Hegel ile başlayan Habermasa kadar uzanan alman gelenekten beslenen bu düşünörlere göre ise hakikatin ne olduğuna karar vermenin nesnel bir yolunun olmasından şüphe edilmesi gerektiğidir (McLellan, 2005, s.11).

Andrew Vincent (2006:2) ideolojinin dört farklı anlamından söz etmektedir. Bu anlamlardan birincisi Tracy'nin yeni empirik fikirler dünyasını tanımlamaya yarayan özgün kullanımı, ikincisi ise seküler liberal cumhuriyetçilik biçimine yakınlığın bir emaresi olmaya başlaması biçimindeki yaklaşım. Üçüncüsü ise küçük düşürücü bir yaklaşım sergileyerek tehlikeli radikalizm ile entelektüel ve pratik verimsizliği içine alan yaklaşım ve son olarak Vincentin en önemsiz olarak gördüğü 'politik doktrin'i işaret eden yaklaşımdır.

İdeoloji kavramını biçimlendiren üç farklı yaklaşım tespit eden Sancar bunlardan ilkinin yanlış bilinç kavramı ile tanımlar. Yanlış bilinç toplumsal gerçekliği öznelinin bilincinde bir yanılsama ile oluşan bilgi olarak ifade eder. İdeoloji toplumsal gerçekliğin bozuk ve çarpık bir bilgisi olarak ortaya çıkar. Ayrıca Sancar ideoloji ve hegemonya kavramları arasında kuramsal bir bağ kurarak egemen ideolojinin toplumsal sistemin çatışmalı yapısını bir arada tutan ve toplumsal sistemin kendisini yeniden üretmesini sağlayan bir yapıdır. Üçüncü olarak söylem kavramı aracılığıyla, gerçekte toplumsal ilişkilerin dil yoluyla meydana gelen pratikler sayesinde oluştuğu, ideolojinin

açıklamaya çalıştığı toplumsal değer, düşünce ve anlamların belirlenmesi söylem ile meydana gelmesidir ( Sancar, 1997, s. 8).

Andrew Heywood (2014:23) ideolojiyle ilişkilendirilen anlamlar arasında en dikkat çekici olanların siyasal bir inanç sistemi, hakim sınıfın fikirleri, bir sosyal grup ya da sınıfın dünya görüşü, bir sınıfa ait veya sosyal çıkar ilişkilerini dışa vuran siyasi fikirler, ezilenler veya sömürülenler arasında yanlış bilinci yayan düşünceler, bireye ben hissi oluşturan ve sosyal hayatta konumlandıran fikirler, bir siyasi sistemi veya rejimi kabul ettirmek üzere, o siyasi sistem veya rejim tarafından ayrıcalık verilen fikirler kümesi, sistematik ve soyut nitelikte siyasi idealler kümesi, hayatın her alanını kaplayan ve topluma hakikati elinde bulundurduğu iddiasında bulunan siyasi öğreti olarak ele almıştır.

İdeoloji, yürürlükte olan iktidar sistemini korumaya, biraz değiştirmeye veya ortadan kaldırıp yenisini kurmaya yönelmiş örgütlü siyasal eylem için zemin oluşturan, az çok tutarlı fikir kümeleridir. Bundan dolayıdır ki bütün ideolojiler genellikle dünya görüşü sunarak var olan düzene bir açıklama sunar, kendisine tabi olan insanlara istenen iyi bir gelecek kurma görüşü geliştirir ve siyasi gelişmelerin nasıl yapılacağı ve yapılırken bir halden bir hale geçişin nasıl olacağını açıklar(Heywood, 2014, s.28).

Bu tartışmalardan anlaşılacağı üzere ideoloji, insanların düşünce dünyasında meydana gelen ve yer edinen düşünce ve fikirlerin, kişinin sahip olduğu düşüncelerinin tartışılmaz ve gerçek olduğu hissini verir. Bu gerçeklik doğrultusunda kişinin eylemlerini ve söylemlerini değiştiren belirli bir uzlaşmaya dayalı fikirler bütünü olarak ifade edilebilir. Bir fikrin ideolojik olabilmesi için bir grubu oluşturan bireylerin düşünce ve fikirlerine yön vermesi gerekmektedir. Bu ideolojik yaklaşım neticesinde birey kendisini toplumda bir konuma getirir ve ait olduğu gruba bağlılık hisseder. Bu grup bilinci içerisinde yer alan kişiler bir paylaşım oluştururlar. Bu paylaşımlar neticesinde kendilerine bir dünya görüşü oluştururlar. Bu dünya görüşü sayesinde meydana gelen olaylarda gruba benzer davranış sergilemeleri ideoloji olarak ifade edilebilir. İdeolojik yapıda yer alan bireyler kendilerini görüşün içerisinde yer alarak bu ideolojik yapı kişileri şekillendirerek kendisini yeniden üretir.

Buraya kadar ideolojinin tanımlanması üzerinde durduktan sonra ideoloji kavramına yönelik geliştirilen yaklaşımların ele alınması daha doğru olacaktır. Bu nedenle Marksist düşünce geleneğini kuran ve kendisinden sonra gelen takipçilerinin

uzun tartışmalarında yer alan sahip Karl Marks ve ardılları olan Georg Lukacs, Louis Althusser ve Antonio Gramscinin ideolojiye bakış açıları ele alınacaktır.

### **1.3. Marksist Paradigmada İdeoloji**

İlk başta fikir bilimi olarak on dokuzuncu yüzyılda ortaya çıkan ideoloji on dokuzuncu yüzyılın ortalarına doğru anlam değişmesine uğramıştır. Bunda en etkin rolü oynayan ise Karl Marks olmuştur. Burada Marks, Lukacs, Gramsci ve Althusser gibi düşünürlerin ideoloji kavramına yaklaşımlarını ifade etmek gerekir. Marks ideoloji kavramına eleştirel bir araç ve yeni bir kuramsal sistemin ayrılmaz bir bileşeni olarak yer açtı. Şunu belirtmek gerekir ki Marks ideoloji kavramını olumlu anlamda kullanan Destutt de Tracy'nin bazı çalışmalarını okumuştur.

Tracy'nin yüklediği olumlu anlama karşı Napolyon'un ideoloji ve ideologlara yönelik getirmiş olduğu olumsuz anlamı kullanmaya devam eden Marx bu olumsuz anlamı alman ideolojisine yükleyerek bu alandaki sorunsalı devam ettirmiştir. 1844-1845 yıllarında sürgünde iken Destutt de Tracy'nin birkaç çalışmasını okuyan Marks Engels ile birlikte Alman ideolojisinin düşünürlerinden olan Bauer, Feuerbach, Striner gibi Hegelcilerin düşüncelerini eleştirmiştir. Bu düşünülerin düşüncelerini alman ideolojisi olarak tanımlayarak Napolyonun ideologların çalışmalarına getirdiği eleştiriyi genç hegelcilerin çalışmaları arasında kıyaslama yapıyorlardı. Genç Hegelcilerin çalışmalarını de Tracynin çalışmalarının muadili olarak görüyorlardı. Marks ve Hegelin yapmak istediği bu düşünürlerin çalışmaları ile daha önce Fransa'da itibarsızlaşan doktrinler arasında bağlantı bulup bunların toplumda itibarını zedelemeye çalışıyordu. Alman İdeolojisi adlı eserlerinde Genç Hegelcilerin görüşlerini hedef alarak ideoloji kavramını bir hakaret olarak kullanmışlardır. Genç Hegelcilerin, tıpkı eski Hegelcilerin bilincin tüm ürünlerini insan toplumun gerçek bağları olarak görmeleri, fikirleri düşüncelerin tarih ve toplumsal yaşamdaki değerini yüksek görmeleri bakımından ideolojiktir.

Bunlar bilincin bütün ürettiklerini inşaların gerçek uzantıları olarak görürler (Subaşı, 2018,s.155). Ayrıca Genç Hegelciler fikirleri fikirlerle, cümleleri cümlelerle kıyaslayıp çarpıştırırlar ve gerçek dünyaya bir etki ya da katkı yapmazlar. Kendi yaşadıkları dönemle bir bağ kuramayarak eleştirilerine güç katamazlar. Bu anlamda ideoloji kavramı polemikçi bir anlam kazanır. İdeoloji yanlış düşünceleri özerk ve etkili

gören, sosyal ve tarihsel yaşamın gerçek koşullarını ve özelliklerini kavramaktan uzak kuramsal bir doktrindir. Bu polemikçi kavranışın özgünlüğünü bilincin toplumsal yapısının ve sınırlarının saptanması, iş bölümü ve bilimin sosyo-tarihsel dünyayı bilimsel bir şekilde incelemesine dair bir dizi varsayımla kendisini gösterir. İnsanların maddi yaşam koşulları bilinçlerini belirler.

Düşünceler kendi başlarına ya da tarihin akşını belirleyen süreçler değil, insanların birlikte yaşamlarını devam ettirmek için ürettikleri araçlarla sıradan faaliyetleri iç içe geçmiştir. Bu iç içe geçmişlik tarafından belirlenen süreçlerdir. Kişiler fikirlerin üreticisi değil onların birer ürünüdür (Macit,2016,s.30). Çünkü bilinç ve fikirler özerk ve etkilidirler. İş bölümünde Marks ve Engels insanların günlük yaşamda çok az bilinçli hareket ettiklerini, sınırlı etkileşimler hariç, çok az şeyin farkında oldukları için ilkel bir insan toplumu olarak farz ediyorlardı. Bilinç bu aşamada maddi yaşamla ayrılmaz bir birliktelik oluşturarak sürü bilincini teşkil eder. İş bölümü kadın erkek ilişkisinden başlayarak farklı alanlarda devam ederek kendiliğinden ya da doğal olarak gelişti. Maddi ve zihinsel emek arasında bir ayırım meydana geldi. Zihinsel emekle meşgul olan kişiler bağımsız bir var olmaya sahip olurken maddi yaşam süreçleri tarafından koşullanmış ve kendilerine ait bir tarihe ve güce sahip olanlar ile olmayanlar meydana geldi (Rehmann, 2000, s.26).

Sosyo- tarihsel dünyanın bilimsel bir şekilde incelenmesi gerekmektedir. Çünkü ideolojiyi teşkil eden kuram ve doktrinlerin yerine toplum ve tarih bilimsel bir şekilde incelenmeli ve bu kuramsal doktrin ve faaliyetlerin yerine bilim getirilmelidir. Çünkü insanın gelişimini temsil eden pratik süreçlerin temsili kurgunun bitmesiyle yani pozitif bilimin başlamasıyla olur. Yani sosyo-tarihsel değişimi anlamak için doğa bilimleri hassasiyetiyle belirlenebilecek üretimin iktisadi sürecin gelişimini inceleyerek işe başlamalıyız. Bu bize o dönemdeki ideolojik bilinç biçimlerini anlamamıza ve maskesini düşürmemize yardımcı olacaktır.

Bu maske düşürme ile birlikte bu bilinç biçimlerinin hatalı, yanıltıcı veya akli delillerle gerekçelendirilemeyeceğini göstermektir. Marks'ta belki de ideoloji olarak isimlendirilmeyen örtük bir tanımlama mevcuttur. Bu tanımda ideoloji terimi kullanılmamaktadır. Thomsan'ın ifade ettiği bu tanımlama, kişileri geçmişin gölgesine hapseden gelecek tasavvuru oluşturmamakla birlikte sınıf ilişkilerini gizleyen sembol ve

fikirlere yönlendirerek birlikte olan toplumsal değişim çabalarına gölge düşüren, mevcut hakim sınıf ilişkilerini korumaya yarayan bir temsiller sistemidir. Bu tanımlamanın tarihsel arka planında 1848-50 yıllarında Fransa'da 1851 de Louis Napolyon Bonaparte'ın darbesine zemin hazırlayan sürecin sonunda Fransız köylülerinin süreçte geçmişin kahramanlıkları ve Napolyon'un geçmiş sembolleri kullanması ile devrim süreci başarıya ulaşmamıştır. İşçi sınıfı ve Fransız köylülerinin bir ortak noktada buluşup bir devrim yapmasını bekleyen Marks bunun gerçekleşmediğini görmüştür. Bunun nedenini Fransız köylülerinin geçmişin gölgesine ve sembollerine takılmasında gören Marks yukarıdaki tanımlamayı zekice ifade etmiştir.

Marksın kavramın kullanılma alanı olarak açtığı pek çok yeni alan ve kavramın kuşattığı meselelerde hangi biçimlerde ele aldığı net değildir. Marks sonrası süregiden tartışmalarda sorunlu alanı oluşturan nokta da ideoloji kavramına yönelik bu muğlaklıktır (Thamson, 2013, s.47).

#### **1.4. Karl Marks'ta İdeoloji**

Karl Marks, ideolojiyi maddi şartların ortaya çıkardığı yanlış bilinç olarak tanımlamıştır. Alman ideolojisi adlı ünlü eserinde alman düşünce dünyasının temellerini sorgulayan Marks, insan bilincinin ürünü olan din, devlet, aile gibi üst yapı kurumlarının hepsi ekonomik alt yapının yansıması olarak gelişir ve değişir. Alt yapı ile üst yapı arasındaki bu gerçekliği insanların kavrayamadığını ifade eden Marks bunun nedeni olarak da ideolojiyi gösterir. İdeoloji bu gerçekliği kavrama sürecini engelleyen ve yanlış algılatan en önemli etkendir.

İdeoloji Marks'ta bir yanılgı olarak görülür ve gözlerimizi perdeleyen buğulu gözlüklerimizin bize gösterdiği biçimde algılarımızı yönlendirir. Bilincin yanlış bir şekilde işlemesine sebep olan en büyük etken de dindir (Çaha, 2013, s.21).

Marks'a göre, düşünceleri ideolojik hale getiren, bu düşüncelerin maddi üretim sürecinde görülen çelişkiler arasındaki ilişkidir. Bu çelişkiler, özünde zihin ve bilek gücü arasındaki farktan kaynaklanıyordu. Bu farkla birlikte meydana gelen

Sınıflı toplum yapısı, birey ile toplumun çıkarları arasında uyumsuzlığa neden oluyor. Tam bu noktada yaşanan çelişkilerin zihinsel olarak ortadan kaldırılması yani

gizlenmesinde ideoloji etkin bir rol oynuyor. Bunu yapabilmek için iktidardaki sınıflar kendi çıkarlarını toplumun bütünün çıkarları gibi göstermeye yarayan ideolojiler üretiyordu (Kılıçaslan, 2008, s.31).

Sınıf çıkarının gizlenmesi ve belirleyici olan alt yapı ile belirlenen üst yapı arasındaki bu ayrımı yapan Marks kendisinden önceki düşünürlerden olan Hegel'in idealist felsefesini temelden eleştirmiş ve yeni bir açılım getirmiştir. Hegel'in idealist felsefesini, kendi ifadesiyle, tersine çevirip ayakları üzerine oturmak suretiyle geliştirdiği Materyalist dünya görüşünde yatmaktaydı. Kendisinden önceki düşünürler büyük bir çoğunlukla, geliştirecekleri düşünce sistemini, ilkesel nedenlere, temel alınabilecek bir takım kavram ya da öncüllere dayandırmaya çalışırken, Marks insan düşüncesinin kaynağını maddi yaşamda arama gerekliliğini ısrarla öne sürdü (Kılıçaslan, 2008, s.30).

Marks kendi fikirlerini titizlikle tasarlanmış ve insanın sahip olduğu tarih ve toplumsal ürünleri ortaya çıkardığı için bilimsel olarak sınıflandırır. Marks ideoloji terimini kullanmasındaki hayatiyet ideolojinin bilim ile yanlışlığın hakikat ile olan karşıtlık ilişkisinden kaynaklanmaktadır. İkinci olarak yukarıda belirtildiği gibi ideolojiyi sınıf sistemi temelli ele almasıdır. İdeolojide var olan çarpıklığın kaynağı yönetici sınıfın çıkarları ve içinde bulunduğu toplumun bakış açısını yansıtmaması gerçeğinden kaynaklanır. Eğer her ideolojide insanlar ve onların ilişkileri Camera Obscura da olduğu gibidir. Nesnelere gözün ağtabakası üzerindeki terslikten hareket eden Marks, onun kendi doğasından kaynaklı olmasının gerçeğini toplumdaki ilişkileri açıklamak için kullanmıştır. Yoksa gerçek yaşamda nesnelere bu şekilde değildir. Burada tarihsel yaşam süreci toplumda Camera Obscura'yı meydana getirmektedir. Burada Marks'ın kullanmış olduğu *Camera Obscura* metaforu ile tersine dönme ilişkisi çoğu zaman yanlış bilinç olarak yorumlanmıştır (Sancar, 1997, s.13).

Bu yanlış bilinç toplumda yöneten ve yönetilen arasındaki ilişkiden ortaya çıkmaktadır. Burada toplumu yöneten yönetici sınıf hiçbir zaman kendisini baskıcı görme eğiliminde değildir ve tahakkümleri altında bulunanlardan rıza arama endişesi yaşamaktadır. Yani sınıf sistemi tarihsel sürecin bir sonucu olarak baş aşağı biçimde var olur. Sınıf sistemini perdeleyen ve gizleyen ana unsur ideoloji olarak görünmektedir. Üçüncü olarak ideoloji iktidarın tezahürüdür. İktidarı elinde bulunduran kapitalizm

ideolojiyi sınıf çelişkilerini örtmek için kullanır. İdeoloji tam olarak çağın hakim fikirlerini oluşturur (Heywood, 2014, s.24).

Burada Marks başka bir alan açarak üretimi elinde bulunduranların elde ettikleri maddi dönüşüm gücü ile bu süreçte insanların yaşadıkları çelişkilerin farkına vardığı ve bu farkındalık neticesinde oluşan mücadele içinde yer edindikleri bir alan olarak görür. Burada vurgulanması gereken önemli nokta bu mücadele alanının Marks sonrası dönemde işlerliğini yitirip yitirmediğidir. Marks'ın kullandığı altyapı-üstyapı metaforu Marks sonrası dönemde üst yapısal formlar ekonomik yapının bir yansıması olduğunu söylemekten öteye gidememiştir. Öte yandan Marks'ın ideolojinin yaşandığı alan olarak maddi yaşamın çelişkileri ve bireylerin günlük hayatta yaşadıkları çelişkilere ilişkin olarak oluşturdukları toplumsal bilinç ve bu bilince ait mücadele alanı olması kendisinden sonra tartışılmaya devam etmiştir (Sancar, 1997, s.17-18).

Eagleton'un (1996:127-128) da ifade ettiği üzere, olgunluk döneminde, Marks, ideolojiyi üç farklı biçimde ele almıştır. Birincisi, ideoloji, baskıcı bir siyasi tahakkümün altında kendisine yaşama hakkı veren, egemenliği altında olan insanların alakasını toplumsal şartlardan başka alana çeken ve toplumla bağları olmayan, aynı zamanda iktidarın devamına hizmet eden inançlar yumağıdır. İkinci olarak ideoloji, hakim toplumsal sınıfın gözle görünür çıkarlarını aracısız dile getiren ve onların oluşturduğu yönetimi destekleyen düşüncelerdir. Üçüncü olarak ta ideoloji, siyasi açıdan içerisinde devrimci güçlerin bulunduğu ve sınıf mücadelesinin verildiği doğru bilincin ta kendisidir.

İdeoloji, insanların düşünce dünyasında meydana gelen ve yer edinen düşünce ve fikirlerin, kişinin sahip olduğu düşüncelerinin tartışılmaz ve gerçek olduğu hissini verir. Bu gerçeklik doğrultusunda kişinin eylemlerini ve söylemlerini değiştiren belirli bir uzlaşmaya dayalı fikirler bütünü olarak ifade edilebilir. Peki her düşünce ideolojik midir? Sorusu gündeme gelebilir. Bir fikrin ideolojik olabilmesi için bir grubu oluşturan bireylerin düşünce ve fikirlerine yön vermesi gerekmektedir. Bu ideolojik yaklaşım neticesinde birey kendisini toplumda bir konuma getirir ve ait olduğu gruba bağlılık hisseder. Bu grup bilinci içerisinde yer alan kişiler bir paylaşım oluştururlar. Bu paylaşımlar neticesinde kendilerine bir dünya görüşü oluştururlar. Bu dünya görüşü sayesinde meydana gelen olaylarda gruba benzer davranış sergilemeleri ideoloji olarak

ifade edilebilir. İdeolojik yapıda yer alan bireyler kendilerini görüşün içerisinde yer alarak bu ideolojik yapı kişileri şekillendirerek kendisini yeniden üretir.

### **1.5. Georg Lukács'ta İdeoloji**

İdeoloji konusunda Lukács Marks'tan ayrı düşünmüştür. Bilinç kavramının çözümsel üretim tarzından ayrılmaz bir yapıda olduğunun ve bir bütünlük arz ettiğini ifade eder. Böylelikle, Marks'ta hayat bulan alt ve üst yapı tarafından belirlenen sınıf ideolojisi ve bilincin ekonomik yapılar tarafından belirlendiği fikrine karşı çıkar. Bilinç yapılarının ele alınarak tarihsel farkındalık ile çözümlenebileceği, bilinç içerisinde yer alan sahte kavramını bilince değil topluma atfedileceğine inanır (Parlak, 1991, s.37). Lukacs'a göre ideoloji şeylerin derin anlamlarına uzak kalan, sınırlı bir biçimde yüzeysel bağlarla bağlı söylemlerdir. Yoksa gerçekten meydana gelen olaylara bağlı olmayan söylemler değildir. Öte yandan Lukacs, toplumsal ilişkilerin meta dolaşımdan kaynaklı olarak şeyler arasındaki ilişkiye çevirdiğini belirtir (Özbek, 2000, s.91).

Lukacs ideolojiye farklı bir bakış açısıyla bakmıştır. Ona göre ideoloji bir yanılsama ya da bütünüyle hata değildir (Eagleton, 1996, s.138). İnsan dışında olan varlıkların dünyası insanlardan ayrı bir kanunlar yoluyla insanlara egemen olur. İnsanlar da bu sürecin pasif bir izleyicisi durumuna düşer (McLellan, 1999, s.40). İşçi sınıfının çevresini kuşatan ilişkiler ağında bir öge konumunda olur. İşçi bu ilişkiler ağında kendi emeğini istediği şekilde sattığını düşünür ancak burada farkında olmadığı aslında kendisinin de bir şey halini almasıdır (Şentürk, 2016, s.46). Şeyleşmiş bilinçten söz eden Lukacs, toplumsal yaşamı temsil eden ve insanlar tarafından algılanamayan ilişkiler ağında insanların nesnelere ve birbirleriyle kurdukları ilişkiler sayesinde farkında olmadan kendisi dışında bir bilinç oluşur (Özbek, 2000, s.97). İdeolojinin temel varsayımı olan yanlış bilinç olgusu bu nedenden ortaya atılmaktadır. Lukacs bu durumu, şeyleşme, yanlış ideolojik bilincin ana kaynağı olduğunu açıklamaktadır (Özbek, 2000, s.99).

### **1.6. Louis Althusser'de İdeoloji**

Fransız düşünür Louis Althusser'e göre ideoloji, toplumsal yaşantıyı farklı biçimde fakat her zaman ve her aşamada kendiliğinden etkileyen bir oluşumdur. Daha doğrusu toplumsal pratik ile ideoloji iç içedir (Kazancı, 2006, s.72). Althusser'in



ideoloji kavramsallaştırmasında, her şeyin merkezinde yer alan tezi; ideolojinin bireyleri özne olarak çağırmasıdır (Dursun, 2001, s.29). Althusser'in ideoloji üzerine kurduğu tezler bizi, ideolojinin toplumsal bütünlüğü yeniden üretebilmesi, siyasal ve ekonomik iktidarın ideolojik bir ikna sürecine dayanarak var olabilmesi için bir takım aygıtlara ihtiyaç duyduğu sonucuna götürmektedir.

Dinsel, öğrenimsel, ailesel, hukuksal, siyasal, sendikal, kültürel ve haberleşme gibi bilinen bu önemli aygıtların ötesinde ideolojinin işlevleri ve işleyişi üzerinde durmak gerekmektedir. Yukarıda değinilen hegemonik aygıtların işleyiş biçimi bu konuya benzer bir çalışma yapan Althusser'in *İdeoloji ve Devletin İdeolojik Aygıtları* adlı çalışmasında da görülür. Louis Althusser bu çalışmayla ideoloji çalışmalarında bir çığır açmıştır (Yılmaz, 2001, s.61). Althusser, bu çalışmayla klasik Marksist devlet teorisini zenginleştirmek istemiş ve bunu büyük ölçüde başarmıştır. Bu devlet teorisinin temel kabulleri şöyle özetlenebilir: a) Devlet hakim sınıfın baskı yapmak için faydalandığı bir araçtır. b) Devlet iktidarını devleti oluşturan sistemsel aygıtlardan ayırmak gerekir. c) Sınıfsal mücadelelerinin asıl amacı devlet iktidarını ele geçirmedir. d) işçi sınıfı, burjuvanın tahakkümü altında olan devlet yapısını yıkarak ilerlemelidir. Bu ilerleme aşamalı devam etmeli, ilk başta farklı bir devlet yapılanması ve ilerleyen aşamada ise var olan devleti tam anlamıyla ortadan kaldırmak için iktidarı ele geçirmek zorundadır. e) Hükümet, askeri yapılanma da yer alan kolluk kuvvetleri, suçluların cezalandırıldığı ceza evleri, mahkemeler vs. devletin kullanmış olduğu baskı aygıtlarıdır.

Bu noktada Althusser, marksist teoride yer alan devlet iktidarı ve devlet tarafından kullanılan sistemsel aygıtların ayrımının yanında devletin topluma baskı kurduğu aygıtlar ve ideolojik olarak toplumu dönüştürdüğü ideolojik aygıtlar türünde bir ayrımın daha olması gerekliliğinden bahsetmektedir (Türköne, 2003, s.114). Marksist teoride yer alan Toplumsal ilişkilerin tek belirleyici unsurun üst ve alt yapıdan kaynaklı ekonomi temelli olduğu yönündeki görüşü kabul etmeyen Althusser, devleti oluşturan toplum ve toplumun üretmiş olduğu kültürel yaşam arasındaki ilişkileri göz önüne alarak kapitalist devleti elinde tutan iktidarların mevcut sistemi yeniden tesis etmek için iki farklı aygıt kullandığını belirtmiştir.

Bu doğrultuda kaba kuvvete dayalı ve fiziksel şiddeti kullanan polis, mahkeme ve hapisane gibi kurumları “devletin baskı aygıtları” olarak nitelendiren Althusser, bu kurumları her türlü eylemi bastırmak ve denetim altına almak için varolan aygıtlar olarak görür. Althusser, “devletin ideolojik aygıtları” olarak nitelendirdiği eğitim kurumları, aile, siyasal partiler, sendikalar, medya gibi kurumların da devletin örgütlenmesi içinde yer aldığını ve ideolojiyi kullandıklarını belirtir (Yaylagül, 2006, s.103).

Bununla bağlantılı olarak Karl Mannheim, ideolojinin asıl amacı var olan sistemi devam ettirmek olduğunu söylemektedir. İdeolojiler, tarihsel olarak geçmişte yer alan nesnelere önem vererek, sosyal yapıyı sağlam bir hale getirmektedir. İdeolojiler birer sınıf gerçeğini içsel olarak barındıran ve birer dünyayı algılama biçimidirler (Meriç, 2008, s. 266).

### **1.7. Louis Althusser’de Devletin İdeolojik Aygıtları**

Althusser’in “İdeoloji ve Devletin İdeolojik Aygıtları” isimli çalışması, ideoloji araştırmaları için gözden geçirilmesi gerekmektedir. Kapitalist üretim yapısının ve ideolojinin sistem içerisinde tekrar üretilmesinin ne şekilde olduğunu açıklamak için bakılması gereken makale, kapitalist sistemde yer alan üretim koşullarının meydana getirilişini ve bu sistem içerisinde yer alan emek gücünün bu sürece eklemlenmesini ele alır. Çalışmada önemli olan esas mesele, süreç içerisinde yer alan emek gücünün sistemi ayakta tutan ideolojiye teslim olmasının meydana geliş koşullarının sağlanmasıdır. Ayrıca Marksist ideolojide yer alan alt yapı ve üst yapı etkinlikleri ile bu yapıların birbirleriyle olan ilişkileri irdelenmektedir.

Althusser, makalesinde devletin kullanmış olduğu aygıtları ikiye ayırır. Bunlardan birincisi devletin baskı aygıtıdır ki bu aygıtın temel işlevi zor kullanarak işler. İkincisi ise devletin ideolojik aygıtları ise ideolojiyi merkeze alarak işler. Devletin baskı aygıtlarına örnek olarak mahkemeler, hükümet, idare, ordu, polis, , hapisaneler ve benzerleri yer alırken devletin ideolojik aygıtları ise Dini mekan ve törenler, Öğrenime ait yapılar ve kurumlar, Aile hayatı ile ilgili yapılanma aygıtı, Hukuksal metinler ve ritüeller aygıtı, siyasal yapılanma içerisinde yer alan sistemsel aygıt, Sendikaların oluşturduğu sivil toplum yapılanmaları aygıtı, kültürel faaliyetlerin bütünü devletin ideolojik aygıtlarını meydana getirmektedir (Althusser, 2006, ss.61-65).

Devletin ideolojik aygıtı zor kullanarak işlerken mutlaka bu zor kullanma sürecinde ideolojiyi de kullanarak işler. Salt baskı temelli işleyen bir aygıt yoktur. Bu örnekleme ordu ve polis ile ele alan Althusser, ordunun ve polisin sistem içerisinde yer alan yapısal özelliklerinden dolayı içsel olarak bir emir komuta ile hareket etmeleri hem de dışsal olarak verdikleri değerleri ideolojik temele dayandırmaları ideolojiyi kullandıklarını göstermektedir. Bu işleme süreci ideolojik bir süreçtir. İdeolojiye ağırlık veren devletin ideolojik aygıtları ise genellikle kamusal alan dışında işler. Dini mekanlar, siyasal partiler, sivil toplum yapıları, eğitim kurumları gibi yapılar özel alandadır. Devletin ideolojik aygıtlarının başvurduğu ikinci bir yol vardır o da baskı aracıdır. Bütünüyle Devletin Baskı Aygıtı olmadığı gibi salt Devletin İdeolojik Aygıtı da yoktur. Her iki aygıt grubu arasında gizli ya da açık pek çok ilişki söz konusudur. Bu ilişkilerin yoğunluğundan dolayı sistem bütün bir yapı gibi görünmektedir ve aralarındaki fark pek fark edilmemektedir. Nihayetinde her iki aygıtlar kümesinin hizmet ettiği tek bir nokta vardır o da hâkim sınıfın ideolojisidir (Althusser, 2006, ss.65-66).

Althusser'in ideolojiyi bir kavram ve maddi boyuta indirmediği önemli bir ayırımıda “devletin baskı aygıtları” ve “devletin ideolojik aygıtları”dır. Bu aygıtlar arasındaki işlevsel fark ideolojiyi maddi bir pratik olarak gözler önüne sermesidir (Dursun, 2001, s.27). Maddi bir eylem ve durum olan ideoloji, yapısal bir içeriğe sahip olduğu için zaman içerisinde bir değişim olabilir fakat şekli ve biçimi, bilinçaltına benzer olduğu için aynı kalır. İdeoloji, bilinçaltında farkında olmaksızın var olarak çalışır ve nasıl ki bazı yapılar bize miras kalmıştır ideolojide öyle bir özelliğe sahiptir (Erdoğan, 2005, s. 311).

### **1.8. Louis Althusser'de Egemen Sınıfın İdeolojisi**

Hâkim sınıfın işleyişine baktığımız zaman karşımıza işleyişte ideolojiye öncelik veren devletin ideolojik aygıtları ve bu aygıtlar arasında işleyişi sağlayan ideoloji çıkmaktadır. Yani bütün çeşitliliklerine rağmen bir arada işleyen bir yapı varsa ve işleyişi ideoloji yapıyorsa burada hakim sınıfın ideolojisinden bahsetmek mümkündür. Burada asıl olan hakim sınıfın ideolojisidir. Bu ideoloji çelişki ve farklılıklara rağmen bir süreci yönetmektedir. Devletin iktidarını elinde bulunduran sınıf ister tek başına olsun ister ittifaklarla olsun devletin baskı aygıtlarına hakimdir. Bu hakimiyet alanının

vermiş olduğu etki ile devletin ideolojik aygıtlarını da eline alarak hakimiyet alanını genişletir. Yani devletin baskı aygıtlarını kontrol eden güç ister istemez devletin ideolojik aygıtlarına da etki eder. Sonuçta her ne kadar bir çelişki ya fark görülse de hakim sınıfın ideolojisi her alanda kendi gerçekliğini ortaya koymaktadır (Althusser, 2006, ss. 66-67).

Stuart Hall, Althusser’i yorumlarken, teknik donanım olarak yeterli fakat asi bir işçi sınıfının sermaye sınıfı için işçi sınıfı gücü olamayacağını altını çizerek. Önemli olan, işçi sınıfını disiplin altına almak, sisteme doğru şekilde entegre etmek ve yaptıkları iş için istekli hale getirmektir. Sonuç olarak, ideolojinin farklı aygıtlar aracılığı ile yapmaya çalıştığı şey, üretimin kesintisiz devam etmesi ve insanların kurmuş oldukları sosyal ilişkilerini yeniden üretmektir (Hall, 1994, s.28).

### **1.9. Antonio Gramsci’de İdeoloji**

Markstan sonra gelenler arasında ideolojiye farklı yaklaşım sergileyenlerden birisi de Antonio Gramsci’dir. Aslında Gramsci’nin eserlerinde ideoloji kavramı yerine hegemonya kavramını kullanmıştır. Kullanmış olduğu hegemonya kavramı yapısal anlam bakımından ideoloji kavramından daha geniş bir anlama sahiptir. Bu geniş anlamı kazanmasının nedeni Gramsci, hegemonya kavramını siyasal iktidarın egemenliğinde olan yönetilenlerin üzerindeki güce dayalı egemenliğin yanında, yönetilenler tarafında bu egemenliğe razı olma durumuyla boyun eğmeye atıfta bulunmak için kullanmaktadır (Üşür, 1997, ss.28–29). Siyasal iktidarı elinde tutan sınıfın iktidarını inşa etmede hem cezalandırma gücünü hem de rıza üretmede kullandığı ideolojik aygıtları kullandığını (Yaylagül, 2006, s.97) anlatan Gramsci, toplumu yöneten hakim sınıfın hegemonya kurma durumunun belli bir “Hegemonik sınıf”ın yetkisinde olduğunu ifade eder ve bu hakim sınıfın kendi ideolojik yaşam biçimlerini toplumun üyelerine kabul ettirmesini okullar, kiliseler ve medya gibi hegemonya kurmaya yarayan toplumsal yapılar sayesinde yaptığını belirtir. Bu hegemonik sınıf söz konusu toplumsal yapı içerisinde önemli bir konumda olan araçları kullanarak toplumun rızasını kazanmak için ideoloji üretir (Yaylagül, 2006, ss. 98–99).

Gramsciye göre ideoloji Kurulan sistemin devamlılığını sağlayan ve birbirinden kopuk gibi görünen dönemler arasında bir bağlantı kuran ideoloji aynı zamanda sistemi oluşturan ana yapılar arasında da güçlü bağın kurulmasını sağlamaktadır. Gramsci

ideoloji sözcüğünün iki anlamı üzerinde durmaktadır. İlk olarak insanın yaşadığı toplum içerisinde belirlenen bir sınıf içerisinde konumlandığı, bu konumlanma durumunun da ideoloji tarafından belirlendiğini ifade etmiştir. Bu sınırlamayı sağlayan şey de ideolojidir. İkinci anlam olarak ise insanlarda gerçek duruma karşı geliştirilen bir tepki olarak ideoloji varlığını sürdürmektedir. Zaman içerisinde bu insanlarda bir benimseme haline gelmektedir (Kazancı, 2006, s. 4).

Gramsci'nin ideolojiye getirmiş olduğu en önemli yaklaşım, devletlerin zora dayalı tahakküm biçiminden meydana gelen hâkimiyeti ifade etmek yerine, rızanın görünmez ve farklı biçimde oluşacağı bir sürece dikkat çekmesidir. Böyle meydana gelene iktidar türleri ancak ideolojinin aracılığıyla mümkün olmaktadır. Hegemonya kavramı bu süreci ifade eder. Burada Gramsci'nin oluşturmuş olduğu bu yaklaşım tartışılmaya devam edilse daha iki farklı egemenlik alanının belirlenmiş olmasıdır. Klasik Marksizm iktidar olma biçimini sınıf çatışması ve baskı temelinde ele alınmış olmasına rağmen rızaya dayalı egemenlik biçimine yer verilmemesine karşılık Gramsci iki farklı tahakküm alanı belirlemiştir.

Devlet ve sivil toplum gibi ayrıma gitmektedir. Bu ayrımında sivil toplumun karşılığında olan yerde bir hegemonyadan bahseder. Gramscide en önemli sorulardan biri kapitalizmin nasıl olurda baskı ve şiddete başvurmadan rızaya dayalı bir egemenlik biçimi kurduğunu sorar. Bu da hegemonya ile mümkün kılınmıştır. Bu alan entelektüel düzeyde felsefi, sanatsal, edebi ve kültürel alanlar olmak üzere ideolojinin kendini konumlandığı alanlardır (Sancar, 2008, s.33).

Gramsci'de hegemonya kavramının içerisinde yer alan ideolojik dizayn tek tipleştirici ya da bir görüş ya da düşüncenin topluma hakim edilmesi değildir. Egemen ideolojinin topluma zerk edilmesi gibi bir amaçta taşımamaktadır. Burada önemli olan toplumda mevcut düşünsel yapıların bir arada bulunması ve devam etmesidir. Hegemonyanın başarısı toplumda var olan çelişkilerin yok edilmesi değil içsel olarak var olan bu çelişkiler içerisinde öncü ve yönlendirici konumun devam edilmesidir (Çam, 2008, s. 251).

Bu tartışmalardan anlaşılacağı üzere ideoloji, insanların düşünce dünyasında meydana gelen ve yer edinen düşünce ve fikirlerin, kişinin sahip olduğu düşüncelerinin tartışılmaz ve gerçek olduğu hissini verir. Bu gerçeklik doğrultusunda kişinin

eylemlerini ve söylemlerini değiştiren belirli bir uzlaşmaya dayalı fikirler bütünü olarak ifade edilebilir. Peki her düşünce ideolojik midir? Sorusu gündeme gelebilir. Bir fikrin ideolojik olabilmesi için bir grubu oluşturan bireylerin düşünce ve fikirlerine yön vermesi gerekmektedir. Bu ideolojik yaklaşım neticesinde birey kendisini toplumda bir konuma getirir ve ait olduğu gruba bağlılık hisseder. Bu grup bilinci içerisinde yer alan kişiler bir paylaşım oluştururlar. Bu paylaşımlar neticesinde kendilerine bir dünya görüşü oluştururlar. Bu dünya görüşü sayesinde meydana gelen olaylarda gruba benzer davranış sergilemeleri ideoloji olarak ifade edilebilir. İdeolojik yapıda yer alan bireyler kendilerini görüşün içerisinde yer alarak bu ideolojik yapı kişileri şekillendirerek kendisini yeniden üretir.

Bu ideolojik düşünce biçimi siyasal iletişim ve propaganda faaliyetlerinde kendisini daha fazla gösterir. Özellikle siyasal iletişim aktör ve grupları ideolojik bir çerçeve çizerek kendisine bir alan meydana getirir. Bu alan içerisinde kendi hedef kitlelerini muhafaza etme amacındadır. Bu alan ne kadar iyi işlenip içerisinde yer alan bireyler bağlanırsa o kadar etkili olmaktadır. Bu anlamda siyasal iletişim propaganda ve siyasal iletişim diline geniş bir açıdan bakmakta fayda vardır.

## İKİNCİ BÖLÜM

### SIYASAL İLETİŞİM, PROPAGANDA VE SÖYLEM (DİL)

Siyasal iletişim kendi etki alanını oluştururken bir takım etkili yöntemlere başvurmaktadır. Özellikle seçim dönemlerinde oluşturulan ideolojik söylem bunların başında gelmektedir. Bu yöntemlerin içerisine insanların duygu ve düşünce dünyasına yön verene dil ile bu dilin grup üyelerine ideolojik aktarımın yapıldığı propaganda faaliyetleri önemli yer edinmektedir. Bu anlamda siyasal iletişim, propaganda ve siyasal iletişim dilini oluşturan yapıların iyi ele alınması doğru olacaktır.

#### 2.1. Siyasal İletişim

Günümüzde iletişim, sosyal hayatta kendisini her alanda vazgeçilmez bir konuma getirmiştir. Her meslek grubunun yoğun olarak üzerinde durduğu iletişim kavramı ekonomiden siyasete sağlıktan spora aile yaşamından iş yaşamına kadar geniş bir alanda etki ve varlığını devam ettirmektedir. İnsanların günlük yaşamında varlığını ve sosyal hayata uyumunu sağlayan iletişim kavramı kendisine özel alanlar oluşturmaya devam etmiştir. Bu alanların başına siyasal iletişim gelmektedir.

Siyasal iletişim kavramı antik yunandan günümüze kadar gelen farklı dönemler ve farklı toplumlarda farklılık yaşamıştır. Bu farklılık yaşanan zaman ve toplumun o anki toplumsal duruma bağlı olarak değişmiştir. Dönemsel olarak bakıldığında yüz yüze iletişimden kitle iletişimine kadar geniş bir yelpazede kendisini gösteren siyasal iletişim uygulama alanı ve toplumuna göre ayrı olarak ele alınmıştır. Tanımlamanın zorluğu hem yaşadığı sürece hem de uygulama alanının etkisine bağlı olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu süreç toplumların sayısal artışı ve iktidarı kullanma biçimindeki değişmeler ile ifade edilebilir.

Toplumların sayısal ve coğrafi alanı genişledikçe siyasal iktidarı elde etme de güçleşmiştir. Dar toplumlarda yüz yüze iletişim etkin ve verimli iken geniş toplumlarda nüfusun artmasıyla yüz yüze iletişimin yerini daha modern araçlar almaya başladı. Bu yenilik toplumdaki teknolojik gelişmelerin yanında siyasal aktörlerinde yenilenmesini beraberinde getirmiştir. Bu aktörler toplumu ikna etmek için mesajlar üretmeye ve bu üretilen mesajların etkin ve verimli bir şekilde topluma aktarılma çabasına

girmişlerdir. Zaman içerisinde bir dönemde kullanılan yöntem ve teknik bir başka dönem etkinliğini kaybetmiştir (Aziz, 2014, s.4).

Siyasal iletişime tarihsel olarak bakıldığında Aziz'e göre, "Antik Yunan'da bireylerin ya da toplulukların bir konuda inandırılması için yapılan iletişim, akla ve mantığa uygun güzel konuşma, ikna edici konuşma olarak bilinen "retoriksel" konuşma şeklinde yapılırdı. Retoriksel konuşma, hiçbir zaman içi boş yalan karşı tarafı kandırmaya yönelik konuşma olarak alınmamış; tersine ünlü politikacıların toplumları ikna etmedeki güçleri olarak tanımlanmıştır. Retoriksel konuşmada konuşmacı izleyici ya da seyirci kitlesinin nabzını tutarak, onu ikna etmek için konuşur. Yaklaşımlarda istatistiksel veriler yerine, onun yabancı olmadığı yaklaşımlardan, örneklerden yola çıkar" (Kılıçaslan, 2008, s.10).

Siyasal iletişimde mesajların üretilmesi ve hedef kitleye iletilmesi sürecinin doğru ve sağlıklı yapılması siyasal iletişimin ana hedeflerinden biridir. Bu mesajlar ideolojik bir dil barındırır. Bu ideolojik dilin iyi analiz edilmesi gerekmektedir. Bu amaçla siyasal iletişimi tanımlamak gerekmektedir. Siyasal iletişimin seçim süreçlerine indirgenmemesi gerektiği yönünde oldukça farklı yorumlar olmasına rağmen konumuz gereği siyasal iletişime seçim süreci içerisinde yaklaşmak doğru olacaktır. Aziz'e göre siyasal iletişim kavramı, " siyasal aktörlerin belli ideolojik amaçlarını, politikalarını belli gruplara, kitlelere, ülkelere ya da bloklara kabul ettirmek ve gerektiğinde eyleme dönüştürmek, uygulamaya koymak üzere iletişim tür ve tekniklerinin Kullanılmaları" olarak tanımlanır.

Tanımın çok çeşitliliği ve yapısında bir zorluk bulunmaktadır. Bu zorluk, hangi örgütlerin/aktörlerin iletişimin siyasal iletişimi oluşturacağı ve bu örgütler tarafından üretilen hangi mesajlarının gerçekten siyasal iletişim sayılıp sayılamayacağı hususlarıdır" (Aziz, 2014, ss. 3-4).

Siyasal iletişim kavramını bir tanıma sığmak mümkün değildir. Siyasal gibi geniş bir kavramın yanına iletişim gibi geniş bir kavramı ilave ettiğimizde oldukça geniş bir alan karşımıza çıkmaktadır. Her iki alanın kesişme noktasında olan siyasal iletişim kavramı üzerinde oldukça yoğun bir tanımlama yapılmıştır. Siyasal aktörlerin iktidar olmak amacıyla kullanmış olduğu politik söylem ile hedef kitlesini ya da dar anlamda



seçmenlerini ikna etmek kullanmış oldukları etkin ve verimli iletişim sürecidir (Topbaş, 2018, s.91).

Siyasal iletişimi hayata geçirmek için iletişim sürecinde olduğu gibi kaynak ve alıcı arasında bir iletişimin olması gerekmektedir. Kaynak kısmını oluşturan siyasal iletişim aktörleri ve alıcı kısmında ise hedef kitle diyebileceğimiz seçmenler yer almaktadır. Bu süreçte siyasal iletişim aktörlerinin belirlediği mesaj ve mesaj içerikleri kanallar aracılığı ile hedef kitleye iletilmektedir. Siyasal iletişimin başarısını belirleyen bu aktörler kurumsal kimliği olan kişi ya da örgütlerdir denilebilir.

Siyasal iletişimin en yoğun yaşandığı dönemler siyasi partilerin seçim dönemleridir. Bu seçim dönemlerinde siyasi partiler önceden belirlenmiş bir seçim kampanyası hazırlayıp seçmen karşısına çıkmaktadır. Bu kampanyanın temelinde seçmenler nezdinde ikna etme yer almaktadır. Bu ikna sürecinde seçmenlere öncelikle güven duygusu vermek, oluşturulacak mesajlarla ilgi uyandırmak ve en önemlisi herhangi bir siyasi partiye oy verme davranışı belli olmayan seçmenleri ikna etmektir. Bu amaçla propaganda, halka ilişkiler, siyasal pazarlama, siyasal reklamcılık gibi uzmanlık isteyen iletişim araç ve yöntemlerinden yararlanır. Araç ve yöntemler belirlenirken en etkin ve ekonomik araçlar seçilmeye gayret edilir. Yazılı ve görsel basında yer alan haberler, açık oturumlar, sosyal medya ve internet, yüz yüze seçmen ziyaretleri, geniş katılımlı mitingler, afişler, seçim müziklerinin sürekli olarak yayınlandığı seçim otobüsleri, broşürler, araç giydirmeleri, seçim irtibat büroları, el ilanları, siyasal reklamlar siyasal aktörlerin seçmene ulaşmak kullandıkları en çok kullanılan iletişim araçlarıdır (Avcı, 2015, s.179).

## **2.2. Siyasal İletişim Aktörleri**

Siyasal iletişim kavramının tanımlanmasından anlaşılacağı üzere bu iletişim türünde iki taraftan söz etmek mümkündür. Birinci taraf siyasal iletişim sürecinin kaynağı konumunda olan siyasal iletişim aktörleri ikinci tarafta ise hedef kitle ya da seçmenler yer almaktadır. Bu siyasal iletişim aktörleri bir kişi olabildiği gibi birkaç kişiden ya da bir kurumdan müteşekkil yapılarda olabilmektedir. Hepsinin ortak faaliyet alanı siyasal iletişimde kendi ideolojik yaklaşımlarını hedef kitle ya da topluma kabul ettirmektir.

### **2.2.1. Devlet Başkanları**

Bir ülkede yönetici konumunda olan ve yönetim şekline göre isimlendirilen en üst düzey yetkilidir. Yönetim biçimine göre kral, imparator ya da devlet başkanı ya da cumhurbaşkanı gibi kurumsal kimliğe sahip kişilerdir. Bu kişiler tarafından oluşturulan mesajlar ülkenin en üst düzey kişileri tarafından oluşturulduğu için önemi oldukça yüksektir. Ülkenin güvenlik meselesinden ekonomiye kadar kendi yetki alanlarıyla ilgili her konuda toplumla siyasal iletişim kurma gereği duyarlar. Bu iletişimi farklı tür ve yöntemlerle hayata geçirir.

### **2.2.2. Hükümet**

Siyasal iletişimde bir diğer aktör ise hükümettir. Yönetim biçimin demokrasi olduğu toplumlarda genellikle seçimle belirlenen ve siyasal partinin devamı olan iktidarı yöneten aktör hükümettir. Seçimle iktidara gelen siyasal partinin çoğunluk durumuna göre iktidarı yönetme gücünü eline alır. Bu iktidarın vermiş olduğu yetki ile ülke iç ve dış politikasında faaliyetlerde bulunan hükümet seçmenler ile siyasal iletişim kurmak gereğini hisseder. Bu iletişimi gereği gibi yerine getirmeyen ya da gerekli önemi vermeyen hükümetler seçimlerde tekrar iktidarı ele geçirmeleri yani seçilmeleri mümkün olmamaktadır. Tek başına ya da koalisyonla ülkeyi yöneten hükümet önemli siyasal iletişim aktörlerinin başında gelmektedir (Aziz, 2014, s.20).

### **2.2.3. Siyasi Partiler**

Belirli siyasal çıkar amacıyla bir araya gelen ve faaliyet gösterdiği ülkede yasal iktidarı ele geçirmek arzusuyla bir araya gelen insanların oluşturmuş olduğu önemli bir siyasal aktörde siyasi partilerdir. Faaliyet gösterdiği ülkenin yasaları ile belirlenmiş etki alanına sahip olan siyasi partiler hedef kitle ile siyasal iletişim kurarlar. Özellikle örgütsel yapısı nedeniyle oldukça geniş bir etki alanına sahip siyasal partiler seçim dönemlerinde seçmenleri ile iletişimi en zirveye çıkarır. Siyasal parti tarafından yapılan her faaliyet bir siyasal iletişimdir (Burkan, 2009, s.50)

### **2.2.4. Yerel Yönetimler**

Yerel yönetimler demokratik ülkelerde önemli yapı taşlarından biridir. Seçimle iş başına gelen yerel yönetimler yöneticileri ülkede ki genel seçimlerden farklı olarak daha dar bir bölgede seçilirler. Bu anlamda belki de demokrasinin en fazla hissedildiği

seçimlerden biridir. Bu seçimler neticesinde belediye başkanı seçilir. Ülkemizde il genel meclisleri ile belediye encümen üyeleri de bu yerel seçimlerde belirlenir. Yerel yönetimlerdeki seçimlerde siyasal partiler etkin rol oynar. Belirli bir siyasal partinin adayları bağlı olduğu partinin politikaları ve yerelde geçerli politikalarla seçmeni ikna etmeye çalışır. Bu süreçte yerel yönetimlere aday olan ya da daha önce kazanıp tekrar devam etmek isteyen yöneticiler hedef kitlesiyle siyasal iletişim kurar. Yapılan her iş ve faaliyet bir siyasal iletişimdir.

### **2.2.5. Sivil Toplum Örgütleri**

Tarihsel olarak kökeni eskiye dayanmakla birlikte 20. Yüzyılda etkinliğini artıran sivil toplum örgütleri ya da sivil toplum kuruluşları toplumsal açıdan önemli siyasal iletişim aktörleridir. Faaliyet göstermiş oldukları alanları ile tanımlanan bu örgütler ulusal çapta olduğu gibi uluslararası da faaliyet göstermektedirler. Vakıflar, dernekler, meslek odaları, sendikalar gibi gruplardan oluşmaktadır. Faaliyet alanları çok özel olmasına rağmen bazen kendi faaliyet alanlarının dışına çıkarak siyasal söylemlerde bulunabilirler. Bu anlamda diğer siyasal aktörler tarafından dikkat edilmesi gereken önemli aktörler haline gelmişlerdir. Özellikle bu örgütlerin güç birliği içine girerek birleşmelerle uluslararası etkiye sahip olduğu görülmektedir. Son yıllarda ülkemizde faaliyet gösteren bu sivil toplum örgütleri yaptıkları çalışmalar ve yayınladıkları bildiriler ile siyasal iletişim aktörleri arasındaki yerini pekiştirmiştir (Aziz, 2014, s.24).

### **2.2.6. Baskı Grupları**

Siyasal iletişim aktörlerinin yanında yer alan ve herhangi bir hukuki dayanağı olmayan yapılardır. Bu yapılar devlet başkanlarından belediye başkanlarına kadar mevcut iktidar erklerini baskı altına alarak çıkar elde etmek isterler. Bu çıkarın içeriğine göre birleşme ya da yapılaşmaya giden baskı grupları ideolojik yapılar, politik görüşler, ekonomik çıkarlar gibi yapılar etrafında bir araya gelirler. Genel olarak güç birliğine giden bu yapılar çoğu zamanda platformlar şeklinde kendini gösterirler. Bu yapılar bazen siyasal partileri vakıf ve dernekleri bilinçli olarak yönlendirerek istedikleri karar ya da kararları aldırırlar. Temel amaçları çıkar elde etmek olan bu yapılar siyasal iktidar üzerinde etki göstererek istekleri doğrultusunda karar aldirmaya çalışırlar. Kadın hakları, çevre, silahsızlanma, oturma eylemleri ve gösteriler ile seslerini duyurmaya

çalışan bu yapılar bazen de yasal olmayan sokak eylemleri gibi yıkıcı faaliyetlere de öncülük ederler. (Burkan, 2009, ss.49-50)

### **2.2.7. Lobi Grupları**

Lobicilik faaliyetleri tarihsel olarak baskı gruplarına dayanmakla birlikte özellikle ABD ve İngiltere gibi ülkelerde örgütlü bir yapı olarak ortaya çıkmıştır. Faaliyet alanları zamanla genişleyen ve etki oranlarının yükselmesiyle birlikte siyasal iletişim aktörleri arasına giren lobicilik günümüzün en önemli uluslararası örgütlenmeleridir. Farklı lobicilik yöntemleri kullanılarak karar alıcılar üzerinde doğrudan etki eden bu gruplar ülkelerin önem verdiği faaliyetlerden biri haline gelmiştir. Özellikle halkın oluşturduğu yapılardan meydana gelen çeşitli lobicilik faaliyetleri meydana gelmiştir. Karar alıcılara bölgesel olmak üzere yapılan baskı ve etki konunun büyüklüğüne göre bazen doğal bazen de kendiliğinden birkaç birleşme ile daha büyük yapılara dönüşmüştür. Avrupa'nın çeşitli kentlerinden oluşan 20 binin üzerinde lobi grupları oluşmuştur. Ülkemizi ilgilendiren Avrupa birliğine girme gibi faaliyetlerin yanında uluslar arası arenada ermeni ve rum lobileri etkin olarak Türkiye aleyhtarlığı yapmaktadır. Ermeni meselesinde değişik Avrupa birliği parlamentolarında aldıkları kararlar ile ülkemizi uluslar arası arenada zor duruma düşürmek istemektedirler. Bu yapılar etki ve faaliyet alanı olarak geniş bir yelpazede çalışma alanı buldukları için önemli bir siyasal iletişim aktörü konumuna gelmiştir. Özellikle parlamentolarda aldıkları kararlar ile dünya gündemini ülkeler arası ilişkileri belirlemeye kadar etki alanlarını genişletmişlerdir (Aziz, 2014, s.30).

### **2.2.8. Sivil İtaatsizlik**

Zaman içerisinde sivil toplum kuruluşu ya da vakıf ve derneğe dönüşen sivil itaatsizlik eylemleri bir siyasal iletişim aktörü olmuştur. Toplum ve yasalar tarafından suç sayılmayan ve etkisi itibariyle yıkıcı bir etkiye sahip olmayan ve amacına ulaşmaya kadar süren süreklilik gösteren oturma eylemleri ve toplantılardır. Diyarbakır'da HDP il başkanlığı önünde oturan annelerin başlatmış olduğu oturma eylemi bunun güzel örneklerindedir. Çocukları bölücü örgüt tarafından dağa kaçırılan bu anneler çocukları kendilerine verilinceye kadar bu eyleme devam edeceklerini ifade etmişlerdir.

### 2.2.9. Terör Grupları

Yukarıda bahsedilen siyasal iletişim aktörlerinden farklı bir yapı da Terör gruplarıdır. Faaliyet gösterdikleri ülkenin yasalarına aykırı olarak örgütlenen bu yapılar illegal bir konumdadır. Bu yapılar faaliyetleri itibariyle mevcut iktidarı şiddet ve terör eylemleri ile baskı altına alarak kendileri lehine karar vermeye zorlamaktadır. Dünya da pek çok terör örgütü vardır. Bu örgütlerin bir kısmı bölgesel bir kısmı ise uluslararası özelliktedir. Bu örgütler seslerini ve taleplerini ifade için bombalama eylemlerinden sivil vatandaşlara zarar vermeye kadar birçok terör eylemini gerçekleştirirler. Terör grupları faaliyet gösterdikleri ülkelerde yasal olmadıkları için siyasal iletişimi ne zaman ne biçimde yapacaklarına dair bir öngörü yoktur. Amaçlarına hizmet eden her türlü yolu meşru gören bu yapılar seslerini bölgesel olmak üzere uluslararası alana kadar duyurmak isterler.

Bu tür yapılar bölgesel ya da uluslar arası destekler ile ayakta kaldıkları aşıkardır. Bu destekler olmadan hayatta kalmaları mümkün değildir. Mesela ülkemizde faaliyet gösteren PKK,DHKP-C gibi Marksist Leninist yapılar dış devletlerden yardım almaktadırlar. Bu yapılar özellikle kitle iletişim araçlarını yoğun olarak kullanmaktadır. Özellikle uydu yayıncılığı ile başlayan bu süreç günümüzde sosyal medya paylaşımları ile devam etmektedir. Hedef kitlesini etkilemek amacıyla her tür eylem ve gösterilerine canlı yayınlayan bu yapılar günümüz teknolojisini yoğun olarak kullanmaktadır. Başta da belirtildiği gibi bu yapıların müzik gibi bir olguyu propaganda aracı olarak ideolojik söylemler ile topluma aktardıkları görülmektedir (Aziz, 2014, ss 21-38).

Siyasal iletişim aktörleri sürekli olarak mesaj üretmek ve bunu topluma aktarmak isterler. Üretilen bu mesajların farklı tür ve yöntemlerle hedef kitleye ulaştırılması gerekmektedir. Bu anlamda kullanılan propaganda etkin yöntemlerden biridir. Günümüz dünyasında ilk kullanım şekline benzemese de propaganda etkisi kaybetmemiştir. Aslında gündelik hayatta karşılaştığımız reklam ve müzik gibi unsurların sürekli tekrar edilmesi ve bu tekrarın genellikle tek taraflı olması propagandanın özelliklerini göstermektedir. Siyasal iletişim aktörleri bu süreci oldukça yoğun bir şekilde ve uzmanlarla yapmaktadır. Özellikle seçim dönemlerinde yapılan faaliyetlerde bu propagandayı görmemiz mümkündür.

### 2.3. Propaganda

Siyasal iletişim çalışmalarında etkin olarak kullanılan propaganda birinci dünya savaşı esnasında ilk defa kullanılmaya başlanmıştır. Bu kullanım alanı olarak savaş cephesine insan kazandırmak ve bu insanları savaştırmak amacı ile oluşturulmuştur. Bu amaçla dini mekânlar ve vaazlar etkin olarak kullanılmıştır. Bu dini telkinlerin yanında savaşta yaralanan askerlerin konuşmaları ve görüntüleri sıklıkla topluma aktarılmıştır. Bu anlatılar ve resimlerdeki çoğu olay aslında yaşanılmamıştır. Ancak savaş sırasında etkin propaganda teknikleri sayesinde bu telkin ve sloganlar benimsenmiş ve başarılı olmuştur. Siyasal propaganda bu sayede etkinliğini ve verimliliğini bir anlamda kanıtlamış oldu (Tokgöz, 2008, s.17).

Siyasal iletişim ve propaganda ortak alan olarak kullanmış olduğu ikna yaklaşımları münasebetiyle, siyasal aktörler tarafından sıklıkla kullanıldığı için birbiriyle karıştırılmaktadır. Bu alanların kesişme noktalarının fazla olması nedeniyle bir biriyle karıştırılması normaldir. Birbirinden farklılaştığı noktaların azlığı da bu karışıklığa zemin hazırlamaktadır. Siyasal iletişimcilerin kullanmış olduğu siyasal iletişim ve propaganda çoğu yerde girift bir hal almıştır. Özkan' a göre "propaganda ile siyasal iletişim arasında yoğun bir iç içe geçmişlik vardır. Çoğu yerde propaganda siyasal iletişimin yerine tanımlandığı da görülmüştür. Çünkü yoğun olarak kullanılan bir tanıtım aracı olan reklamcılık ve ondan doğan siyasal reklam propagandadan doğmuştur (Özkan, 2004, s.14).

Propaganda günümüz demokrasilerinde iktidarı ele geçirme arzusunda olan siyasal iletişimciler için önemli enstrümanlardan biri haline gelmiştir. Köken olarak Latince olan kelime, yeni bir bitkiden elde edilen filizlerin taze bitkiler elde etmek için toprağa işlenmesi manasına gelen propagare kelimesinden türetilmiştir. Oxford sözlüğünde ise bir öğreti veya pratiği yaymak için desteklemek ya da fikriyatta bulunmak şeklinde tanımlanmaktadır (Köseoğlu ve Al, 2013, s.106) .

Siyasal sistemleri ele geçirmek isteyen kişi ya da grupların seçmenler üzerinde etki bırakmak amacıyla oluşturulan sistemli ve programlı faaliyetler bütünü ifade eden propaganda; bu etkiyi oluştururken seçmen beklenti ve isteklerini iyi belirlemesi ve buna göre ikna argümanlarını kullanması gerekmektedir. Bu süreç ne kadar etkili

olursa siyasal katılımcılar ne kadar istenilen yönde davranış gösterirse propaganda o kadar başarılı olur.

Sadece mevcut iktidarı ele geçirmek gibi bir araç olarak görülen propagandanın etki gücü bununla sınırlı değil. Aynı zamanda iktidar dışında kalan baskı grupları ve örgütleri tarafından mevcut iktidarı kendi istek ve arzuları doğrultusunda yönlendirmek için de propaganda etkin kullanılmaktadır. Bu yönlendirme eylemini genellikle propaganda yöntem tekniklerini kullanarak arkalarına aldıkları kitleler ile siyasal iktidara baskı altına alarak isteklerinin kabul edilmesi için lehte karar almaya zorlamaktadırlar.

Propagandanın doğasında yer alan mesajların tek taraflı ve yoğun bir şekilde hedef kitleye aktarılması, kavramın doğasından kaynaklanan iletilen mesajların tartışılmaya ve yorumlamaya kapalı olmasına neden olur. Önemli olan verilmek istenen mesajların sade, yalın ve verildiği içeriğe uygun olarak kabul edilmesi beklenmektedir. Tutum ve davranış değişikliği oluşturulmak istendiği için çift taraflı bir iletişimden söz edilemez. Tek taraflı bir iletişimden söz edilebilir. Kısa bir zaman sürecinde verilen mesajlarla sonuca gidilmek istenmektedir. Sistemli ve tekrara dayalı bir süreç isteyen propaganda hedef kitleler üzerinde etkili olmaktadır (Kılıçaslan, 2008, s.17).

Temel amacı seçmen ve iktidar üzerinde arzulanan hareket ya fikir birliği elde etme olan propaganda; uygulama sahası, amacına uygun belirlenen kaynak, içeriğinde kullanılan tür ve yöntem tekniklerine göre belirlenen hedef kitlenin demografik ve psikografik özelliklerine göre farklı metotlar ile yapılabilmektedir. Bu metotlar; seçim kampanyaları, kamuoyu yoklamaları, yüz yüze görüşme teknikleri, radyo televizyon ve gazete gibi iletişim araçları, parti mitingleri, seçim otobüsleri, el ilanları ve pankartlar olarak sınıflandırılabilir.

Siyasal iletişimin önemli araçlarından olan propaganda hedef kitleyi, partilerin adayları, partinin benimsemiş olduğu politikaları hakkında bilgi veren, propagandası yapılan partiye oy vermeyi, özellikle seçim kampanyaları döneminde hedef kitlenin tercihlerini değiştirmek için onların ikna edilmesi sürecinde kullanılan önemli bir yöntemdir (Kalender, 2000, s.17). Siyasal aktörler bu propaganda faaliyetlerinin yapılması için bir takım iletişim araçları kullanılmaktadır.

### **2.3.1. Propaganda Araçları**

Günümüz dünyasında etkin olarak kullanılan propaganda çeşitli araçlar kullanarak bu etkinliğini devam ettirmektedir. Toplumsal yapıda iktidarların elde etmek istedikleri kabul ve onay işlemini kitle iletişim araçları denilen araçlar kullanılmaktadır. Televizyon, radyo, internet, dergi, sinema ve müzik gibi araçların yoğun olarak mesaj iletmede kullanılması bu araçlarla gerçekleştirilen propagandayı daha etkili kılmaktadır. Zamana göre etkisi değişime uğrayan bu iletişim araçlarına son zamanlarda sosyal medya denilen bir olguda eklenmiştir. Bütün bu ve buna benzer araçlarla gerçekleştirilen iletişimin temelinde yer alan ikna etme ve algı yönetimidir. Bu algı oluşturma sürecinin diğer isimleri halka ilişkiler, kamu diplomasisi, siyasal reklam gibi farklı isimlerle anılmasına rağmen temelinde propagandanın elde etmek istediği ikna ve rıza teminidir. Propaganda tarafından kullanılan bu araçlara sırası ile bakmakta fayda olacaktır (Seta,2018, s.5).

### **2.3.2. Gazete**

Tarihsel olarak eski araçlardan biri olan gazete propaganda faaliyetleri için kullanılmıştır. Gazetenin ortaya çıkışı Batı Avrupa'da gelişen ticaret ile birlikte olmuştur. Günümüz dünyasında kullanılan gazete ticari bir işletme haline gelmiştir. Serbest piyasa ekonomisi içinde gelişme fırsatı bulan gazete toplumsal bir kurum olarak varlığını devam ettirmektedir (Tokgöz, 1994 s.37). Matbaanın 14 yüzyılda toplumsal hayata girmesi ardından 18. Yüzyılda günlük olarak yayınlanan gazeteler gün geçtikçe etkisini artırmıştır.

Sanayi devrimi ile farklı bir boyut kazanan gazete propaganda aracı olarak iktidarlar tarafından yoğun olarak faydalanılmıştır. Geniş hedef kitlelere ulaşması nedeniyle propaganda aracı olarak kullanılmaya başlanan gazeteler halkı ikna etme, etkili bir şekilde inandırma ve bilgi vermeleri nedeniyle siyasal aktörler tarafından mesajları iletme aracı olarak kullanılmıştır. Özellikle kamu oyu oluşturma gücü gazeteleri daha da etkili kılmıştır.

Günümüzde özelleşme gibi etkenler ile propagandanın önemli araçlarından olan gazeteler farklı kişi ve yapıların yayın organı olmuş durumdadır. Her siyasal oluşum ya da aktörün mesajlarını iletme işlemini yerin getirmektedir (Yılmaz, 2007, s.44).



### **2.3.3. Radyo**

Okuma yazma oranının düşük olduğu dönemlerde gazeteden sonra ortaya çıkan radyo toplumun kullanmış olduğu en yoğun iletişim ve propaganda aracı olmuştur. Propaganda amacıyla radyonun kullanılması 1923 yılında İngiliz İşçi Partisi tarafından olmuştur. Bu kullanım nedeniyle büyük başarı kazanmıştır. Radyoyu etkin ve verimli kullanan kişilerin başında Hitler gelmektedir. Hitler Propaganda Bakanlığı bünyesinde yayın yapan radyoya büyük önem vermiş ve propaganda için kullanmış olduğu en etkili silahların başında geliyordu (Bilir, 2011, s.62) Kurmuş olduğu propaganda bakanlığı sayesinde Alman radyosunu etkili kullanmıştır. Herhangi bir siyasal oluşumun elinde önemli bir propaganda aracı olarak kullanılan Radyo Hitler gibi diktatörler tarafından daha tehlikeli bir silah olarak kullanılmıştır (Burkan, 2009, s.34).

### **2.3.4. Televizyon**

20. yüzyılda radyo ile birlikte toplum hayatına giren televizyon önemli iletişim araçlarının başında gelmektedir. Özellikle insanlara geniş yelpazede eğlence sunan bu büyümlü dünya propaganda için vazgeçilmez olmuştur. Televizyon karşısında geçirilen zamana bakıldığı zaman propaganda amaçlı hazırlanan mesajlar iletişim uzmanları tarafından bu yayınlara serpiştirilmiştir. Bu da kitle üzerinde istenilen etkiyi meydana getirmektedir.(Seta, 2018, s.7).

Televizyon dünyasında bilgi amaçlı haberlerin yanında insanların boş zamanlarını yönlendiren dizi filimler, reklamlar, çizgi filimler, sabah kuşağı programlar ve magazin programları ile insanlara eğlence sunmaya devam etmektedir. Bu kadar izleyici kitlesi ve televizyon programları olması toplumda belirli değişim ve dönüşüme ön ayak olması kaçınılmazdır. Dünya genelinde hakim kültürel değerleri toplumlara aktaran televizyon propaganda içinde oldukça önemlidir. Siyasal iletişim aktörlerinin imajlarının oluşturulmasında, seçmen kitlesine iletmek istedikleri mesajın hem sesli hem de görüntülü olarak iletmeye özelliği nedeniyle televizyon propaganda için etkinliğini devam ettirmektedir. Seçime katılan siyasal aktörlerin kendi sesi ve görüntüsünün seçmenlere aktarılması gibi imaj çalışmalarına önemli katkı gösterdiği bilinmektedir (Bilir, 2011, s.61).

### **2.3.5. İnternet**

Propaganda için aktif olarak kullanılan internet dünya üzerinde kullanıcı sayısı bakımından oldukça yüksek bir orana sahiptir. Çeşitli şekillerde değişim ve gelişim kaydeden internet siyasal iletişim aktörleri tarafından yoğun olarak kullanılmaktadır. Sosyal medya denilen yeni görsel ve yazılı paylaşım araçları ile yer yüzünde meydana gelen her hadiseden haberdar olmayı da beraberinde getiren internet aktif kullanım oranı ile propaganda için yeni bir alan olarak karşımıza çıkmaktadır (Seta, 2018, s.8). İnternette faydalanan siyasal iletişim aktörleri internetin vermiş olduğu hızlı ve etkin olma özelliğinde sayesinde yoğun bir şekilde faydalanmaktadır. Haber ve bilgilerin sansürsüzce ve hızlı dolaşımı kitle iletişim araçları arasında daha önemli bir hale getirmiştir (Aziz, 2014, s.69).

### **2.3.6. Sinema**

Sinema propaganda amaçlı kullanılan bir diğer propaganda araçlarından biridir. Sinema dünyasında işlenen duygular propaganda için kullanıma elverişli bir alan haline getirmiştir. Özellikle ikinci dünya savaşında yoğun olarak kullanılan sinema filmleri izleyici üzerinde kahramanlık, sadakat, bağlılık, fedakarlık gibi duyguları aktarma işini kolaylaştırmıştır. Bu etki gücünü bilen propagandacılar bu sektörü yoğun ve etkin olarak kullanmışlardır (Yılmaz, 2007, s.51).

## **2.4. Propaganda Türleri**

Siyasal iletişim aktör ve gruplar tarafından kullanılan propaganda, araçlarıyla farklı biçim ve özellikte propaganda türlerini barındırmaktadır. Bu aktörler tarafından kullanılan propaganda türleri arasında açık propaganda, gri propaganda ve sinsi propaganda türü yer almaktadır.

### **2.4.1. Açık Propaganda**

Açık propaganda da kaynak bellidir. Bu tür propaganda da kaynağı gizleme gereği görülmemektedir. Bunun sebebi karşı tarafa aktarılan bilgiye olan güvendir. Kaynağın net ve açık olarak belirtilmesi propaganda sürecinde kaynak hakkında oluşabilecek güven kaybını azaltmaktır. Propaganda süresince yapılan açık propaganda faaliyetinde yalan ya da yanlış bilgi verilmesi ters etki yapmaktadır. Bu kaynağa olan güveni

zedelemektedir. Beyaz propaganda faaliyetleri arasında resmi törenler, spor karşılaşmaları, televizyon için yapılan programlar, filmler, parti logoları, müzikler gösterilebilir (Avcı, 2008, s.79).

#### **2.4.2. Bulanık Propaganda**

Bu propaganda türünde doğru ve yanlış bilgiler birlikte sunulur. Kaynak belli olmamakla birlikte dedikodu ve söylencelerle birlikte sunulur. Burada beklenti zaman içerisinde etkisi oluşacak olan bu propaganda da kaynağın hatırlanmamıştır. Hedef alınan kişi ya da yapılar sürekli olarak olumsuz ifadelerle maruz kalır (Sarıkaya, 2019, s.68). Müzik türünde yer alan anonim müzik parçaları buna örnek verilebilir. Doğruluğu ya da yanlışlığı ispatlanamayan bu propaganda türünde önemli olan zihinlerde bir şeyler oluşturmaktır. Burada propagandanın kimler tarafından yapıldığı belli olmadığı için dost ya da düşman ayırımına kolay varılmaz. Ortalıkta dolaşan bir takım bilgiler ve dedikodular bulunmaktadır ancak bunların kim ya da kimler tarafından yapıldığı bilinmediği için sadece hedef kitlede bir takım soru işaretleri ve belirsizlik oluşur.

Bu propaganda türünün bir başka isimlendirmesi de beşinci koldur. Bu propaganda türünde en önemli unsur ülkeler arasında yaşanan ilişkiler neticesinde düşman bilinen ülkelere yönelik faaliyetlerdir. İçerde işbirlikçilerle ve ülkede olan turist gibi insanlarla toplumları manipüle etmeye çalışan bu faaliyet kültür bozulmalarına kadar geniş etki alanına sahiptir.(Avcı, 2008, s.84)

Türkiye de farklı grup ve vakıfların bazı dönemlerde ülke içerisinde yaptığı faaliyetler bunlara örnek olarak verilebilir.

#### **2.4.3. Sinsi Propaganda**

Adından da anlaşılacağı üzere bu propaganda türünde kaynağın özellikle gizlendiği ve karşı tarafı aldatmaya yönelik aldatıcı kaynak kullanılır. Gerçekleri farklı bir şekil ve kaynaktan aktarıyor gibi bir yöntem belirlenir. İnsanların güven ve inançlarını sarsmak, halkı galeyana getirecek etkin söylemler yapmak gibi tehlikeli bir süreç sinsi propaganda da mevcuttur.

Mesela düşman ülke içerisinde korku ve panik havası genellikle bu propaganda türüyle yapılmaktadır. Kaynak ülkenin kendisinden gibi gösterilerek mesajın doğruluğu üzerinde herhangi bir şüphe bırakılmamaktadır. Gazete ve haber kanallarında ismi

açıklanmayan bir yetkili ya da ülkenin güvenilir kurumlarından yayılan yanlış bilgiler bu propagandanın uygulandığının göstergesidir. özellikle bir ülkeye müdahale edilmek istendiğinde ya da bir ülke farklı bir strateji geliştirmek istediğinde medya gibi vakıf ve dernek destekli yanlış haber ve mesajlar topluma aktarılmaktadır (Avcı ,2008, s.88)

## **2.5. Siyasal İletişimde Söylem (Dil)**

Dil insanı topluma entegre eden ve toplumla ile olan bütün bağlarını sağlayan bir yapıdır. Dil insan ve toplumdan ayrı düşünülemez. İnsanın toplumda üretmiş olduğu sanat, bilim, teknoloji, teknik ve beşeri bütün alanlarda başat rolü üstlenen dildir ve aynı zamanda onları oluşturan bir yapıdır. İnsan denilen varlığın dünyada yerini ve varlığını belirleyen yegâne unsurların başında dil gelmektedir. Duygu ve düşünce dünyasını anlamlandırma ve istek, arzularının ifadesi ile yaşamın devamı için en önemli unsurların başında dil gelmektedir. Dilin iletişim temelini oluşturduğunu ve ne denli önemli olduğu aşikârdır.

Bütün sesli ve sözlü ile yazılı ve basılı mesajların iletilmesi için dilin aktif bir şekilde kullanılması gerekmektedir. Bıçakçı' ya göre iletişimde kullanılan dil insanın en gerekli ve doğal ifade zorunluluğunu oluşturur. Sesin meydana gelebilmesi için dil, ağız ve ciğerin bir uyum içerisinde kullanılmasıyla anlamlı ve kodlu sesli mesajların meydana getirilmesi gerekmektedir. Doğal ve doğal olmayan araçlarla da ses meydana getirilebilir. İletişimde kullanılan seslerin, iletişimi oluşturan diğer unsurlar gibi araç, amaç ve ileti olarak anlamlı kodların oluşturması gerekmektedir. Yaşanılan toplumda hâkim olan ya da bulunduğumuz toplumda konuşulan diller bir kodlama sisteminden meydana gelmiştir. Harf ve sözcük temelli bu yapı bizi kavramlara götürür (Bıçakçı, 2008, s.24). Bu kavramlar bir siyasal iletişim söylemi meydana gelir. Bu söylem ile kitleler ikna edilir bu kitlelerin iktidara karşı rıza üretmesi beklenir. Düşünce ve dilin bir araya gelmesiyle söylemsel bir ifade elde edilir. Bu söylemler etkin iletişim araçlarıyla doğru hareket etmesiyle hedef kitleler ikna edilir ve propaganda amacına ulaşır (Bayraktar Durgun ve Yaman, 2017, s.44) .

İnsanın dil ile birlikte söylemi de yaşamının ilk yıllarından itibaren şekillenmektedir. Bu süreci yaşaması farklı evre ve yapılarda gelişerek devam eder. Bu yapıların başında gelen aile kavramı dilin ve söylemin gelişmesinde önemli etken göstermektedir. Çünkü bireyin büyüme ve gelişme evresinde aile üyelerinden öğrenmiş

olduğu kavram ve söylemler kişinin ileriki yaşamında önemli rehber olma özelliği taşımaktadır. Diğer bir süreçte eğitim ile devam etmektedir. Bu evre kendisini özel hayatın dışında farklı bir toplumsal gelişim ile göstermektedir. Bu süreçte mevcut iktidarın dilini eğitim ile kazanmaya başlar. Devlet, bayrak, marş gibi göstergeler ile birlikte kültür unsurlarıyla zihinsel dünya zenginleşir. İnanç sisteminde eklemlendiği süreci de ilave edersek kültürel bir boyut kazanan insan gelişimi düşünce dünyası şekillenir. Bu şekillenme ile birlikte söylemin farklılaştığı ve insan üzerinde etkin olduğu görülmektedir (Koç, 2000, ss.42-44)

Bu süreçlerin sonucunda birer toplumsal birey olan kişilerin siyasal aktörler tarafından hedef kitle olarak belirlenmesi kaçınılmaz olmaktadır. Bu bireylerin yaşamış olduğu çevre ve eğitim gibi faktörler ile belirli bir düşünce biçimine yatkınlığı meydana gelmektedir. Bu yatkınlık siyasal iletişim aktör ve gruplar tarafından kendi lehlerine kullanmak için, ideolojik bir söylem biçimi ile bu hedef kitleye mesaj vermektedirler. Bu mesajlar farklı tür ve biçimlerde meydana getirilip iletişim araçlarıyla hedef kitleye aktarılmaktadır. Miting, poster, afiş, seçim şarkısı, siyasal reklam içerikli reklam filmleri, broşür gibi araçlar ile hedef kitlelere seslenen siyasal iletişim aktörleri, politik ve ideolojik siyasal söylemler oluşturmaktadır. Özetle, dil kullanımının toplumsal ve kültürel bağlamda ele alınması söylemdir. Söylemin incelenme nedeni ise insan iletişiminin kapsadığı geniş alanın bütünlüğünü kavrayabilmektir. Disiplinler arası bir yaklaşımdır ve üst düzeyde söz ürünlerine yönelen, tümce sınırlarını aşan bir analizdir (Vardar, 1998, s.189).

Siyasal iletişim konusunda sesli ve müzikal mesajların ideolojik olarak üretilmesi ve aktarılması süreciyle ilgili bir araştırma yapıldığı zaman öncelikle bu alanda en fazla çalışma yapılmış olan söylem analizini kullanmak gerekmektedir. Çünkü ideolojik söylemin derinlemesine incelenmesi ve oluşturulan mesajların gizli anlamları Van Dijk'in söylem analizi ile ortaya çıkmaktadır. İdeolojik olarak yazılan müzikal parçaların sadece bir müzik olmadığını bunun ardında gizlenen ideolojik yapı ve mesajların çözümlenmesi söylemin yapısına girmektedir. Bu söylemin yapısal özelliklerine ancak doğru bir yaklaşımla bakılabilmektedir. Metinlerin röntgeni denilebilecek bir yaklaşımla metinlerin içerisinde yer alan gizli anlamlar dünyasını gözler önüne sermesi nedeniyle söylem analizi yöntemi oldukça önemlidir.

Siyasal söylem incelenmesinde söylem analizi kullanılmasıyla, içerik analizi gibi sığ kalınmadan dönemin siyasi açılımları, toplumsal olarak meydana gelen olaylar, o günün koşullarına göre revaçta olan yaklaşımlar ve dış etkenler de yorumlara katılabilmektedir. İçerik analizinde, net biçimde içerikle ilgilenilmekte, kapalı mesajlar üzerinde durulmamaktadır (Devran, 2010, s.28).

Başka bir tanımda söylem analizi, “kullanılan dilin incelenmesi” veya “konuşucu ve dinleyici arasındaki ilişki, kim, ne zaman ve ne hakkında konuştuğuyla bağlantılı olarak sosyal rollerin söylemi nasıl etkilediği, sözel olmayan birimlerin etkisi ve sözcelerin katılımcılar arasındaki sosyal ilişkiler içinde nasıl şekillendiği konularının” incelenmesi olarak ifade edilmiştir (Kocaman, 1996, s.64).

Söylemsel ifadelerin metinler üzerinden ele alınmasının yanında müzikal parçaların bu söylemi güçlendirdiği görülmektedir. Çünkü müzik insanın duygu dünyasında bıraktığı etki daha fazladır. Bu süreçte ideolojik yazılan metinlerin gizli anlamlarının topluma müzik gibi bir araçla aktarılması yapılan propaganda faaliyetlerini etkili kılmaktadır. Müziğin tarihsel süreciyle birlikte araçsallığı ile iletişim sürecine etkisi ile propaganda amacıyla kullanılması siyasal iletişim aktörleri tarafından yoğun olarak tercih edilmektedir. Bu doğrultuda müziğin propaganda amaçlı kullanımına bakılması gerekmektedir.

## ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

### MÜZİĞİN PROPAGANDA AMAÇLI KULLANIMI

Tarihsel olarak müzik, toplumsal işlevine bakarsak eğlence ve keyif veren bir dünyadır. Bu dünya içerisinde ses ve notaların bir biriyle olan ahengi ne kadar uyumlu ise geleceğe aktarımı o kadar etkilidir. Bu etkinin farkına varan siyasal iletişim uzmanları müziği propaganda aracı olarak kullanmaktadır. Bu kullanım ideolojik söylem ile müzikal ritim ile hedef kitle üzerinde etkili olmaktadır. Özellikle propaganda faaliyetleri ve siyasal reklamlar ile kullanılan müzik seçim kampanyalarının vazgeçilmezleri arasındaki yerini almıştır. Müziğin tarihsel süreci ve araçsal iletişimi ile birlikte propaganda amacıyla kullanımına bakmak önem arz etmektedir.

#### 3.1. Müzik

Müzik ilk çağlardan beri insan hayatında önemli bir yer etmiştir. Bu yer etme o kadar etkilidir ki insanlar müzikle düşünür müzik ile kimliklerini oluşturur ve bu kimliğe göre karar verip kendilerini anlatırlar (Cook, 1999, s. 9).

Sosyal bir işleve sahip olan müzik aynı zamanda Bir iletişim aracı da olarak kullanılmaktadır. İnsanlar yaşadıkları toplumda belirli kimlikler edinirler. Bireysel ve sosyal benliklerini dışa vurmada müziği bir araç olarak kullanırlar. Bu dışa vurum müziğin ritim ve sesleriyle bütünsel bir duygudaşlık olarak kendisini hissettirir (Hargreaves ve North, 1999, s.11).

Müziği üç alanda değerlendirmek mümkündür. Birinci alan kişinin kendi kimliğinin ifadesi, ikincisi kişiler arası ilişkilerde bir alan kaplaması, üçüncüsü ise kişinin duygu durumudur. Bu çerçevede müzik, öz kimliğin oluşturulmasında ve ifade bulmasında, beğenilen ve dinlenen müzik türüne bağlı olarak gelişen toplumsal ilişkilerin gelişimiyle kişiler arası iletişim güçlenmesine etki eder. Son olarak kişilerin günlük yaşantılarında değişen ve farklılaşan duygu dünyalarına eşlik ederek duygu dünyalarının değişmesinde etkili olur (Hargreavers ve North, 1999, s.79).

İletişim yönüyle güçlü bir özellik gösteren müzik toplumlarda yer alan grup içerisinde yer alan kişiler arasında ilişkileri güçlendirmektedir. Bu yönlere baktığımız

zaman, müzik ruhsal ve bedensel anlamda gelişen duygulara karşılık gelir ve bunları güçlendirir. Müzik esas itibarıyla kültürel düzeyde bir ilişki içerisindedir. Müzikal eser ile toplumda oluşmuş anlam arasında özel bir bağın olduğuna işaret eder. Bu ilişkiselliği yazılı metinler, sosyal ideolojiler, kar edilmiş ürünler ve yazılı metinler gibi değişik durumlara göre değişebilir. Müzik ikna ve manüplatif propaganda aracı olarak da kullanılabilir (Brown, 2006, s. 1).

### **3.2. Müziğin Araçsal İletişimi**

Müziğin ifade edilen toplumsal işlevlerinden dolayı tıpkı bir dil gibi özellik göstermektedir. Temel iletişim unsurlarından biri olarak kabul edilen müzik insanların duygu, düşünce ve anlamları paylaşacakları etkili bir vasıta olarak görülmektedir (Hargreaves, vd. 2005, s.3).

Çeşitli anlamların iletilmesinde dinleyiciler üzerinde önemli bir etkiye sahip olan müzik aynı zamanda müziği yapan ve dinleyiciler arasında duygusal ve fiziksel etkileşim oluşturmaktadır. İletişim özelliği olarak sözsüz bir iletişim biçimi olan müzik etkili bir araçtır.

Hargreaves, Macdonald ve Miell tarafından hazırlanan İnsanlar Müzikle Nasıl İletişim Kurar çalışmalarında müzik ile iletişimin nasıl oluştuğuna ilave olarak bunun nasıl ve niçin olduğuna dair sorularında cevaplanmayı beklediğini vurgulamaktadırlar. Burada sorulan kim sorusunun cevabı müziği üreten ve dinleyenlerdir. Nerede sorusuna cevap ise gündelik yaşamı oluşturan sosyo-kültürel ortamlardır (Hargreaves, vd., 2005, s.2).

Dolayısıyla, müziği üreten ve dinleyen insanlar arasında müzikal bir iletişim gerçekleşmektedir. Her iki tarafın anlam yüklediği kültürel ve sosyal ortamlar içerisinde bu iletişim meydana gelmektedir. Değişik seslere yüklenen anlamlar bir birinden çok farklı olmaktadır. Aynı müzikal sese kimi insan ağıt anlamı yüklerken kimi insanda ayrılık anlamı yükler (Cross akt. Hargreaves, vd., 2005, s.6).

Müzik kavramının ne olduğuna ve hangi biçimin müzik hangi formunun olmadığına dair bir çok fikir ileri sürülmüştür. İnsanların bu farklı tanımlamalarının nedeni müzikte kullanılan tür, tarz ve anlamlardan kaynaklanmaktadır. Örneğin müzik ve müzik eğitimi Aristoteles'e göre zihne ait serbest zaman aktivitesi aynı zamanda



kişinin kendisini özgür ve kişisel olarak ta yüceltmek için kullanabileceği bir eğitim aracıdır (Oskay, 2001, ss.9-10). Frankfurt Okulu temsilcilerinden Adorno ise müziği klasik batı müziği ekseninde ele alarak nitelikli müziğin toplumun çelişkilerine içinde barındırması gerektiğini vurgulamıştır. Gerçek müziğin neden toplumdaki uzak kaldığının cevabını arayan Adorno, bu müziğin içerisinde barındırdığı hakikatler yüzünden tecrit edildiğini söylemiştir. Bu müziğin gerçek müzik olduğunu vurgulayan Adorno buna karşılık popüler müziğin bu kalitede olmadığını ifade etmiştir. Bir birini tekrarlayan seslerden meydana gelen popüler müzik gerçek müziğe göre sıradan kalmıştır (Oskay, 2001, s.93).

Her halde müzikten başka, insanlar arasında yaygın ve ulaşılır olan, insanların davranışlarına yön verene ve tekrar etme sıklığından kaynaklı bu davranışları etkin olarak kontrol eden kültürel bir eylem biçimi yoktur. Toplumsal olarak bir arada yaşayan insanlar için bir duygusal rahatlama işlevi gören müzik çok yönlü bir araçtır. Müzik dışında başka hiçbir yolla ifade edilemeyen ve çözüm bulunmayan sorunlara yeni çözüm yolları bulduğunu ifade eden Merriam, bu anlamda müzik halkları anlama aracıdır ve insan davranışları ile şekillenen kültür ve toplumu analiz için değerli bir araçtır (Merriam, 1964, ss.219-225).

Müziğin bu kadar çok yaygın bir şekilde dinlenilmesinin nedenlerinden biri de ifade edilmesinde sorun yaşanan duygu ve düşüncelerin ifade edilmesidir. Toplum ve insan arasında bir bağ kuran müzik işlevsel olarak insanın topluma uyumunu da sağlar. Özellikle seçim döneminde hâkim olan toplumsal gerginlikler ya da mutluluklar çok rahat bir şekilde müzik ile ideolojik örmelerle ifade edilir. Duygusal olarak sürekli tekrar ile zihinlerde yer alan müzikal ifadeler kişilerin kararları üzerinde önemli bir etkiye sahiptir. Müzikte yer alan sosyal gelenekler ve törenler, politik mesajlar, ulusal bilincin ifadesi kişiler arası ilişkiler olabildiği gibi zevk, estetik, beklenti gibi durumları da ifade edebilir

### **3.3. Müziğin Propaganda Amaçlı Kullanımı**

Propaganda faaliyetleri içerisinde önemli bir yer tutan müzik doğru kullanıldığı zaman etkisi oldukça yüksektir. Müziğin bu özelliğini kullanabilmek için belirli gayeler doğrultusunda sözlerinin yazılması ve müzikal efektlerin iyi kullanılması gerekmektedir (Cowell, 1948, s.10).

Müziğin ideolojik olarak kullanılması sayesinde aktarılmak istenen düşünce veya ideolojilerin kitleler üzerinde etkisi daha da kalıcı olmaktadır. Özellikle seçim kampanyaları sırasında kullanılan seçim müzikleri bu anlamda önemli işlevler görmektedir. Siyasal aktör ve toplulukların kendilerine yakın gördükleri seçmen kitlesini ikna etmek amacıyla seçim şarkıları yazılmaktadır. (Çakı vd.,2008, ss.93-94). Hedef kitlelerin ikna etmek ve harekete geçirmek için öncelikle ikna edilmesi gerekmektedir. Müzik ile bu ikna süreci daha kolay olmaktadır. Müzik fikir ve düşüncelerin kodlanarak verilmesinde önemli bir araçtır (Corte ve Edwards, 2008, s.11).

Siyasal partiler tarafında siyasal iletişim kampanyası hazırlanırken kampanya şarkıları seçmenlere aynı zamanda temsil noktasında bir tercih sunmaktadır. Bu temsilin ve seçiminde önemli bir etkiye sahip kampanya şarkılarının belirlenmesi önemli bir konudur.(İmik Tanyıldızı, 2012, s.98).

Özellikle seçim döneminde kullanılacak müzik türünün iyi belirlenmesi gerekmektedir. Çünkü toplumun genelinde beğenilen müzik türü bir birinden oldukça farklıdır. Bu anlamda hedef kitlede beğenilen müzik türünün iyi belirlenmesi ve bu açıdan propaganda amaçlı yapılacak müzik iyi ayarlanmalıdır (Devran, 2003, s.240). İnternet ve sosyal medya gibi araçlar üzerinden yapılacak iyi bir çalışma ile toplumun dinlediği müzik türleri belirlenebilmektedir.

Bu alanda yapılan akademik çalışmalara baktığımızda Tanyıldızı (2012), “Siyasal İletişimde Müzik Kullanımı: 2011 Genel Seçim Şarkılarının Seçmene Etkisi” isimli çalışmasında Elazığ ili baz alınarak Türkiye’deki 2011 Genel Seçimlerinde siyasi partilerin kullandığı seçim şarkılarının seçmen davranışı üzerindeki etkiyi incelemiştir. Bu araştırma sonucunda seçim şarkılarının seçmen davranışı üzerinde önemli bir etkiye sahip olduğu ortaya çıkmıştır. Önürmen ve Temel (2014), “Popülerleşen Siyaset, Siyasallaşan Müzik: 30 Mart 2014 Yerel Seçim Şarkıları Üzerine Bir Çalışma”da 2014 yerel seçim kampanyalarında kullanılan seçim müziklerini tahlil etmiştir. Bu dönemde kullanılan seçim şarkılarının belirlenen amaçları yerine getirdiği tespit edilmiştir. Avcı (2015) “Siyasal Partilerin Seçim Kampanyaları Faaliyetlerine Karşı Seçmenin İlgi Düzeyleri: 2015 Genel Seçimleri Örneği” adlı çalışmasında seçim için hazırlanan şarkıların seçmen ilgi düzeyleri üzerindeki etkisini ele almıştır.

### 3.4. Seçim Şarkılarının Analizi

Müzik insanların kimlik, davranış, deneyim ve karşılaştıkları durumlarda ne hissettiğine kadar pek çok şeyi etkileyen benzersiz bir güce sahiptir (DeNora, 2000, s.11). Bu denli etkin bir aracın ister istemez bir düşünce veya ideolojinin aktarımında kullanılmaması düşünülemez. Müziğin işleyiş ve çekiciliğinin teknik açıdan anlaşılmasının yanında toplumsal anlamda etkisi de önemli bir araştırma konusudur. İnsanlık tarihiyle beraber büyüyen ve gelişen müzik kimi zaman bir ağıt olarak kimi zaman bir destanı kimi zaman bir imkânsız aşkı ifade etmiştir. Toplumsal bağlamda müziğin var olması ve devamlılık göstermesi ideolojik yaklaşımları da içermektedir. Her devletin bir milli marşının olması her ideolojik düşüncenin kendisini ifade ettiği bir müzik parçasının bulunması dikkate değerdir. Legal ya da illegal örgütlerin de yoğun olarak kullandığı müzik örgüt üyeleri arasında bir bağ oluşturmaktadır. Bu bağın güçlü olması örgütsel hedeflere varmada önemlidir.

Birbirine geçen birçok kavram arasında müzik ve siyaset bağıntısı ilgi çekicidir. Bir ideolojinin müzikle topluma aktarımı zengin ve eski bir uygulama geçmişine sahiptir. İşçi haklarından, kölelik karşıtlığına, kadın hakları savunuculuğundan, halkçı düşünceleri savunanlara kadar sayısız ideolojiyi kitlelere sunan binlerce örnek akla gelmektedir. Bugün siyasal aktörlerin ideolojik yaklaşımlarını müzik aracılığı ile topluma aktardıkları görülmektedir. Bu aktarma işlemini genellikle kitle iletişim araçlarıyla hedef kitlelerine dolaylı ya da dolaysız olarak hayata geçirirler. Her seçim döneminde müzikal parçalar ve siyasal reklam örnekleri görülmektedir. İktidarın veya siyasi partilerin seçim kampanyalarında kullandığı şarkılar hiç şüphesiz bu arşivde en geniş repertuarı oluşturmaktadır.

Siyasal aktörler tarafından üretilen ortamın hegemonyasını, muhalif, halkçı veya iktidarın söylemlerini, ideolojik bir üslup barındıran müzik, insanları arzulanan belirli düşüncelerde birleştirme, dinleyicilerin heyecanını, duygusunu arttırma gücüne sahiptir (Yıldırım ve Koç 2003: 10). Bu güç doğru kullanıldığı zaman etkili ve verimli olmaktadır. Bu güç zamanın uygun politik doktrinleri ile süslendiği ve doğru kanalların kullanılması ile cazip bir potansiyel taşımaktadır.

Toplumlarda demokratik işleyişin devamı için siyasal aktörler hedef kitleleri ya da seçmenler ile sürekli iletişim kurmak zorundadırlar. Seçim kampanyaları süresinde

yoğun faaliyet gösteren bu aktörler seçmenleri ile iletişimini koparamazlar. Seçim dönemlerinde artan iletişim ve bilgi alışverişi çeşitli kitle iletişim araçlarıyla sağlanmaktadır. Bu kitle iletişim araçlarının kullanımı üretilen mesajın seçmenlere doğru ve etkin olarak ulaştırılması elzemdir. Yüz yüze görüşmelerden el ilanlarına siyasal reklamlardan mitinglere kadar geniş yelpazede gerçekleştirilen çalışmalarda temel amaç oluşturulan bu mesajların hedef kitleye ulaştırılmasıdır. Bu anlamda Müzik de partilerin kendini topluma anlatmasını sağlayan işitsel bir araçtır.

Seçim şarkıları, ideolojik ve politik bir kavramlar dünyası ile meydana getirilen seçim müzikleri siyasal partilerin kendi dünya görüşünü seçmene ilettiği bir alandır. Oluşturulan bu içeriklerle birlikte istenen mesajı alıcılara kolay ve eğlenceli şekilde iletmeyi amaçlar. Seçim kampanyasında kullanılan şarkılar partinin görüşlerini, savunduğu değerleri ve bazı vaatleri aktararak, seçmenlerin oy verme davranışını etkilemeye çalışır. Bu etki düzeyi ne kadar iyi oluşturulursa seçmeni ikna etme o kadar kolay olmaktadır. Müziğin ritimsel özelliklerinin yanında seçilen kelime ve kavramlar seçmen üzerinde farklı duygular meydana getirmektedir. Yeni baştan oluşturulan müzik parçaları diğer müzik parçalarından farklı özellik göstermektedir. Çünkü insanların duygu dünyasında yer alan müzik ideolojik olarak işlendiğinde etkisi oldukça yüksek olmaktadır. Bazen de daha önce çok dinlenen müzik parçalarının sözleri değiştirilerek seçim şarkıları oluşturulmaktadır. Tanınan sanatçıların ya da toplumda göz önünde olan kişiler tarafından seslendirilen bu parçalar seçmeni etkileme amacındadır. Bu incelemede müziğin tarihsel olarak politik gelişmelere eşlik eden, zaman zaman onu biçimlendiren veya yol gösteren bir ifade unsuru olduğu düşüncesiyle AK Parti ve HDP'nin 1 Kasım 2015 Genel Seçimlerinde kullandığı seçim şarkıları söylem analizi yöntemi ile incelenmiştir. Bu amaçla söylem analizi yöntemine kısaca değinilecek ve seçim şarkılarının ele alındığı Adalet ve Kalkınma Partisi ve Halkların Demokratik Partisinin ideolojik dünya görüşleri ile seslendikleri seçmen tabanı irdelenecektir.

### **3.4.1. Söylem Analizi**

Van Dijk'in uygulamasında söylem analizi iki bölümde yapılmaktadır (Van Dijk, 2003): "Makro yapı ve mikro yapı". Makro düzey, toplumsal aktör grupları, kurumlar, örgütler ile aralarındaki ilişkiler düzeyidir. Mikro düzeye göre daha soyuttur.

Mikro düzeyde toplumsal aktörler ile toplumsal durumlarda onların etkileşimi inceleme düzeyidir. “Sentatik, bölgesel uyum, kelime seçimleri ve haberin retorığı” başlıklarında inceleme yapılır. Sentaks, cümle kalıplarının kullanımı, aktif-pasif, basit-karmaşık, kısa-uzun durumlarının incelenmesidir. Bölgesel uyum, takip eden cümle ve cümle bölümlerinin birbiri ile ilişkisine bakmaktadır. Kelime seçimleri, sınıfsal konum ve ideolojiyi açığa çıkarması açısından önemlidir. Retorik, çağrışım ve kafiye gibi sesli işlemlerle, mecaz ve kıyas gibi anlambilimsel işlemlerdir. Abartma, küçültme, zıtlık gibi yapılar kullanılarak anlatımda üstünlük sağlanmaya çalışılabilir. Anılan yapılar haber bilgisinin yoğun düzenlenmesine ve nihai amaç olan okuyucunun iknasını hedeflemektedir.

Araştırmada amaçlı örneklem esasına göre 1 Kasım 2015 Genel Seçimlerine katılan partilerden AK Parti ve HDP'nin seçim kampanyası sırasında kullandığı seçim müziklerinden üçer tanesi örneklem olarak alınmıştır. Seçilen şarkılar T. Van Dijk'ın söylem analizi yöntemi ile incelenmiştir. Şarkılar partiler tarafından resmi olarak seçim şarkısı olarak belirlenmiş ve sosyal medyanın yanında televizyon reklamlarında yer almıştır.

### **3.4.2. Adalet ve Kalkınma Partisi (AK PARTİ)**

Adalet Ve Kalkınma Partisi 14 Ağustos 2001 yılında kurulmuştur. 3 Kasım 2002 yılında yapılan seçimlerde yüzde 34'lük bir oy oranıyla iktidara gelen Ak parti, girdiği bütün seçimlerde 7 Haziran 2015 seçimleri hariç yüksek oy oranıyla iktidar olmuştur. Kurucusu ve Genel Başkanı Recep Tayyip Erdoğan olan partinin siyasi ideolojisi Muhafazakar Demokrat bir çizgidedir. Ak Partinin resmi internet sitesindeki tanımlaması şöyledir:

Adalet ve Kalkınma Partisi kendisini siyasetin merkezinde konumlandırılan muhafazakâr-demokrat bir kitle partisidir.

Cumhuriyet tarihinin en büyük demokratikleşme ve değişim hamlesini başlatan AK Parti, kurulduğu 2001'den bu yana girdiği 5 seçimden ve 2 halkoylamasından başarıyla çıkmış, üst üste üç dönem oylarını artırarak iktidarını koruma başarısı göstermiştir.

AK Parti'nin geliştirdiği “muhafazakâr demokrat” siyasi kimlik, kurumsallaşarak büyük bir siyasi cazibe merkezine dönüşmüş ve diğer bölge ülkelerine örneklik teşkil edecek bir ilham kaynağı haline gelmiştir.

AK Parti'nin geliştirmeye çalıştığı muhafazakâr demokrat siyasi kimlik dünya genelindeki muhafazakârlık pratikleriyle örtüşen özelliklere sahip olmakla birlikte, Türkiye'nin sosyo-kültürel özellikleriyle şekillenen bir muhtevaya ve yerel dinamiklerle şekillenen bir siyaset tarzına sahiptir.

Büyük oranla Müslümanların yaşadığı bir ülkede demokrasi tecrübesinin gelişmesinde ve bölgesinde örneklik oluşturmasında muhafazakâr demokrat anlayışın ciddi katkısı bulunmaktadır.

Muhafazakârlığın her türlü otoriterleşmeye karşı sınırlı iktidarı savunan, değişimi doğal süreç içinde toplumsal dinamiklere bırakan, özgürlüğün soyut değil somut şekliyle anlam taşıyacağını vurgulayan, aile, gönüllü kuruluşlar, vakıflar gibi toplumsal ara koruma mekanizmalarını önemseyen yapısı, demokratik anlayışla telif edilebilecek bir siyasi öz ortaya koymaktadır. Bu süreçte eleştirel aklın, fikri ve davranış çoğulculuğunun, yanılabilirlik anlayışının geliştirilmesi kadar, temel hak ve özgürlükleri merkeze alan, sivillik ve toleransı gözetilen bir siyasi tasavvurun ön plana çıkarılması, muhafazakârlığı demokratik formatta yeniden tanımlamıştır. AK Parti kendi medeniyet değerlerini esas alarak demokratik bir siyaset tarzını hayata geçirmiş, Türk siyasetine farklı bir siyasi çizgi kazandırmıştır. [www.akparti.org.tr/parti/2023-siyasi-vizyon/](http://www.akparti.org.tr/parti/2023-siyasi-vizyon/) (26.03.2019)

### 3.4.3. Halkların Demokratik Partisi (HDP)

Halkların Demokratik Partisi 5 Ekim 2012 yılında kurulmuştur. Kurulduğu günden bu güne kadar girdiği seçimlerden en yüksek oy oranını Selahattin Demirtaş ve eş başkan Figen Yüksekdağ öncülüğünde 7 Haziran 2015 seçimlerinde almıştır. Kendisini Seküler ve Milliyetçi olarak tanımlayan HDP 7 Haziran sonrası Türkiye partisi olma stratejisini benimsemiştir. Özellikle Kürt kökenli seçmenlere hitap eden HDP 7 Haziran seçimlerinden sonra Türkiye’de faaliyet gösteren sol yapılanmalara ev sahipliği yapmaya başladığı görülmektedir. Kendi tanımlamasında Halkların Demokratik Partisi resmi internet sitesinde şöyle demektedir:

Bugün dünyada hâkim olan kapitalist emperyalist sistem, toplumsal yaşamda büyük tahribatlar yaratıp insanı yalnızlaştırıyor; bireyi kendi emeğine, kimliğine, topluma ve doğaya yabancılaştırıyor. İşte egemenlerin toplumsal birliklik anlamına gelen her türlü örgütlülüğü etkisizleştirme ve dağıtma çabasına karşı, ortak mücadele ve dayanışma ruhunu yeniden kurmak iktidarlara ve sisteme karşı direnişin en önemli adımıdır.

Egemenlere karşı verilen mücadeleleri birleştirmenin, ezilen ve sömürülenlerin birbirlerine karşı kullanılmasının önüne geçeceğini biliyoruz. Sorunlarımızın birbiriyle ilişkili olduğunun bilincindeyiz. Birimizin haksızlık yaşadığı bir yerde, hiçbirimizin özgür ve eşit olamayacağını farkındayız.

İşte Partimize ilham veren, insanlığın bu evrensel ve yerel mücadeleleri ve edinilen deneyimlerdir. Emeğin ve ezilenlerin kurtuluşu için; özgürlük, barış ve adalet için mücadele eden güçlerin birliğinden oluşan Partimiz, insanlığın sınıfsız, sınırsız ve sömürsüz bir dünyaya ulaşacağına inanır. Üzerinde yaşadığımız ve tüm sömürü aygıtıyla birlikte, inkarın, baskının, asimilasyonun egemen olduğu topraklarda ise emek mücadelesinin önündeki tüm engellerin kaldırıldığı, halkların ve inançların özgür olduğu, kadın erkek eşitliğinin yaşandığı demokratik bir halk iktidarını hedefler. “**Etnik kimliği, kültürü, dili ve diniyle tek tip Türk milleti**” dayatmalarına karşı çoğul, farklılıkların eşit ve gönüllü beraberliğine dayalı bir toplumsal yaşamı; özgürlükçü ve demokratik bir Türkiye hedefini savunur. [www.HDP.org.tr/tr/parti/parti-programi/8](http://www.HDP.org.tr/tr/parti/parti-programi/8) (26.03.2019)

Her iki partinin 7 Haziran ve 1 Kasım seçimlerinde almış oldukları oy oranları şöyledir:

#### **7 Haziran 2015 Genel Seçimleri**

Türkiye Büyük Millet Meclisi 25. Dönemi'nin 550 yeni milletvekilini belirlemek için 7 Haziran 2015 tarihinde yapılan 24. genel seçimdir.

Seçim sonuçlarından Adalet ve Kalkınma Partisi (AKP) %40,8 oy oranı ve 258 sandalye sayısı ile seçimlerden birinci parti olarak çıktı. Cumhuriyet Halk Partisi (CHP) oyların %24,9'u ile 132 sandalye elde etti ve ikinci parti oldu. Milliyetçi Hareket Partisi (MHP) oyların %16,2'si ile 80 milletvekili kazandı. Seçimlere ilk kez katılan Halkların Demokratik Partisi (HDP) %10 seçim barajını geçerek aldığı %13,1 oy oranı ile Türkiye Büyük Millet Meclisi'nde 80 milletvekili ile temsil edilmeye hak kazandı.

Seçim sonuçlarına göre, hiçbir siyasi parti tek başına iktidar olabilmek için gerekli olan 276 sandalye sayısına ulaşamadı.

Koalisyon hükümeti kurma çalışmaları sonuçsuz kalan Başbakan Ahmet Davutoğlu'nun hükümet kurma görevini Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan'a iade etmesiyle, Cumhurbaşkanı erken seçim kararı almış sonrasında YSK seçim tarihi olarak 1 Kasım 2015'i belirlemiştir. [www.sabah.com.tr/secim-sonuclari](http://www.sabah.com.tr/secim-sonuclari) (26.03.2019)

#### **1 Kasım 2015 Genel Seçimleri**

Kasım 2015 Türkiye genel seçimleri, 7 Haziran 2015'te yapılan genel seçimlerden sonra güvenoyu alabilecek bir hükümetin kurulamaması nedeniyle gerçekleşen erken genel seçimlerdir.

7 Haziran 2015'de yapılan Türkiye genel seçimleri sonucuna göre, 2002'den sonra ilk defa bir parti tek başına iktidar olamadı. Bu da arkasından çeşitli koalisyon senaryolarını beraberinde getirdi. Ancak partiler arasında hiçbir şekilde anlaşma sağlanamadığından dolayı erken seçim olasılıkları konuşulmaya başlandı.

Anayasanın 116. Maddesinde belirtildiği üzere “Türkiye Büyük Millet Meclisinde Başkanlık Divanı seçiminden sonra 45 gün içerisinde Bakanlar Kurulu kurulamaz ise erken seçim kararı alınabilir” maddesine dayanılarak Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan, 21 Ağustos'ta erken seçim kararı alındığını ve 1 Kasım tarihinin Türkiye erken genel seçimleri için uygun bir tarih olacağını açıkladı. Kısa bir süre sonra Resmi Gazete üzerinden Türkiye genel seçimlerinin tekrarlanacağı duyuruldu.

Seçimler gerçekleştirildikten sonra Adalet ve Kalkınma Partisi 317 Milletvekili ve %49,5 oy oranı ile tek başına iktidar oldu. Bu seçimde HDP ise 10,76 oranında oy almıştır. [www.sabah.com.tr/secim-sonuclari](http://www.sabah.com.tr/secim-sonuclari) (26.03.2019)

Çalışmanın temelini oluşturan ideolojik söylem ve müzik konularının siyasal iletişim aktörleri tarafından işlenmesi sürecini seçmen tabanı olarak bir birine uzak iki parti üzerinden ele alınmıştır. Ak parti ve HDP benimsemiş oldukları ideolojik dünya görüşleri bakımından belirlemiş oldukları hedef kitle her ne kadar Türkiye halkı olmasına rağmen seslendikleri seçmen profili ayrıdır. Ak partinin seçim sürecinde hazırlamış olduğu Kürtçe reklam ve müzik örnekleri ile bir nebze olsun HDP'nin Kürt seçmene yönelik politikalarına karşı bir hamle olmuştur. Fakat benimsemiş olduğu muhafazakâr kimlik ile HDP tabanını oluşturan Seküler Milliyetçi tabana ulaşmasını zorlaştırmıştır. Ancak muhafazakâr kimliğin yanında HDP'nin seslendiği Kürt seçmenlere ulaşma çabası Doğu ve Güneydoğu Anadolu'da Ak partiyi ikinci parti konumuna getirmiştir. Özellikle Kürtçe hazırlanan seçim afişleri ve müzikleri HDP'nin Kürtlerin partisi olma iddiasına karşı önemli çalışmalar olmuştur. Hazırlanan bu

çalışmaların müzik ile birlikte hedef kitleye ulaştırılması Ak partiyi HDP karşısında bölgede ve de metropollerde yaşayan Kürt seçmenin gözünde anlamlı kılmıştır.

#### 3.4.4. AK Parti Seçim Şarkıları

1 Kasım 2015 Genel Seçimleri sürecinde seçim şarkıları incelendiğinde ilk bakışta seçim bildirgesi ve miting konuşmalarındaki söylemin benzerliği göze çarpmaktadır. AK Parti seçim şarkılarında önceki seçimden farklı olarak “Yeni Türkiye” kavramı yerine “yeniden” vurgusunu ağırlıkla kullanmıştır. “Millet”. “sevda” kelimeleri sıkça tekrarlanmıştır. Ayrıca parçanın Kürtçe versiyonu Kürt vatandaşlara yönelik bir propaganda faaliyeti olarak değerlendirilmiştir. (Haydi Bismillah) parçasının Kürtçe versiyonuna propagandada yer verilmiştir.

**Şarkı 1.** “Haydi Bismillah”<<https://www.youtube.com/watch?v=LOZtZY4iRG8>>  
(22.03.2019)

Şarkı Sözleri<sup>1</sup>:

Aşk ile çıktık yola

Yenilendik tazelandik

Sevdalıyız bu vatana

Haydi bismillah

Söylenecek sözümüz var

Yürünecek yolumuz var

Hep beraber yürüelim

Haydi bismillah

Her bir karış toprağında

Baştan başa izimiz var

Umudumuz yarınlara

Haydi bismillah

<sup>1</sup> <https://www.youtube.com/watch?v=LOZtZY4iRG8> (22.03.2019)



AK Parti, Alper Kış tarafından bestelenen şarkıyı “Seçim Beyannamesi Tanıtım Toplantısı”nda tanıtmıştır. Şarkı içerdiği dini motif nedeniyle tartışmalara konu olmuş ve CHP Milletvekili Mahmut Tanal’ın yaptığı başvuru ile şarkı Yüksek Seçim Kurulu’nun (YSK) tarafından yasaklanmıştır. Kararın gerekçesi, 298 Sayılı Seçim Kanunu’ndaki 58 numaralı “Propaganda yasakları” başlığında yer alan “Propaganda için kullanılan el ilanları ve diğer her türlü matbuat üzerinde Türk Bayrağı ve dini ibareler bulundurulması yasaktır” ifadesidir<sup>2</sup>.

### ***Makro Yapılar***

Birleştirici öğelerin yanında dini motifler ve istikrar ana omurgayı oluşturmaktadır. Müslümanların bir işe başlarken kullandığı “Bismillah- Allah’ın adıyla” ifadesi ile yeni başlangıç algısı üzerine imaj aktarımı yapılmıştır. Burada Bismillah ile işe başlama alışkanlığı ülke genelinde yaygın olduğu için ve hayır ile işin neticeleneceği gibi anlamlar ifade edilmeden sadece bismillah ile bir aktarım yapılmıştır.

Şarkının klibinde güneşin doğuşuyla birlikte bir işe başlayan (sabah dükkânını açan, okula giden vb.) kişilerin görüntüsüyle bismillah kavramına da doğrudan bir imaj aktarımına katkı sağlanmaktadır. Çünkü her işin başında besmele kullanan insanların güneş ile yeni bir güne başlama ve başlarken besmele çekmesi anlam bütünlüğüne vurgu yapmıştır. Temada bir Türkiye resmi inşa edilmeye çalışılmış çalışan, üreten insanlar gözlenmektedir. Özellikle esnaf ve çiftçi görüntüleriyle birliktelik ve gücünü halktan alan duygusu işlenmiştir. Gülen ve mutlu insanlar imajı zenginliğe ve gelecek için endişe etmemeye atıfta bulunulmuştur. Bebek ve çocuk görselleri ile umut ve geleceğe atıf yapılmıştır. Farklı kesimlerden insanların birlik ve beraberlik duygusuyla verilmek istenen mesaj AK Parti’nin önceki seçimlerde de seçmenlere ilettiği siyasal ve toplumsal mesajlarla uyumludur.

Dini motifli temalara seçim çalışmalarına sıklıkla yer veren AK Parti seçmenin çoğunluğuna hitap eden bir yaklaşım olsa da Kanun’a uyum noktasında sıkıntı oluşturmuştur. Bu tercihin doğruluğu değerlendirmeye açıktır. Diğer taraftan kapsayıcılığı artırmak için önceki seçimlerde de uygulamasına rastlanan aynı şarkının

<sup>2</sup> <https://t24.com.tr/haber/iste-akpnin-haydi-bismillah-sarkisini-yasaklayan-ysknin-gerekceli-karari>, 311087 (23.03.2019)

Kürtçe versiyonu da hazırlanarak propaganda amaçlı kullanılmıştır. Parçanın Kürtçe olarak seslendirilmesinin seçilmesinin, Doğu ve Güneydoğu bölgesinde yaşayan ve son zamanlarda metropollere göç eden Kürt seçmene yönelik propaganda çalışmasıdır.

### ***Mikro Yapılar***

#### **\* Sentaktik Çözümleme:**

Şarkı sözleri incelendiğinde aktif yapıları cümlelerin kullanıldığı görülmektedir. Aktif cümleler oy kullananın istediği değişimi sağlayacak güce sahip olduğuna işaret etmekte, kaderini tayin hakkı olduğu düşüncesini yüklemektedir. Gücün halkta olduğu iması bu sentaktik yapı ile sağlanırken şarkıda “sözümüz, yolumuz, varız” gibi birinci çoğul şahsı özne olarak kullanılmış, toplumu kucaklayan, ayırt etmeyen havası verilmeye çalışılmıştır. Klipteki görsellerle de bu ayrımı desteklenmiştir. “Biz” yaklaşımı AK Parti’nin önceki seçimlerde de sentaktik yapıda kullandığı bir strateji olup kampanyalarda kullanılan dil ile örtüşmektedir.

“Aşk ile çıktık yola” daha önce Cumhurbaşkanı R.Tayyip Erdoğan tarafından sıkça kullanılan “kefenimizle çıktık yola” söylemine benzemektedir. Karşılaşılan zor sorunlara karşı korkusuzca işlere girildiğine dair gönderme yapılmaktadır.

“Yenilendik tazelandık” ifadesinin iki anlama işaret ettiği söylenebilir. İlki önceki seçimde beklediği gibi sonuç alamayan partinin bu seçim için öncekinden farklı olduğuna işaret edilirken, ikinci olarak da Cumhurbaşkanı olan R. Tayyip Erdoğan yerine AK Parti Genel Başkanı olan Ahmet Davutoğlu ile bir yenilenme olduğu, taze bir başlangıç yapılacağına vurgu yapılmaktadır.

“Yürünecek yolumuz var” ifadesiyle daha yapılacak icraatların olduğu iktidarın, istikrarın devam etmesi gerektiğine işaret edilmiş, devamında “Haydi Bismillah” ifadesi “yetkiyi verin başlayalım” mesajını seçmene iletmektedir.

**\* Bölgesel Uyum:** “Haydi Bismillah” ifadesi genel anlamda önceki cümlelerdeki anlatımın devamı olarak oy ve yetki verilerek işe başlama, söylenenlerin yapılması için başlangıç anlamını vermektedir. Önceki koşulun tamamlayıcısı gibi görülmektedir. “Yürünecek yolumuz var” oy verildiği takdirde yapılacaklarımız var, oy verin başlayalım koşulu burada açıktır. Ayrıca gidilecek yolun belli olduğu geçmişte yapılan işlerde aksama olmaması için bir devam niteliği olacağı ifade edilmiştir.

“Yenilendik tazelendik” ifadesinin hem öncesinde hem de sonrasında aşk ile başlanan ancak sevda ile devam eden yenilenme olsa da kesilmeyen, aksamayan, süreklilik arz eden bir duruma işaret edilmektedir. Aşk ve sevda arasında bir geçiş ile duygusal olarak devamlılığa işaret edilmektedir. Bölgesel uyum anlamında takip eden cümleler anlam bütünlüğü sağlamaktadır.

Şarkı boyunca cümlelerdeki nedensel ilişki anılan örneklerde de görüldüğü gibi klipte de akan görüntülerle desteklenmektedir. Sunulan insan manzaraları ile küçükten büyüğe mutlu vatandaşlara istikrar ve huzurun devamı için AK Parti seçeneği sunulmaktadır.

\* **Sözcük Seçimleri:** Şarkının başlangıcında “aşk ile çıktık yola” sözleri ile klipte yola çıkan taksici, işyerinin kepengini açan esnaf, çay dolduran çaycı, vapurun hareketi gibi görseller kullanılmaktadır. İşçi-işveren, müşteri-esnaf kaynaşması ile mutlu ve müreffeh bir Türkiye gösterilmektedir. İşini seven insanlar ile “sevdalıyız bu vatana” vurgusu birleştirilmiştir. “Aşk, sevda” gibi güçlü sevgi kelimeleri ile vurgu artırılmıştır. “Yeni, taze” kelimeleri insanda başlangıç düşüncesiyle birlikte eskinin kötü yanlarını kapatma, unutmaya isteği uyandırmaktadır. Uzun süredir iktidarda olan AK Parti’nin seçimde yeni başlangıç ile eskiden kötü-eksik olan ne varsa artık olmayacağı düşüncesini vermek istemiştir.

Devam eden bölümde “Söylenecek söz, yürünecek yol” gibi tekrarlı hatırlaması kolay ikilemeler kullanılmıştır. Yine yol ve yürümek kelimeleri istikrara gönderme yapmaktadır. Klipte bu kısımda çalışan, işleri iyi olan, mutlu esnaf görüntüleri kullanılmış, bu durumun devamı ve siyasi istikrarın birlikte düşünülmesi hedeflenmiştir.

Son kısımda “her bir karış, baştan başa” ifadeleri ile ülkede yaşayan toplumun her kesimi kapsayıcılığa işaret etmektedir. “Toprak ve iz bırakma” sözcükleri ile klipte görsel destekli olarak mahsul ve çiftçi atfı yapılmıştır. Dizelerde koşul olmaksızın toplumu kucaklayan bir dil kullanılmıştır. “Biz” öznesi ile birlik, toplumsal beraberlik sunulmaya çalışılmıştır.

\* **Retorik:** Klipte gün doğumu yeni başlangıcın simgesi olarak sunulmuştur. Orta sınıf temsiliyetlerine ilişkin sahneler ile birlikte huzur ortamına işaret etmektedir. İşe, okula gidenler, kepenk açanlar, selamlaşanlar, mezun olan genç kız, güler yüzlü servis yapan çaycı, sohbet eden mutlu emekliler, sokakta top oynayan mutlu çocuklar,

halinden memnun fırın, balıkçı, oto tamiri vb. esnaflar izleyiciye aktarılmıştır. Çoğunluğu emekçi olan insanlar toplumdaki sessiz çoğunluğu teşkil etmekle birlikte, beraberce vatan için gücü oluşturduğu iletilmektedir. Aynı tercihte buluşarak el birliği ile farklı iş kollarından insanların kaynaşarak, birlik, beraberlik ve kitleliliği işlenerek temada sunulmuştur.

**Şarkı 2.** “Tek sevdamız Türkiye” <<http://www.dinlesarkisozu.com/2015/10/ak-parti-1-kasm-2015-tek-sevdamaz.html>> (23.03.2019)

Şarkı Sözleri<sup>3</sup>:

Dudaklarda şarkımız, Tek sevdamız Türkiye

İşte budur farkımız, Tek sevdamız Türkiye

Bu yol kardeşlik yolu, Tek sevdamız Türkiye

Rengimiz Anadolu, Tek sevdamız Türkiye

Mazlumun nefesiyiz, Tek sevdamız Türkiye

Sessizlerin sesiyiz, Tek sevdamız Türkiye

Vatan bizim can bizim, İzmir bizim, Van bizim

Bitmeyen heyecan bizim, Tek sevdamız Türkiye

Baharıyla, yazıyla, Türküsüyle, sazıyla

Kürt'ü, Türk'ü Laz'ıyla, Tek sevdamız Türkiye

1 Kasım 2015 Genel Seçimlerinde kullanılan, söz ve bestesi sanatçı Uğur Işılak'a ait olan diğer şarkı “Tek Sevdamız Türkiye” parçasıdır. Yenikapı mitinginde sanatçı tarafından seslendirilmiştir. Şarkı için AK Parti Youtube resmi sayfasında Parti Genel Başkanı Ahmet Davutoğlu'nun halk ile bütünleştiği görüntüler ve bazı hitaplarından

<sup>3</sup> <http://www.dinlesarkisozu.com/2015/10/ak-parti-1-kasm-2015-tek-sevdamaz.html> (23.03.2019)

oluşan bir klip yayınlanmıştır<sup>4</sup>. Ayrıca şarkının Arapça ve Kürtçe versiyonları ile çeşitli il, ilçe başkanlıkları ve adaylara uyarlanmış klipleri sosyal medya üzerinde oldukça fazla yer almaktadır.

Şarkının diğer özelliği CHP'nin talebiyle YSK tarafından yasaklanan “Haydi Bismillah” isimli şarkının yerine yapıldığının söylenmesidir.

### ***Makro Yapılar***

Milli birlik, beraberlik öğeleri temel kavramlarıdır. Şarkı adı ve nakaratta tekrarlanan “Tek sevdamız Türkiye” ifadesi “Tek Devlet, Tek Vatan, Tek Millet” sloganına atıf yapmaktadır. Bu ifadeler Milliyetçi bir ideolojiye kayışı ifade etmektedir. Önceki seçimlerde de kullanılan ve etkili olan slogana imaj aktarımı güçlü bir çatı sağlamıştır. Klipte Ahmet Davutoğlu'nun Anadolu'da çeşitli yerlerde insanlarla kucaklaşması, yaşlı-çocuk-genç herkesle ilişki kurması genel temaya uygun şekilde kapsayıcılığı öne çıkarmaktadır.

Sınıf ve cinsiyet ayrımı yapılmadığı seçilen görsellerdeki insan profillerinden görülebilmektedir. Birliktelik vurgusu ile gücünü halktan alma duygusu verilmeye çalışılmıştır.

Bayrak öğesinin ağırlıklı kullanıldığı miting görselleri milli birlik ve beraberlik duygusu aktarımı için kullanılmıştır. Türkiye'deki farklı kesimlerden insanın birlik ve beraberlik içinde olduğu sosyal mesajı AK Parti'nin seçmenlerine iletmek istediği siyasal ve toplumsal mesajların temelini oluşturmaktadır.

### ***Mikro Yapılar***

\* **Sentaktik Çözümleme:** Şarkı sözleri incelendiğinde öznesi birinci tekil şahıs olan aktif yapıları cümleler görülmektedir. Aktif yapı, ülkenin geleceği için oy kullanan halkın kaderin tayini noktasında önemli rolü olduğu düşüncesini sentaktik yapıyla göstermektedir. Ayrıca kullanılan “biz” sözcüğü insanları ayırt etmeksizin toplumun tamamını kucaklamakta klip görselleri de söylemleri desteklemektedir.

Farklı kesimlerin dil, din, ırk ayırt edilmeksizin sunulduğu, tek tek bunların sahiplenen dille sayılması ve klipte Ahmet Davutoğlu'nun kullandığı özellikle el

---

<sup>4</sup> <https://www.youtube.com/watch?v=ukh7gmE-dMA&list=PLIoZEdpULeHnvuMEp8zsFRsa8fsUI6yj&index=2> (23.03.2019)

işaretleri ve mimiklerle pekiştirilmiştir. Sentaktik yapıda kullanılan strateji AK Parti'nin iktidara geldiği dönemden beri seçim şarkıları dahil kampanyalarda kullanılmıştır.

**\*Bölgesel Uyum:** “Tek sevdamız Türkiye” ifadesi sıkça tekrarlanarak sloganlaştırılmıştır. Mitinglerde sıkça kullanılan “Tek Devlet, Tek Vatan, Tek Millet” ifadelerine güçlü çağrışım yapılarak hafızada kalması istenmiştir. Buradaki vurgular Milliyetçi seçmene yönelik bir çağrı niteliği olarak görülmektedir. Klip süresince bayrak olan görüntüler Türkiye çağrışımıyla birlik ve beraberlik duygusunun aktarımında ön plana çıkmıştır.

“Dudaklarda şarkımız, işte budur farkımız” dizeleri ardarda kullanılarak AK Parti'nin rakiplerinden ayrıştığı, seçmen kitlesi tarafından bilindiği, toplumun her kesimi tarafından sevildiği anlamı verilmiştir.

“Kardeşlik, renk, Anadolu” kelimeleri de sıralı kullanılarak kapsayıcılık vurgulanmıştır. Anadolu'da farklı kültürel renklere sahip bir çok kesimin bir arada ve kardeşçe yaşamına atıf vardır. Ayrıca Türkiye genelinde toplumu oluşturan farklı etnik, mezhepsel ayrımın olmadığına görsel örnek Ahmet Davutoğlu'nun farklı kişilere “İnşallah, Allah'ın izniyle, dua edin” gibi dini motifli kelimelerle yaklaşması verilebilir. Doğu-batı sentezi İzmir ve Van illeri söyleme katılarak aktarılmıştır.

“Mazlumların sesi, sessizlerin sesi” ikilemeleri görselde yaşlıları dinleyen, kucaklayan AK Parti Genel Başkanının görüntüsüyle birleştirilerek yerel uyuma katkı sağlanmıştır. Ayrıca Ak Partinin iktidar olduğu yıllarda Dünya genelinde meydana gelen olaylara karşı duruşu da ifade etmektedir. Özellikle Dünya genelinde çok fazla gündeme gelen Filistin halkının uğramış olduğu zulme karşı, Mısırda yaşanan darbe girişimine karşı seçilmiş kişilerin yanında durma gibi olaylara da gönderme söz konusudur. Her ne kadar Türkiye tablosu ile desteklenen bir cümle olmasına karşın siyasal söylemde çoğunlukla bu gibi olaylarla ifade edilen mazlumların sesi dış politikada sergilenen tavra da işaret edilmiştir.

Şarkıda cümleler nedensel ilişkili olup bağlantısız yapı göze çarpmamaktadır.

**\* Sözcük Seçimleri:** Renk kelimesi ile Anadolu'da tarih boyunca yaşayan insanların bırakmış olduğu kültürel çeşitliliğe vurgu yapılmış, Anadolu kelimesinin kapsayıcılığı kullanılmıştır. Dizeler zorlayıcı söz olmaksızın toplumun tamamını kucaklayan dilde yazılmıştır. Nakaratta kullanılan “Tek sevdamız Türkiye”

kelimelerinin her biri özel olarak seçilmiştir. Oluşturduğu kafiyenin yanında sevda gibi güçlü sevgi göstergesi bir kelime milli duyguları benimsemiş her vatandaşı etkileyen Türkiye kelimesi ile birleşerek duygusal yoğunluk oluşturulmaktadır. Bu duygunun yoğun olarak hissettirilmesi ideolojik söylemin farklılaştığı olarak görülmektedir. Tek sevdamız denildiğinde başkaca insani zaaf veya isteklerin söz konusu olmadığı, odağın ülke ve hizmet olduğu ifade edilmeye, seçmene aktarılmaya çalışılmaktadır.

Kardeşlik, Anadolu kelimesi ile sayılan Kürt, Laz, Türk kelimeleri birlik beraberliğe dikkat çekmektedir. Saz ve türkü kelimeleri Alevi vatandaşlara yönelik olup mezhepsel ayrımcılığın olmadığına işaret etmektedir.

\* **Retorik:** Klipte halkı temsilen yaşlı-genç, erkek-kadın vatandaşlarla konuşan, çocukları alnından öpen, heyecanlı, aktif AK Parti Genel Başkanı'nın dini motifli söylem kullanarak destek istediği ifadeler, arka planda ara ara artan tonda "Tek sevdamız Türkiye" şarkısıyla desteklenmektedir.

Klipte görüntüler ile şarkı sözleri uyum içinde geçmektedir. Selamlama, büyüklerin elinden, küçüklerin başından öpme, sürekli güler yüzlü, samimi hareketler sergilenmektedir. Yine kalabalıkların bayrak salladığı, taşıdığı görüntülerle Türkiye, birlik, beraberlik havası oluşturulmuştur. Kitlelilik, yoğun desteğin olduğu tema seçilmiştir.

Anadolu insanı, Türk bayrağı, cami ve yurt manzaraları ile retorik oluşturulmuş ve izleyiciye aktarılmıştır.

**Şarkı 3.** "Geliyor Halk Geliyor AK" <<https://www.rapsozler.com/zeo-jaweed-geliyor-halk-geliyor-ak-sozleri/>> (23.03.2019)

Şarkı Sözleri<sup>5</sup>

Nakarat

Çalışan bir lider ülkeye hak

Bunun için durma sen ayağa kalk

Seçimini yaptı ve geliyor halk

Bu yol için davamız oyumuz ak

Geliyor halk geliyor ak

<sup>5</sup> <https://www.rapsozler.com/zeo-jaweed-geliyor-halk-geliyor-ak-sozleri/> (23.03.2019)

Huzur için güven için istikrar

Geliyor halk geliyor ak

Huzur için güven için istikrar

Geleceğimiz için AK Parti, tek parti, AK Parti

Geleceğimiz için AK Parti, tek parti, AK Parti

Oyunu ver ve bu oyuna da gelme

Hepimiz kardeşiz bölemedi kimse

Doğudan batıya tüm ülkenin sesi o

AK Parti, kardeşliğin sesi o

İradeni göster ve zafer için sabret

Tek parti kurulsun hükümet

Hadi kalk ve gücünü göster seçimde

Davamız mutlu ve güçlü bir Türkiye

Aydınlık geleceğin neferi biziz

Ataların gücünü gösterebiliriz

Biz çok kişiyiz, yaşlı ve genciz

Doğuyuz, batıyız, kuzeyiz, güneyiz

Geleceğimiz için AK Parti, tek parti, AK Parti

Geleceğimiz için AK Parti, tek parti, AK Parti

Nakarat

1 Kasım 2015 Genel seçimlerinde her kesime hitap etmeyi hedefleyen AK Parti, RAP müzik tarzı seçim şarkısı da hazırlamıştır. “O Ses Türkiye” isimli yarışmada



ünlenen Zeo Jaweed, tarafından söz ve müziği yapılan rap yanında mehter ve tasavvuf müzik öğelerini de barındıran şarkı 29 Ekim Cumhuriyet Bayramı öncesinde yayınlanmıştır<sup>6</sup>. Oy verme yaşındaki genç kitle hedeflenmiştir.

Rap müzik tarzı hızlı ve çok sözün söylendiği bir tarzdır. Söylem analizi açısından açık ifadelerin yer almasının avantaj sağladığı değerlendirilmektedir.

### ***Makro Yapıları***

“Geliyor Halk Geliyor AK” isimli şarkıda daha önce incelenen iki şarkıda kurulan makro yapı açık bir şekilde burada da oluşturulmuştur. Makro yapı; güven, istikrar, milli irade ve dava gibi kavramlarla oluşturulmuştur. Tek parti hükümeti kurma isteği açık şekilde ifade edilirken zafer ve irade terimleri tekrarlanmıştır.

Yoğun şekilde AK Parti'nin istikrarı sağladığı, yaptıklarıyla öncekilerden ve diğerlerinden ayrıştığı, bunun devamı için oyuna gelinmemesi, yani oyların AK Partiye verilmesi ve tek başına iktidar olması gerekliliği vurgulanmıştır.

Klipte kullanılan görsellerde Ahmet Davutoğlu'nun halkla kucaklaştığı, her kesimden insanlarla kaynaştığı görüntüler genel temaya ve söyleme uyumludur. Dini motifler ve kalabalık miting görselleri de birlik, beraberlik düşüncesini destekleyen öğelerdir. Yine Anadolu'dan farklı yerlerden getirilen görseller sınıf ve cinsiyet ayrımı gözetilmeden insanlara yaklaşıldığı imajını vurgulamaktadır.

Anılan sebeplere ilave olarak bugüne kadar AK Parti hükümetlerinin yaptığı güzel şeylerin devamı için oyların verilmesi ve tek başına iktidara taşınması gerektiği vurgulanmıştır. Oy verilmeyerek koalisyon hükümeti olması durumu oyun olarak nitelermekte, halk bu konuda uyarılmaktadır. Oyuna gelinmesi durumunda iyi şeylerin sona ereceği düşüncesi bilinçaltına gönderilmektedir.

### ***Mikro Yapılar***

\* **Sentaktik Çözümleme:** Aktif yapılı cümleler kimi zaman kapsayıcı ve gücün ifadeyi sahiplenen kesimde olduğu hissini uyandırmaktadır. Kimi zaman ise ayrılmanın tehdit teşkil edeceği, ayrılanın zayıf düşeceği algısı da oluşmaktadır.

---

<sup>6</sup> <https://www.youtube.com/watch?v=szoKA0FgQgs> (23.03.2019)

Müzik tarzı itibariyle basit anlaşılabilir cümleler kurulsa da çok şey söylenmesi hatırlamayı ve bazı durumlarda anlamayı da zorlaştırabilmektedir.

\* **Bölgesel Uyum:** Birbirini takip eden tamamlayıcı ifadeler yer almakla birlikte bazı kısımlarda kafiye sağlama, şarkının akıcılığını yitirmeme adına anlam bütünlüğü oluşmayan bölümler gözlenmektedir.

Klip ve şarkı sözlerinin uyumu açısından başarılı bir yerel uyumdan söz edilebilir. Örnek olarak lider denildiğinde Erdoğan ve Davutoğlu'nun görselleri, kardeşlik, ülkenin doğu-batısı söz konusu olduğunda ilgili yerlerin görselleri kullanılmıştır. “Aydınlık geleceğin neferi” olarak geçmişte güçlü “ataların gücünü gösterme” bağlantısı başarılı bir bölgesel uyum örneği teşkil etmektedir. Görselde kullanılan askeri uçak ve askeri birlik geçiş görüntüleri de uyuma katkı sunmuştur.

\* **Sözcük Seçimleri:** Makro yapının oluşturulması noktasında değinildiği üzere ana temaya gönderme yapan açık kelimeler kullanılarak niyet ifade edilmiştir. Şarkıyı yazan sanatçının şahsi tercihleri gibi gözükken bazı kelimelerin AK Parti'nin diğer şarkılarda açıkça ifade etmediği düşüncelerini dile getirdiği görülmektedir. Ayrıca rap müzik türü protest, isyankar, otoriteyi fazla dikkate almayan, almak istemeyen bir yapıda olduğundan doğrudan oy isteme, istikrarın sürmesi ve oyuna gelmeme gibi bağlantılar kolayca seçilebilmiş ve seçmene aktarılmıştır.

Nefer kelimesi eski bir kelime olup atalara gönderme yapılarak kullanılması uyum anlamında başarılı bir tercih olmuştur. Ayrıca oyuna gelmeme ile bölünme kavramları ile daha önceleri pek dile getirilmeyen tehlikeler dile getirilerek seçmen bu konuda uyarılmıştır.

\* **Retorik:** Bazı kelimelerin kullanımında kafiye oluşturmak, akıcılığı bozmamak amacıyla zorlama bir nedensellik kullanıldığı değerlendirilmektedir. “Çalışan bir liderin hak olması, bunun için halkın ayağa kalkması”, henüz yapılacak seçim için “halkın seçimini yaptığı ve AK Parti'yi seçtiği” gibi ifadeler uyum için zorlanmış görünmektedir.

### 3.4.5. HDP Seçim Şarkıları

**Şarkı 1.** “İnadına Barış İnadına HDP” <<https://www.youtube.com/watch?v=kABrenyq8Ks>> (27.03.2019)

Şarkı Sözleri<sup>7</sup>:

İnadına umut inadına

İnadına sevda inadına

Kadın erkek inadına

İnadına eşit yan yana

Konuşanla inadına

İnadına kardeş inadına

İnadına barış inadına

Horon, halay, saz inadına

İnadına dere inadına

İnadına ağaç inadına

İnadına hayat inadına

İnadına insan inadına

Hem çok renkli inadına

Hem çok dilli inadına

İnadına zılgıt inadına

İnadına kahkaha inadına

İnadına iş aş inadına

İnadına anadil inadına

İnadına eşit inadına

İnadına beraber inadına

---

<sup>7</sup> <https://www.youtube.com/watch?v=kABrenyq8Ks> (27.03.2019)

İnadına HDP inadına

1 Kasım 2015 Genel Seçimlerinde HDP'nin sloganı “İnadına barış, inadına HDP” olmuştur.

### ***Makro Yapılar***

HDP'nin “İnadına” ikilemesi arasında kullandığı kelimeler seçim bildirgesinde yer alan ve ideolojik olarak partinin savunduğu, yapmak istedikleri iddiasını taşımaktadır. Bu yönüyle makro yapıda anılan kelimeler ana kavramlara indirgenildiğinde; eşitlik, haklar, çeşitlilik, kültürel değerler konularında yoğunlaştığı görülmektedir. İnadına tekrarı ile aslında istenen ama yapılmasına engel olunan konular dile getirilmek istenmektedir. İktidar veya güç sahibi çevreler istemese de anılan değerlerin, olguların savunulduğu, istendiği ifade edilmeye çalışılmaktadır.

AK Parti'nin şarkılarında makro yapı ve söylemin birlik, beraberlik gibi benzer kavramlar olmasına karşın HDP'nin savunduğu veya istediği durum ile fark olduğu anlaşılmaktadır. Zaten siyaseten aynı şeyleri savunarak ayrı kalmaları mümkün olmadığı dikkate alınır, AK Parti herkesin eşit olduğunu, en azından öyle görüp davrandığını savunurken, HDP eşitlik anlamında özellikle Kürtlerin haksızlığa uğradığı inancını taşıyarak bunu talep etmektedir.

İmaj aktarımında ve klip akışında eşitlik vurgusu ön planda tutulmuştur. Şarkı sözlerine uygun görsellere yer verilmiş, genel semboller parti eşbaşkanları aracılığıyla yansıtılmıştır. Örnek olarak özgürlük için güvercin uçuran lider, iş-aş denildiğinde imalathane gezen veya baret giyen lider profili kullanılmıştır. Folklorik öğeler yeterince kullanılmış, Kürt vatandaşların yanında horon, hamsi gibi argümanlar da kullanılarak Türkiye partisi olduğu imajı yansıtılmak istenmiştir.

### ***Mikro Yapıları***

\* **Sentaktik Çözümleme:** “İnadına istenenler yapılacak, istenecek” düşüncesinden hareketle öznesi gizli pasif cümleler kullanılmıştır. Burada amacın sadece HDP ve destekleyenlerin değil, bu değerleri benimseyen herkesin aynı çatıya gelebileceği, kapsanabileceği düşüncesi olduğu değerlendirilmektedir. Pasif cümle kitleyi belirlemekte sıkıntı gibi gözükmemektedir. Özellikle AK Parti şarkılarında vurgulu “biz” öznesine göre hedef kitle belirsiz gibi durmaktadır. Ancak HDP'nin seçmenini

korumak konusunda özgüvenli olduğu, bir önceki seçimler göz önüne alındığında başta iktidar partisi olmak üzere herkese meydan okuma düşüncesinin olduğu söylenebilir.

Şarkının cümle kalıbı basit olmakla birlikte tekrarların aradaki kelimenin anlamını düşünen dinleyici için sıkıcı olmayacağı, diğer taraftan akılda kalıcılığın da nakarat kelimesi haricinde zor olduğu değerlendirilmektedir.

\* **Bölgesel Uyum ve Sözcük Seçimleri:** Kadın-erkek, kardeş, eşit, insan, çok renkli, çok dilli gibi kelimeler birbirini tamamlayan talepleri iletmek için kullanılmıştır. Yine barış kelimesi, sonrası horon, halay, saz inadı ayrımcılık yapılmadan barış içinde yaşama özlemine işaret etmektedir. Dere, ağaç, hayat, insan kelimeleri sıralı kullanılarak çevreye saygılı, duyarlı olunması gerektiği ve iktidar gücü alınırca bunun yapılacağı taahhüdünü içermektedir. Çok dilli, çok renkli, anadil, eşit kelimeleri ardarda kullanılarak HDP'nin dillendirdiği Kürt halkının istekleri olup, seçmene bunların savunulacağı gösterilmekte, hedef olarak işaret edilmektedir. Bunları isteyenlerin destek olması istenmektedir.

\* **Retorik:** Retorik açısından inadına kalıbı kısmen kolaylık ve üstünlük sağlayan bir yapıdadır. Ahenk oluşturmakta, kolayca zihinde yer etmektedir. Verilmek istenen mesajı taşıyan kelimeler inadına kalıbında kafiyeye uyarken durup düşünmeden anlamı çıkarmak zorlaşmaktadır. Kullanılan ara kelimelerin akışında anlam bağı çoğunlukla kurulabilmektedir.

Sayılan iyi şeylere ulaşılacakken birşeylerin engel olduğu algısı sözlerde varken, klip görsellerinde bu algı yerine bunları yapacak iradeye ilişkin görüntüler sunulmuştur. İktidara ve bu isteklere karşı çıkanlara yönelik baskıcı retorik şarkı sözlerinde verilmiş, klip görsellerinde ise umut vadeden söylem gözlenmiştir.

**Şarkı 2.** “HDP hey” <<https://www.hdp.org.tr/tr/materyaller/secim-arsivi/genel-secim-1-kasim/6337>> (27.03.2019)

Şarkı Sözleri<sup>8</sup>:

İnadına Barış

Eşitlik özgürlük

Demokrasi ile

Halklar

Elele birlikte

Haydi adalete

Özgürlüğe giden yolda

Haykırın HDP

Ne baraj ne Hesi

Ormanlar ülkesi

Bu doğanın sesi

Gençler

Cudiden menteşe

Kaçkardan torosa

Ülkeyi talana karşı

Savunacağız BİZ

Dağlarda ovalarda

Huzurlu yaylalarda

Mutlu özgür yarınlarda

HDP hey

Köylerde şehirlerde

Parklarda sokaklarda

Mutlu özgür yarınlarda

HDP hey

Çocuklar

HDP yürüyor

Barışı kuruyor

Özgür yarınlara doğru

Güneş yükseliyor

Halklar

HDP yürüyor

Barışı kuruyor

Özgür yarınlara doğru

Güneş yükseliyor

Maden ocağında

Tarla fabrikada

Emeğin yanında

İşçiler

HDP sesimiz

Bizim emeğimiz

Sömürüye karşı duran

Direnme gücümüz

Kadınlar

HDP sesimiz

Özgür nefesimiz

Zalimin zulmüne karşı

Direneceğiz BİZ

<sup>8</sup> <https://www.hdp.org.tr/tr/materyaller/secim-arsivi/genel-secim-1-kasim/6337> (27.03.2019)

HDP'nin genel seçimler için ikinci şarkısı "Aram Tigran Konservatuarı" eğitmen ve öğrencilerinin hazırladığı "HDP hey!" şarkısıdır. "HDP hat!" ismiyle Kürtçe olarak da yayınlanan şarkı kampanya sürecinde propaganda malzemesi olarak kullanılmıştır. Şarkının Kürtçe versiyonu için klip yayınlanmış, Türkçe olan için klip yayınına rastlanmamıştır<sup>9</sup>.

### ***Makro Yapılar***

Şarkıda gençler, kadınlar, çocuklar, halk ve işçilere hitap eden bölümler bulunmaktadır. Buna uygun seslendirmeler yapılmış, her bölümde bir tema kullanılmıştır: Eşitlik, doğa koruma, özgürlük, barış, emek. İlk şarkıda olduğu gibi HDP'nin ideolojisine uygun bir makro yapı oluşturulmuştur. Parti seçim bildirgesi ve mitinglerde ifade edilen hususların özeti gibi bir retorik oluşturulmuştur.

Akıfta Kürt halkına karşı yapıldığı düşünülen haksızlıkların giderileceği mutlu, güzel zamanların geleceği vaad edilmekte ve seçmene işaret edilmektedir. Farklı kesimlere yaptırılan seslendirmeler herkese rol düştüğü, yapılması gerekenler olduğu imajını yüklemektedir.

### ***Mikro Yapılar***

\* **Sentaktik Çözümleme:** İnadına barış, eşitlik, özgürlük girişiyle ilk şarkının cümle kalıbına atıf yapıldığı düşünülmektedir. Sürekliliğe vurgu olarak değerlendirilebilecek bu giriş sonrası şarkıda girişte öznesi belli olmayan pasif yapı, devamında herkesin görevini bildiği, yaptığı ve grubuna birici çoğul şahıs olarak hitap ettiği aktif cümle kalıpları görülmektedir. Bu yapıda kendini görenleri güçlü hissettirecek bir hitap şeklidir. Ancak grup dışı kalanların sayılacakları görev addetmeme riski şeklen bulunmaktadır. Pek tabi ki doğayı koruma gençlerin olduğu kadar herkesin görevidir.

Şarkıda yapılacaklar basit ve kısa anlaşılır cümlelerle ifade edilmiştir.

\* **Bölgesel Uyum:** Paragraflarda ardı sıra kullanılan kelimelerle anlatılmak istenen düşünce, iletilmek istenen mesaj vurgulanmıştır. Barış, demokrasi, eşitlik, özgürlük halkların haykırarak talep ettiği şeyler olarak iletilirken, maden ocağı, tarla, fabrikada emekçiler sömürüye karşı direnecek yanlarında ise bu zulmü yapana karşı

<sup>9</sup> <https://www.dailymotion.com/video/x38chlX> (27.03.2019)

destek olacak HDP olacaktır. Anlam bütünlüğü sağlayan kelime seçimi başarıyla uygulanmıştır.

\* **Sözcük Seçimleri:** Sözcük seçiminde HDP ideolojisini yansıtan, talep ve isteklerini vurgulayan tercihlerin öne çıktığı görülmektedir. Eşitlik vurgusu yapılmaktadır. Ayrıca hidroelektrik santral yapımına karşı durma, Cudi, Menteşe, Kaçkar, Toros gibi yer isimleri telaffuz edilerek Türkiye partisi olduğu, Türkiye'nin sorunlarıyla ilgilendiği algısını güçlendirmeye çalışmaktadır.

\* **Retorik:** Akıcı, ahenk içinde giden bir şarkıdır. Verilmek istenen mesajlar açık kelimelerle doğrudan ifade edilmiştir. Kapsayıcı olmaya çalışıldığı hissedilmektedir. Dağ, ova, yaylanın sayılması, farklı yer isimlerinin anılması bu tezi desteklemektedir. Yine sorunlu görülen farklı alanlara değinilmesi, ekonomi, doğal hayatı etkileyen faaliyetlerin anılması önemlidir. Diğer taraftan bu sorunlara çözüm için adres olarak HDP'nin gösterilmesi iktidara talip olan bir anlayış içermektedir.

**Şarkı 3.** “HDP'dir Umudumuz” <<https://www.haberler.com/diyarbakir-iste-hdp-lideri-demirtas-in-soyledigi-7293286-haberi/>> (27.03.2019)

Şarkı Sözleri<sup>10</sup>:

HDP bizim partimiz, kardeşliktir hedefimiz

Barışa çıkar yolumuz, insanlıktır tek ilkemiz

Barışa çıkar yolumuz, Dünyadır bizim ülkemiz

HDP geldi, geliyor, tüm barajları yıkıyor

Zulme karşı direniyor, yarınlar bize gülüyor

Mezopotamya'nın sesi, Anadolu'nun nefesi

Bütün herkesin rüyası, halkların ortak meclisi

İnsanlar gülüyor mecliste, gel sende ses ver bu sese

Haykırılım hep birlikte yeter artık edi besse

Karadeniz'in dalgası, Ege'nin tütün kokusu

Amed'in barış tutkusu olmuş halkların türküsü

<sup>10</sup> <https://www.haberler.com/diyarbakir-iste-hdp-lideri-demirtas-in-soyledigi-7293286-haberi/> (27.03.2019)



Gülecek kara bahtımız, Zalime kalmaz ahımız  
Daha var bak bir çaremiz, HDP'dir umudumuz  
Bu ülkenin kadınları, yiğit cesur yürekleri  
Nehir olmuş bilinçleri yıkıp geçiyor tahtları  
Özgürlük tanrıçaları korkutuyor sultanları  
Kara olmuş aklın akı, kırılsın zalimin çarkı  
Yaşayalım hep birlikte, olmasın kimsenin farkı  
Kara çaldılar beyaza, çalıp durdular namaza  
Yıkılacaklar bu yaza bu yüzden vuralım saza  
Çarpılacaklar bu yaza bu yüzden vururum saza  
HDP geldi, geliyor, tüm barajları yıkıyor  
Zulme karşı direniyor, yarınlar bize gülüyor

Selahattin Demirtaş ve Hozan Diyar'ın birlikte söylediği şarkı seçim kampanyasında kullanılmıştır. Ancak şarkı beraberinde bir tartışmayı getirmiştir. Hozan Diyar'ın bu şarkıyı daha önce terör örgütü PKK için yazdığı, aynı besteye farklı sözler yazarak tekrar söylendiği iddia edilmiştir. Şarkının asıl versiyonunda ölüm, kan ve intikam gibi durumlardan bahsetmesi, Türk askerine leş denilmesi gibi hususlar nedeniyle kamuoyunda büyük tepki çekmiştir<sup>11</sup>.

### ***Makro Yapılar***

Önceki iki şarkıda anılan makro yapıya benzer bir çatı oluşturulduğu görülmektedir. HDP açısından bu istikrara işaret etmektedir. Her fırsatta ve ortamda ideolojik anlamda partinin değerlerinin dile getirilmesi, düşünülen yanlışların ve isteklerin belirtilmesinin uygun ve güçlü bir strateji olduğu değerlendirilmektedir.

Makro yapıda yine eşitlik ve haklara vurgu yapılırken barış inancı dillendirilmektedir. Bu şarkıda inadına HDP şarkısında üstü kapalı karşı konulan iktidara yönelik suçlamalar nispeten açık ifade edilmektedir.

---

<sup>11</sup> <https://www.sabah.com.tr/gundem/2015/05/31/hdpnin-secim-sarkisi-pkknin-intikam-bestesi-cikti> (27.03.2019)

Partinin sıkıntı yaşadığı bir konuyu daha burada dile getirdiği gözlenmektedir: baraj korkusu. Seçimlerde %10 barajı bulunması ve bazı seçimlerde HDP'nin sorun yaşamaması sıkıntı yaşatmaktadır. Bundan korkulmadığı ifade edilmekte ve seçmene üstü kapalı mesaj verilmektedir.

Çeşitliliğe yapılan vurgu da makro yapıda anılması gereken başlıklardandır. Karadeniz ve Ege bölgesinin dalga ve tütün öğeleriyle dile getirilmesi önceki şarkılardaki gibi Türkiye partisi olma, genele hitap etme düşüncesinin bir tezahürü olduğu değerlendirilmektedir.

### ***Mikro Yapılar***

\* **Sentaktik Çözümleme:** Aktif yapılı “biz” özneli cümleler güç ve özgüvene işaret edecek şekilde kullanılmaktadır. Seçmene mesaj taşıyan bu yaklaşım şarkıyı seslendiren HDP Eş Genel Başkanı Selahattin Demirtaş olduğunda daha fazla etki bırakmaktadır.

Özgüven taşıyan cümle kalıplarına diğer neden de 7 Haziran'da yapılan seçimlerde HDP'nin gösterdiği başarıdır. İktidar partisine ders verildiği, güçlendiği düşüncesi hakimdir. Genel olarak şarkılarda Türkiye partisi olma düşüncesinin dillendirilmesi, söylemde Türkiye halkları ve sorunlarının kullanılması da bunun sonucudur.

Şarkıda cümleler kısmen uzun olmasına karşın bestesinin ve yapılan tekrarların yardımıyla akılda kalıcılığının fazla olduğu, dile dolanan bir yapı arz ettiği söylenebilir.

\* **Bölgesel Uyum:** Nedenselliğin kurulabildiği cümle yapılarının tercih edildiği görülmektedir. Giriş kısmında nakarata geçişte anlam yitimi yaşanıyor görünmekle birlikte metnin tamamına bakıldığında sorun olmadığı değerlendirilmektedir.

İlk kısımda ardarda kullanılan kardeşlik, barış-insanlık, barış-dünya ülkesi kelimeleri anlamca birbirini tümleyen yapıdadır. Benzer yaklaşım Mezopotamya, Anadolu ve ortak meclis kısmında, Karadeniz, Ege, Amed, halkların türküsü kısmında görülebilmektedir. Bu kelimeler doğrudan HDP'nin ideolojisini yansıtan seçimlerdir. Mitiglerde kullanılan Anadolu halkları, Türkiye halkları, Kürdistan yaklaşımı buna işaret etmektedir.

\* **Sözcük Seçimleri:** Bilinçli olarak bazı kelimeler Kürtçe seçilmiştir: Amed, edi besse. Çoğunluğun anlayabileceği basit kelimelerin daha fazla yerleştirilerek kullandırılmak istenmiş olması muhtemeldir. Kara çalmak, cesur yürek, saza vurmak, kara bahtın gülmesi gibi deyim ve bileşik kelimeler kullanılmış ve anlam derinliği sağlanmaya çalışılmıştır. Özgürlük tanrıçasına benzetilen HDP’li özgürlük savunan kadınların sultanları korkutması, düzenlerinin bozulması, çarklarının kırılması seçimlerde iktidar partisine büyük zarar verileceği imasını taşımaktadır. Önceki seçimdeki başarının yine iktidar partisini korkuttuğuna atıf yapılmaktadır.

\* **Retorik:** İncelenen şarkılar içinde ahenk ve kafiye uyumu açısından önde gelen örnek olduğu söylenebilir. Ahenk oluşturmakta, kolayca zihinde yer etmektedir. Verilmek istenen mesajı taşıyan kelimelerin dikkatle seçildiği görülmekte, akışta anlam bağı kurulabilmektedir.

Vurguların yerinde yapıldığı değerlendirilmektedir. “HDP geldi, geliyor, tüm barajları yıkıyor” vurgusunun başta ve sonda tekrarlanması bu anlamda korkunun yerleşik olduğu ve hatta seçim sonuçlarına göre yersiz de olmadığı anlaşılmaktadır.

## SONUÇ

Siyasal partiler, seçim kampanyalarında mitingler dışında seçim müzikleri ile de siyasi ideolojilerini ikna aracı olarak seçmene aktarmaktadır. Bu incelemede 1 Kasım 2015 Genel Seçimlerinde AK Parti ve HDP'nin şarkıları makro ve mikro yapıda ele alınmıştır.

Dönemin siyasi atmosferinin söylemleri de şekillendirdiği anlaşılmaktadır. AK Parti istikrar ve yeniden vurgusunu öne alırken ideolojik tutumunu Milliyetçi söylemlere yönelme görülmektedir. Ülke genelinde yaşanan büyük terör hadiseleri nedeniyle oluşan hassasiyetlerin göz önüne alınarak ideolojik söylem geliştirilmiştir. Muhafazakâr Demokrat kimliğinin ifade ettiği anlamlardan Milliyetçi bir söyleme doğru bir kayma görülmektedir. Daha önce yapılan hizmetlerle ile her kesime ve kimliğe eşitlik vurgusu ile öne çıkan Ak Parti bu seçim döneminde meydana gelene olaylar neticesinde bazı tehlikelerin oluştuğunu söylemleriyle ifade etmeye başlamıştır. Tek devlet, Tek Vatan Tek Millet söylemi gibi ifadelerle daha önce geliştirmiş olduğu barış süreci gibi siyasi yaklaşımların bittiğini bunun yerine daha Devletçi ve Milliyetçi söylemler ortaya koymuştur. Kimliklerin kendilerini ifade ettiği özgürlükçü ortamın devamı için büyük oyunu görmenin gerekliliği ile bölücü söylemler ile arasında Tek Devlet ve Tek Millet, Tek Vatan gibi kavramlar ile bir sınır çizmeye çalışmıştır. Bu Milliyetçi vurguların yapılmasıyla terör örgütleriyle anlaşma ya da uzlaşma gibi gösterilen algılara karşı yeni bir refleks geliştirilmiştir. Ak Partinin yapmış olduğu bu vurgular ve aktarmış olduğu ideolojik söylem başarılı olmuştur. 7 Haziran seçimlerinde kaybettiği oyların fazlasını alarak tek başına iktidar olmuştur. Bu seçimlerde göstermiş olduğu başarının en önemli sebeplerinden biri de suiistimal edilen konu ya da konulara karşı geliştirmiş olduğu söylemlerin hedef kitle tarafından kabul edildiğidir. Çünkü siyasi iletişimde yürütülen kampanyanın başarısının ölçülmesinin en önemli göstergesi seçim sonuçlarıdır. Bu seçimde yüzde 49 gibi bir oy oranına ulaşan Ak Parti ideolojik söylemi başarılı bir şekilde topluma aktarmıştır sonucuna ulaşabiliriz. Hdp ise ideolojik tutumunu şarkılara yansıtmakla birlikte Türkiye geneline de hitap edebilecek bir söylem arayışı içine girmiştir. Bu arayışın izlerini seçim şarkılarında bulmak mümkündür. Daha Türkiyeli söylemler ile doğa eşitlik özgürlük ezilenler gibi kelime vurguları ile Türkiye partisi olma ile seçim kampanyasını düzenlemiştir. HDP her seçim döneminde ideolojik

parçaları seçmektedir. Çünkü seçmen kitlesi olarak Seküler ve Kürt Milliyetçi bir tabana sahiptir. Bunun öncelikle korunması gerekmektedir. Seçmiş olduğu parçaların dilsel yapıları ve anlamsal kavramlarına bakıldığı zaman ideolojik anlamlar yüklüdür. Genellikle 90'lı yıllarda doğu ve güneydoğu Anadolu bölgesinde yaşayan Kürt seçmenin dinlemiş olduğu yasaklı parçalar daha tercih edilmiştir. Bu anlamda hedef kitlesi içerisinde yer alan Kürt Milliyetçi kesimin korunması önceliklidir. Türkiye de yasadışı olarak kabul edilen parçaların seçim şarkıları üzerinden kendi seçmen kitlesine ulaştırdığı görülmektedir. Ayrıca geleceğe umut ile bakmanın mevcut iktidarın yıkılması ile mümkün olduğu vurgulanmıştır. Mitolojik unsurların yanında toplumsal tepkilerin olduğu toplumun sinir uçlarına gönderme fazla dillendirilmiştir. 7 Haziran seçimlerinden sonra genel başkan Selahattin Demirtaş'ın bir grup toplantısında ifade ettiği 'seni başkan yaptırmayacağız' ifadesi üzerinden siyasal söylem konumlandırılmıştır. Namaz gibi dinin temel direği olan bir farzı hırsızlık gibi bir kavramla yan yana ifade edilmesi ile muhafazakâr demokrat kimliğe düşmanlaştırma olarak görülmektedir. Bu gibi söylemlerin Ak Parti karşıtı olarak ifade edilmesi propaganda da kullanılan karşı taraf düşman biz dostuz taktiği ile seçmene ulaşmak istenmiştir. Tarihsel olarak beslediği ideolojilerin neredeyse bütün unsurlarını kullanan Hdp bu söylemleri neticesinde 7 Haziranda almış olduğu oyu kaybetmiştir. İnadına seni başkan yaptırmayacağız ile şekillenen siyasal söylem yeterince karşılık bulmamıştır. Müzik ve görsellerle ideolojik söylemlerin inşa edilmesinin siyasal aktörler tarafından önemli olduğu belirlenmiştir.

AK Parti'nin dini motifleri sözel ve görsel ön plana çıkardığı, birlik ve beraberlik vurgusunu artırdığı görülmüştür. Ayrıca tarihsel ve kültürel vurgular ön plana çıkarılmıştır. HDP'de ise önceki seçim sonuçlarının verdiği özgüvenin yansımaları olduğu, buna rağmen seçim barajının psikolojik sınır olarak durduğu ve seçmenin yönlendirildiği gözlenmiştir. Burada engelleri aşmanın ve geleceğe yürümenin çeşitli eylemlerle olacağını vurgulamıştır. Bu yönlendirmeler hem seçim müzikleri hem de müziğin ilk kullanım alanı ve etkisi gözetilerek yoğun olarak yapılmıştır.

## KAYNAKÇA

- Akın, U. ve Arslan, G., (2014). İdeoloji ve Eğitim: Devlet-Eğitim İlişkinine Farklı Bir Bakış. *Trakya Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 4(1), ss.81-90.
- Althusser, L., (2000). İdeoloji ve Devletin İdeolojik Aygıtları, Çev: Yusuf Alp ve Mahmut Özışık, İstanbul, İletişim.
- Althusser, L., (2006). İdeoloji ve Devletin İdeolojik Aygıtları, (2. Baskı), Çev. Alp Tümertekin, İstanbul, İthaki.
- Alver, F. (2009). Kültürel Çalışmalarda Medya Metinlerinin Okunması Sürecinde İzleyicinin Konumlandırılması, (Editörler: Mustafa Şeker ve Tülay Şeker), Terör ve Haber Söylemi, İstanbul, Literatürk, s. 27–57.
- Avcı, K. (2015) Siyasal Partilerin Seçim Kampanyaları Faaliyetlerine Karşı Seçmenin İlgi Düzeyleri: 2015 Genel Seçimleri Örneği, Gümüşhane: *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*,2006(2) ss.177-205
- Avcı, Ö., (2018). “Propaganda Çeşitleri”. M. Karaca & C. Çakı (Ed.), İletişim ve Propaganda, Konya, Eğitim Yayınevi
- Aziz, A., (2014). Siyasal İletişim. Ankara, Nobel Yayınları.
- Bıçakçı, İ., (2008). İletişim Ve Halkla İlişkiler “Eleştirel Bir Yaklaşım” , İstanbul, MediaCat
- Bilir, M.R., (2011). Türkiye'de Genel ve Yerel Seçimlerin Siyasal İletişim ve Propaganda Yöntemleri Açısından İncelenmesi (1995-2002), Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Muğla Üniversitesi: Muğla
- Brown., S. (2006). Introduction:“How does music work?” Toward a pragmatics of musical communication. *Music and manipulation: On the social uses and social control of music*, ss.1-23.
- Burkan, M.R., (2009). Siyasi Partilerde Siyasal Propaganda Ve Seçmen Üzerindeki Etkisi, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Ufuk Üniversitesi: Ankara.

- Cangöz, İ., (1999). Kitle İletişim Kuramlarında Etki Sorunsalı Ve Bir İzleyici Araştırması.
- Cook, N., (1999). Müziğin ABC'si, çev.Turan Doğan,(1.baskı). İstanbul, Kabalcı Yayınları.
- Corte, U. ve Edwards, B. (2008). "White Power Music and the Mobilization of Racist Social Movements", *Music and Arts in Action*, 1(1), ss.4-20.
- Cowell, H. (1948). "Music As Propaganda", *Bulletin of the American Musicological Society*, 11/12/13, ss. 9-11.
- Çağan, K., (2008). İdeoloji, Ankara, Hece Yayınları
- Çaha, Ö., (2013). Fikir Biliminden Ütopyaya İdeoloji, Der. Ömer Çaha-Bican Şahin Dünyada ve Türkiye'de Siyasal İdeolojiler, Ankara: Orion Kitabevi,
- Çakı, C., Doğan, D. K., & Yılmaz, N. (2018). "Horst-Wessel" Propaganda Marşı Üzerinden Nazizm İdeolojisinin İnşası. *Journal of Communication Theory & Research/İletişim Kuram ve Arastırma Dergisi*, (46), ss. 89-110.
- Çam, Ş., (2008). Medya Çalışmalarında İdeoloji Epistemolojik ve Metodolojik Sorunlar, Ankara: De Ki Yayınevi.
- Denora, T., (2000). Music in Everyday Life. Cambridge: Cambridge University Press.
- Devran, Y., (2003). Siyasal Kampanya Yönetimi: *Mesaj, Strateji ve Taktikler*, And Yayınları, İstanbul.
- Devran, Y., (2010), Haber Söylem İdeoloji, İstanbul.
- Durgun, G. B., & Yaman, H., İdeoloji, Dil ve Sembol Bağlamında Medya ve Siyaset/Media and Politics in the Context of Ideology, Language and Symbol. *Akademik Hassasiyetler*, 4(7), 39-51.
- Dursun, Ç., ( 2001). TV Haberlerinde İdeoloji, Ankara, İmge Kitapevi.
- Eagleton, T., (1996). İdeoloji, çev. Muttalip Özcan, İstanbul, Ayrıntı Yayınları.
- Erdoğan, İ. ve Alemdar, K., (2005). Öteki Kuram: Kitle İletişimine Yaklaşımların Tarihsel ve Eleştirel Bir Değerlendirmesi, Ankara: Erk Yayınları.

- Güney, D., (1996). Siyasal Söylemde Kim Kimin Adına Konuşuyor. *Dil Dergisi*, Ankara.
- Hall, S., (1994). Kültür, Medya ve 'İdeolojik Etki'. Çev. Mehmet Küçük, Ankara: Ark Yayınları.
- Hargreaves, D. J., MacDonald, R., ve Miell, D., (2005). How do people communicate using music. *Musical communication*, 1, 1-26..
- Hargreaves, D. J., ve North, A. C. (1999). "The Functions of Music in Everyday Life: Redefining the Social in Music Psychology", *Psychology of music*, 27(1), 71-83.
- Heywood, A., (2014). Siyasi İdeolojiler (8.baskı), Ankara: Liberte yayınları.
- Kalender, A., (2000). Siyasal İletişim: Seçmenler ve İkna Stratejileri, Konya: Çizgi Kitabevi Yayınları.
- Kazancı, M. (2003)., "Althusser ile İdeoloji Üzerine Yapılamamış Bir Söyleşi", *İletişim Araştırmaları Dergisi*, 1(2), 37-54.
- Kazancı, M. (2006)., "Althusser, İdeoloji ve İdeoloji İle İlgili Son Söz", *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 24, ss.1-20.
- Kazancı, M., (2002). Althusser, İdeoloji ve İletişimin Dayanılmaz Ağırlığı, Ankara: *Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi Cilt: 57, Sayı: 1.s. 55-86.*
- Kılıçaslan, E. (2008)., Siyasal İletişimde İdeolojik Dil, (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), *Trakya Üniversitesi SBE.*
- Kocaman, A., (1996). Dilbilim Söylemi. Söylem Üzerine. Ankara, Hitit Yayınevi.
- Koç, R., (2000). Siyasal İletişimde Propagandanın Önemi; Bir Örnek Olay Nazi Propagandası, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi: İstanbul.
- Köseoğlu, Y., ve Al, H., (2013). Bir Siyasal Propaganda Aracı Olarak Sosyal Medya. *Akademik İncelemeler Dergisi (AID)*, 8(3), ss.103-125.
- Macit, M. H. (2016). "İdeoloji Üzerine Felsefi Bir Değerlendirme. *Kaygı Uludağ Üniversitesi Fen-Edebiyat Fakültesi Felsefe Dergisi*, (26), ss.29-36.



- Mccarthy, M., (1991). *Discourse Analysis For Language Teachers*. Cambridge: Cambridge University Press.
- McLellan, D., (1999). *İdeoloji*, (Çev. Ercüment Özkaya), Ankara, Doruk Yayıncılık.
- McLellan, D., (2005). *İdeoloji*, çev. Barış Yıldırım, İstanbul, Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Meriç, C., (2008). *Umrandan Uygarlığa*, İstanbul, İletişim Yay.
- Merriam, A. P., ve Merriam, V., (1964). *The anthropology of music*. Northwestern University Press.
- Miell, D. vd., (2005). *Musical communication*. Oxford University Press on Demand.
- Mutlu, E., (2008). *İletişim Sözlüğü*. Ankara, Ayraç Yayınları.
- Oskay, Ü. (1980). "Popüler Kültür Açısından" İdeoloji" Kavramına İlişkin Yeni Yaklaşımlar. *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi*, 35(01) ss.197-253
- Oskay, Ü., (2001). *Müzik ve Yabancılaşma: Aristo, Huizinga ve Adorno açısından Bir Ön Çalışma*, İstanbul, Der Yayınları.
- Özbek, S., (2000). *İdeoloji Kuramları*, İstanbul, Bulut Yayınları.
- Özkan, N., (2004). *Seçim Kazandıran Kampanyalar*, İstanbul, MediaCat.
- Parlak, İ., (2005). *Kemalist İdeoloji'de Eğitim Erken Cumhuriyet Dönemi Tarih ve Yurt Bilgisi Ders Kitapları Üzerine Bir İnceleme*, Ankara.
- Rehmann, J., (2000). *İdeoloji Kuramları (Vol. 289)*. Yordam Kitap
- Sancar, S., (1997). *İdeolojinin Serüveni*, Ankara: İmge Yayınevi.
- Sancar, S., (2008). *İdeolojinin Serüveni: Yanlış Bilinç ve Hegemonyadan Söyleme (İkinci Baskı)*. Ankara: İmge Kitabevi.
- Sarıkaya, T., (2019). *Siyasal Propagandanın Kimlik Özelliklerine Göre Yurttaşlar Üzerindeki Etkisi:Çankaya Örneği*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Çalışması, Atılım Üniversitesi: Ankara.
- Sözen, E. (1999)., *Söylem*. İstanbul, Paradigma Yayınları.

- Strateji Düşünce ve Analiz Merkezi(Seta), (2018) Kadim bir Harp Yönetimi Propaganda.
- Şentürk, B., (2016). “Marksist kurama bir katkı: Lukacs’ ın ideoloji kavramsallaştırması”, *Kilikya Felsefe Dergisi*, (2), ss.39-51.
- Tanyıldızı, N., (2012). “Siyasal İletişimde Müzik Kullanımı: 2011 Genel Seçim Şarkılarının Seçmene Etkisi”, *Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi*, 7(2), 97-110.
- TDK (Türk Dil Kurumu). Güncel Türkçe Sözlük. [http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com\\_bilimsanat&arama=kelime&guid=TDK.GTS.58eb3ab5a89e69.05339049](http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_bilimsanat&arama=kelime&guid=TDK.GTS.58eb3ab5a89e69.05339049) ( 10.04.2017 )
- Thompson, J. B., (2013). İdeoloji ve Modern Kültür: Kitle İletişimi Çağında Eleştirel Toplum Kuramı, Dipnot Yayınları.
- Tokgöz, O., (1994), Temel Gazetecilik, İstanbul,İmge Yayınları,
- Tokgöz, O., (2008). Siyasal İletişimi Anlamak, İstanbul, İmge yayınları,
- Topbaş, H., (2018). Siyasal İletişimde Reklam Alımlama Analizi: Ak Parti “Hayaldi Gerçek Oldu” Örneği, Erzurum: *Atatürk Üniversitesi İletişim Dergisi*, (15) ss.89-110
- Tunç Subaşı, S. (2018). “Marx'ta İdeoloji Eleştirisi Ve Kavramın Farklılaşan Görünümleri”, *Trakya University Journal of Social Science*, 20(1), ss.147-164
- Türköne, M., (2008). İdeolojiler ve Sistemler (Editör: Mümtazer Türköne) *Siyaset*, Ankara: Lotus Yayınevi
- Üşür, Serpil S., (1997). İdeolojinin Serüveni Yanlış Bilinç ve Hegemonyadan Söyleme, Ankara, İmge Kitabevi.
- Van Dijk, T. A., (1988). *News as Discourse*. NJ: Erlbaum, Hillsdale. <http://www.discourses.org/OldBooks/Teun%20A%20van%20Dijk%20-%20News%20as%20Discourse.pdf> (25.05.2019)
- Van Dijk, T., (2003). Söylem ve İdeoloji: Çok Alanlı Bir Yaklaşım. (Eds. Çoban, B. ve Özarslan, Z.) Söylem ve İdeoloji içinde. İstanbul: Su Yayınları.
- Vardar, B., (1998). Açıklamalı Dilbilim Terimleri Sözlüğü. İstanbul.

Vincent, A., (2006). Modern Politik İdeolojiler, çev. Arzu Tüfekçi, İstanbul: Paradigma Yayınları.

Yaylagül, L. (2006). Kitle İletişim Kuramları Egemen ve Eleştirel Yaklaşımlar, Ankara: Dipnot Yay.

Yıldırım, V., & Koç, T., (2003). Müzik Felsefesine Giriş. İstanbul: Bağlam Yayınları.

Yılmaz, Y. K. (2007). Propaganda aracı olarak sinema: 1990 sonrası Amerikan filmlerinde propagandanın kullanımı üzerine bir çalışma, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Selçuk Üniversitesi:Konya

Yılmaz, Z. (2001). Althusser'in Bilim, İdeoloji ve Düzeyler Teorisinin Açmazları, *Praksis* (4). s. 35-74.

### **İnternet Kaynakları**

Bulut, S., Yaylagül, L. (2004). Türkiye'deki Yazılı Basında Yargıtay ve Mafya İlişisine Yönelik Haberler. <<http://www.irfanerdogan.com/dergiweb2008/19/bulut-yaylagul.pdf>> (21.02.2019)

<<https://www.youtube.com/watch?v=LOZtZY4iRG8>> (22.03.2019)

<<https://t24.com.tr/haber/iste-akpnin-haydi-bismillah-sarkisini-yasaklayan-ysknin-gerekceli-karari,%20311087>> (23.03.2019)

<<http://www.dinlesarkisozu.com/2015/10/ak-parti-1-kasm-2015-tek-sevdamz.html>> (23.03.2019)

<<https://www.youtube.com/watch?v=ukh7gmEdMA&list=PLIoZEdpULeHnvuMEp8zsFRsa8fsUIId6yj+&index=2>> (23.03.2019)

<<https://www.rapsozler.com/zeo-jaweed-geliyor-halk-geliyor-ak-sozleri/>>(23.03.2019)

<<https://www.youtube.com/watch?v=szoKA0FgQgs>> (23.03.2019)

<<https://www.youtube.com/watch?v=kABrenyq8Ks>> (27.03.2019)

<<https://www.hdp.org.tr/tr/materyaller/secim-arsivi/genel-secim-1-kasim/6337>> (27.03.2019)

<<https://www.dailymotion.com/video/x38chlX>> (27.03.2019)

<<https://www.haberler.com/diyarbakir-iste-hdp-lideri-demirtas-in-soyledigi-7293286-haberi/>> (27.03.2019)

<<https://www.sabah.com.tr/gundem/2015/05/31/hdpnin-secim-sarkisi-pkknin-intikam-bestesi-cikti>> (27.03.2019)

<<https://www.akparti.org.tr/parti/2023-siyasi-vizyon/>> (26.03.2019)

<<https://www.sabah.com.tr/secim-sonuclari>> (26.03.2019)

< <https://www.hdp.org.tr/tr/parti/parti-programi/8>> (26.03.2019)

