

T.C.
GALATASARAY ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
RADYO-TELEVİZYON VE SİNEMA ANABİLİM DALI

SİYASAL İLETİŞİMDE ŞARKI KULLANIMI:
2019 YEREL SEÇİMLERİNDE AK PARTİ ÖRNEĞİ

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Hakan SİPAHİOĞLU

Tez Danışmanı: Dr. Öğr. Üyesi Gülsün GÜVENLİ

OCAK, 2020

ÖNSÖZ

Siyasal iletişimde şarkıların rolünü incelediğim bu yüksek lisans tezinin yazım sürecinde değerli bilgilerini ve yönlendirmelerini benimle paylaşan danışmanım Dr. Öğr. Üyesi Gülsün Güvenli'ye, tez jürimde yer almayı kabul eden sayın hocalarım Dr. Öğretim Üyesi Barış Başaran'a ve Dr. Öğretim Üyesi Murad Özdemir'e, yöresel müzikle ilgili bilgi birikimimi borçlu olduğum arkadaşım Cem Çeribaşı'ya, hep yanımda olan aileme ve AK Parti'nin on dokuz seçim şarkısını ben çalışırken benimle beraber tekrar tekrar dinlemek zorunda kalan, üstelik bu şarkılar dilime dolandığı için ayrıca benim sesimden de dinlemek zorunda kalan, yine de sabrını ve bana olan desteğini hiç esirgemeyen Mine Nur Küçük'e teşekkürü borç bilirim.

ÖNSÖZ.....	i
KISALTMALAR	iii
RÉSUMÉ.....	iv
ABSTRACT	xiii
ÖZET	xxi
GİRİŞ	1
1. MÜZİK VE TOPLUM	5
1.1. “Yansıtma Teorisi” ve “Eyleme Geçmiş Müzik”	6
1.2. Müzik ve Siyasal İletişim	10
1.3. Popüler Müzik	16
2. TÜRKİYE’DE MÜZİK.....	19
2.1. Osmanlı Dönemi.....	19
2.2. Erken Cumhuriyet Dönemi	20
2.3. Çok Partili Hayata Geçişten 12 Eylül’e.....	21
2.4. 12 Eylül: Depolitizasyon, Neoliberalizasyon, Arabesk.....	25
2.5. Soğuk Savaş Sonrası	29
3. TÜRKİYE’DE SEÇİM KAMPANYALARI VE ŞARKILARI.....	32
3.1. Profesyonellik Öncesi Dönem (1950-1983).....	33
3.2. Profesyonel Dönem (1983-2019)	35
4. ARAŞTIRMA	40
4.1. Yöntem.....	40
4.2. AK Parti ve 2019 Yerel Seçim Kampanyasının Genel Çerçevesi	43
4.3. AK Parti Seçim Şarkıları	48
5. BULGULAR	82
5.1. Müzikal Unsurlar.....	82
5.2. Sözler.....	84
SONUÇ	89
KAYNAKÇA	95
ÖZGEÇMİŞ	108

KISALTMALAR

AK Parti	: Adalet ve Kalkınma Partisi
ANAP	: Anavatan Partisi
CHP	: Cumhuriyet Halk Partisi
DYP	: Doğru Yol Partisi
HDP	: Halkların Demokratik Partisi
MHP	: Milliyetçi Hareket Partisi
TİP	: Türkiye İşçi Partisi
TRT	: Türkiye Radyo Televizyon Kurumu

RÉSUMÉ

Aujourd'hui, les partis politiques utilisent divers instruments pour influencer les électeurs et obtenir le soutien du public. En plus des méthodes conventionnelles telles que les publicités dans les journaux, les conversations radio, les émissions de télévision, les visites à domicile et les dépliants, ils bénéficient également activement des médias sociaux. L'un des plus importants de ces outils est l'utilisation de la musique. Aujourd'hui, alors que les élections se rapprochent de plus en plus d'un «*marché où les clients choisissent des produits*» (Bourdieu, 1991: 171-172), les partis politiques se séparent intensifient leurs «*processus de construction identitaire*» durant cette période (Roper, 2005: 140 -141) afin de se distinguer des autres. Dans ce contexte, cette thèse analyse les chansons utilisées pour les élections locales générales du 31 mars en Turquie et les élections de la municipalité métropolitaine d'Istanbul des campagnes du 23 juin en termes de communication politique, en se concentrant sur les dix-neuf chansons de l'AK Parti comme étude de cas. À la suite de la recherche, il vise à montrer comment AK Parti construit une identité collective à travers les chansons des élections locales de 2019.

Dans la thèse, tout d'abord, la littérature sur la relation entre la musique et la société est passée en revue. Jusqu'à présent, les discussions sur ce sujet peuvent être regroupées sous deux rubriques principales. La première est la «*théorie de la réflexion*», qui fait valoir que non seulement les pièces musicales, mais toutes les œuvres d'art sont déterminées par la structure sociale de la période au cours de laquelle elles sont produites. D'un autre côté, il existe des approches suggérant que l'interaction musique-société est double, en d'autres termes, la musique peut affecter les individus et la société, comme Tia deNora l'appelle «*Music-in-Action*» (2017). Ces approches suggèrent que la musique peut jouer un rôle de création d'effet

rituel, construire une mémoire partagée, ou aider à bénéficier des images des musiciens ou à faciliter l'absorption du discours politique, etc., à façonner l'identité de certains groupes sociaux afin de unir de grandes masses.

Dans ce contexte, en tant que dénominateur commun, la musique populaire faisant appel à l'appréciation générale a une importance particulière en termes de communication des partis politiques avec le public et un examen approfondi de cette question a été fait. La musique populaire, dont les origines remontent au début des Lumières, qui a coïncidé avec la montée de la bourgeoisie sur la scène culturelle, semble fonctionner comme un outil d'union des groupes sociaux prénationaux sous l'État-nation, et a donc une dimension politique. fonction depuis sa naissance. Cette fonction a rendu la détermination du «populaire» plus politique. En ce sens, il est indiqué que la caractéristique distinctive de la musique populaire est la standardisation (Çelik, 2012: 58) et que le goût populaire se construit sur le marché (Frith, 1996: 120). Cependant, les masses ne sont pas des acheteurs passifs des goûts déterminés par l'industrie, mais elles établissent également une relation esthétique avec ces produits (Tekelioğlu, 2006: 29). Par conséquent, la musique pop devient un champ de lutte culturelle où l'on trouve du contenu politique d'opposition (Way, 2013: 715-716). Dans ce contexte, l'idée que la culture dominante de toute société à tout moment est sa culture populaire (McGregor, 2000: 41) émerge, ce qui nous amène à la conclusion que «faire de la pop» de nos jours est «*faire de l'occidental*» (Küçükkaplan, 2016: 342). En conséquence, la culture populaire est une culture «moderne» (Chambers, 1986: 99) et «urbaine» (Tekelioğlu, 2006: 22).

Un autre facteur contextuel important dans l'étude est l'histoire de la musique en Turquie. Dans ce contexte, la période ottomane, la période républicaine précoce, la transition à la vie multipartite - la période du 12 septembre, la période postérieure au 12 septembre et la

période post-guerre froide ont été examinées dans cette thèse. La base musicale en Turquie repose sur une triple structure: musique folklorique turque monophonique, musique turque classique qui remonte à l'époque byzantine et qui utilise principalement des instruments orientaux et de la musique «tekke» / soufie (Küçükkan, 2016: 13, Tekelioğlu, 2006 : 24). Le «baglama» est un instrument essentiel de la musique folklorique (Balkılıç, 2015: 82), qui est devenu un symbole national de la Turquie (Wayne, 2009). La musique occidentale est incluse dans ces trois piliers dès la période ottomane. L'influence de l'occidentalisation à la fin de la période ottomane s'est manifestée à la fois dans les bandes militaires de l'époque et dans la culture urbaine populaire et civile qui a commencé à se former sous la direction de non-musulmans. La prise de conscience nationale et les mouvements d'occidentalisation qui ont pris de l'ampleur avec la proclamation de la République ont mis l'accent sur la musique folk et la musique occidentale, mais surtout sur la synthèse de ces deux tout en abandonnant la musique ottomane et «tekke». La jeune République de Turquie visant une "*synthèse Est-Ouest*" a défini ses cibles musicales en conséquence (Tekelioğlu, 2006: 92). Ziya Gökalp, l'un des idéologues de la République, formule cette idée comme suit: *«Puisque la musique folklorique est la musique de notre culture nationale et la musique occidentale est la musique de notre nouvelle civilisation, les deux ne nous sont pas étrangères. Dans ce cas, notre musique nationale émergera de la fusion de la musique folklorique de notre pays et de la musique occidentale»* (1990: 146-147, ibid, p.102). Dans ce sens, des tentatives ont été faites pour composer de la musique occidentale classique basée sur la musique folklorique turque (Balkılıç, 2015: 66). Au cours de cette période, il a été observé que l'influence occidentale se poursuivait également dans le quartier populaire.

Küçükkan décrit l'après-1950 comme une étape distincte à la fois en termes de cours des technologies musicales et en termes de réflexion sur les développements sociaux et

politiques de la musique (2016: 38). On voit que cette période, qui a coïncidé avec le début de la guerre froide, a affecté l'influence occidentale dans la musique de notre pays comme une imitation directe. A partir des années 60, la musique populaire a observé une voie de nationalisation et a progressé dans deux branches: le mouvement «Aranjman», qui consiste à écrire des paroles turques sur des chansons étrangères célèbres de l'époque, et le mouvement «Anadolu Pop», qui se manifeste dans la forme de réinterprétation de parties de musique folklorique avec des instruments occidentaux. Anadolu Pop est comme la manifestation de la musique populaire dans les premières années de la première République républicaine, qui vise à créer une musique digne de la nouvelle civilisation turque en traitant la musique folk turque avec la technique musicale polyphonique de l'Occident (ibid, p. 41). Jusqu'à la fin des années 60, la vague «Aranjman», et à partir des années 70, Anadolu Pop, avec l'influence du contenu politique de l'esprit de l'époque, ont largement dominé le pays. Durant cette période, les situations macro-politiques ou sociales étaient majoritairement traitées dans la pop turque. Le cas le plus important des années 70 est que «Arabesk» s'est imposé comme un phénomène incontournable. Ces années sont les périodes au cours desquelles les caractéristiques structurelles et la signification sociale de «Arabesk» ont commencé à prendre forme et sont devenues la position dominante dans le secteur en élargissant son audience (Küçükakaplan, 2016: 73).

Dans le contexte de la relation entre cette «*première culture urbaine authentique en Turquie*» (Light, 2015: 54), c'est-à-dire Arabesk, et la société turque est élaborée en profondeur. Selon Güngör, la forme d'art, qui est mentalement équivalente à la forme traditionnelle de production précapitaliste, et une autre forme d'art, la production mentale des relations sociales apportées par un mode de production capitaliste déformé, sont confrontées et ont abouti à une fusion confuse entre l'est et l'ouest (1993: 15). Selon Işık, Arabesk a aidé

les immigrants internes à acquérir une identité dans la société où ils étaient confrontés à un danger constant et à ne pas obtenir une part de la vie urbaine (2015: 43-46). En d'autres termes, les masses insatisfaites qui ont perdu leur direction dans la ville et ne pouvaient être ni paysannes ni urbanistes avaient besoin de canaux culturels pour exprimer leurs expériences douloureuses. [...] Ainsi, un style musical mixte, qui s'appellera plus tard Arabesk, a commencé à prendre forme » (Güven & Ergur, 2014: 13). Pour Tekelioğlu, en revanche, Arabesk est une tendance à la «modernisation alternative» (qui se précipite de la campagne à la ville puis des banlieues au centre de la ville) au projet de modernisation de la République (2006: 25). Cependant, Işık fait valoir que Arabesk conduit progressivement à une déqualification culturelle et à une apolitisation parallèle, et donc que le vide dans le domaine politique est rempli de politique identitaire (2015: 56).

Dans la période qui a suivi le 12 septembre, la patience ou le refuge qu'Arabesk a amélioré, a amélioré sa part du centre, atténuée par un rétrécissement extrême du spectre des opinions politiques qui peuvent trouver leur expression dans la musique. D'une manière ou d'une autre, le besoin de dynamisme social des années 80 en Turquie a été constaté chez Arabesk, et donc ce type de musique a été approprié par un grand pourcentage de la population (Erkan Aydin, 2006: 101). Le contexte socio-économique d'Arabesk a subi des changements majeurs, en particulier après 1980 (Işık, 2015: 54). Cette transformation, qui a commencé à la fin des années 1980, a pris de l'ampleur dans les années 1990 avec la *«perte de la dimension de la résistance en centralisant la périphérie et en créant la culture populaire sous sa forme actuelle, qui est l'une des sources et des fondements les plus importants du conservatisme. dans le nouvel espace de la ville»* (Tekelioğlu, 2006: 33). La néolibéralisation rapide des années 90 a entraîné une expansion basée sur la pop. Dans ce contexte, par exemple, la musique islamique, qui est une sorte de musique de protestation, a également eu

sa part de cette fusion et la musique islamique a montré une tendance pop (musique islamique légère) comme tous les autres types de musique dans les années 90 (Taş, 2014: 377).

Un autre contexte qui est examiné en profondeur en termes d'importance est l'histoire de la campagne politique turque. Cette histoire est examinée sous deux rubriques: «Période préprofessionnelle» (1950-1983), dans laquelle les partis ont mené leurs campagnes de communication politique principalement avec leurs propres ressources, et «Période professionnelle» (après 1983) au cours de laquelle ils ont reçu des services de publicité agences. Après la victoire du Parti démocrate de le slogan «Assez! La parole à la nation! » grâce à la campagne lors des élections de 1950, le prochain développement remarquable en Turquie s'est produit en 1965 lorsque le Parti travailliste turc a utilisé «Yarının Şarkısı» exprimé par Tulay German et a commencé la tradition du «chant de campagne électorale» (Budak, 2018: 35; Önürmen et Basic 2014: 53). Au cours de la décennie suivante, les élections de 1977 sont entrées dans l'histoire lorsqu'un parti politique (Justice Party) a assisté à sa première campagne électorale professionnelle, en collaboration avec une agence de publicité (Cenajans). Dans la période professionnelle, la période des «campagnes d'audience à l'américaine» a commencé (Özkan, 2002: 84). En 1991, pour la première fois dans l'histoire, tous les partis participant aux élections en Turquie ont travaillé avec des agences de publicité. Alors que les partis de centre droit ont préféré les chansons populaires tout au long des années 90, il convient de noter que les partis «doctrinaux» tels que le Welfare Party et le Nationalist Movement Party ont fait leur propre musique (Önürmen et Temel, 2014: 53-54). Il est observé que les préférences de chansons des parties ont varié dans les années 2000 (Yavuz et Sezer, 2018: 30). Par exemple, la musique folklorique et la musique populaire en plus du genre comme le rap, des chansons selon la région à faire à cette période.

Le Parti AK a remporté les élections de 2002 avec sa campagne impliquant une étude d'image spéciale que son chef Recep Tayyip Erdoğan a été qualifié d '*«homme du peuple»* (Güdekli, 2008: 65-66). Le AK Parti est issu d'une tradition *«étatiste, antimondialiste»* et *«islamique»* (Bölükbaşı, 2012: 180). Cependant, le Parti AK s'est séparé de ces partis au cours du processus de fondation et a pris sa place vers le *«conservatisme»* (Özbudun et Hale, 2010: 57). Dans ce contexte, il existe également des opinions qui traitent le Parti AK comme porteur de la tradition du Parti de la Patrie (Oğuş, 2010; Bölükbaşı, 2012: 180). Cependant, avec les événements de Gezi Park en 2013, le Parti AK s'est replié sur ses racines islamistes (Yılmaz et al., 2017: 49). Dans ce contexte, les critiques de l'autoritarisme / totalitarisme contre le Parti AK ont augmenté après 2013 (Brownlee, 2016). Aujourd'hui, le AK Parti considère l'islam comme la supra-identité nationale (Esener, 2017), ses *«idées sont basées sur la civilisation islamique»* et il considère la Turquie *«comme le successeur de l'empire ottoman»*. Lors des élections de 2007, il a été observé que le Parti AK a maintenu sa campagne large en fonction de la diversité de son public cible (Tokat, 2009: 111). Les élections de 2011 ont été une période au cours de laquelle le Parti AK a accru son ton nationaliste dans sa campagne beaucoup plus qu'auparavant, mettant l'accent sur la stabilité économique continue, et le poids discursif de l'adhésion à l'Union européenne a commencé à diminuer (Cengiz et Hoffmann, 2011: 261- 263-266). Lors des élections de 2014, les sentiments islamiques et nationalistes ont été utilisés dans une mesure extrême, ce qui a conduit le Conseil électoral suprême à interdire une publicité du AK Parti (Grigoriadis, 2015: 108). En 2018, Erdoğan a été coopté avec d'anciens dirigeants turco-islamiques (par exemple Ertuğrul Gazi), et il a été décrit comme l'espoir de tous les opprimés et musulmans du monde. Dans les chansons électorales du AK Parti, l'accent était mis principalement sur les sentiments religieux et nationaux.

Dans le cadre de la discussion théorique et du contexte historique susmentionnés, cette thèse examine les chansons sur le site officiel <http://akadaylar.com> préparé par le AK Parti pour les élections locales de 2019 au moyen d'une analyse du discours. Les paroles et les éléments musicaux des chansons discutées ont fait l'objet de l'étude. À la suite de l'analyse, il a été constaté que le AK Parti s'identifiait principalement à la nation turque. Dans ce contexte, il est entendu que l'identité collective que le AK Parti tente de former est une certaine définition d'une «nation turque». Pour cette raison, il a été jugé approprié de comprendre comment le parti a défini une identité collective qui décrit une nation turque afin d'influencer les électeurs. En conséquence, l'une des caractéristiques fondamentales de la nation turque est la continuation de la société ottomane. Dans ce discours, non seulement la nation mais aussi l'État sont liés à une ligne ininterrompue depuis la fondation de l'Empire ottoman. Du fait de cette continuité, le chef du parti Erdoğan est identifié aux élites dirigeantes ottomanes. Un autre aspect de l'identité collective construite dans le discours du Parti AK est l'islam religieux. L'élément dominant de cette identité religieuse musulmane est considéré comme le sunnisme, mais tant qu'ils sont religieux, il est entendu que les alévis peuvent également être l'un des groupes que le AK Parti accueille. Un autre élément important de l'identité collective identifiée par le AK Parti avec sa référence ottomane est le nationalisme. D'un autre côté, le discours nationaliste n'est pas seulement associé à des activités militaires telles que la conquête, mais à toutes les activités du AK Parti. En plus de ce que l'on peut appeler normatif, comme la religiosité et le nationalisme, il existe également des éléments qui peuvent être considérés comme des déterminations concrètes de l'identité collective que le AK Parti prétend représenter. L'un d'eux est la «diversité». Cependant, comme on le voit dans l'acceptation implicite de l'identité alévie, la diversité au sein de la nation est principalement décrite comme des problèmes mineurs provenant de la vie locale ou quotidienne, et il n'est pas

admis que ceux-ci correspondent à l'adoption de différentes «sous-identités» (Oran, 2013). Une autre dimension importante de l'identité collective que le AK Parti a établie avec ses chansons électorales est «l'urbanisme d'origine ethnique». On peut affirmer que l'occidentalité est également une dimension importante de l'identité collective construite. Cependant, cela ne suffit pas pour voir l'idéal d'occidentalisation de Gökalp comme un élément culturel appartenant au AK Parti (comme la religiosité ou le nationalisme). L'occidentalité, ou plutôt une «urbanité partielle occidentalisée préservant ses origines rurales» peut être considérée comme une composante que le AK Parti doit accepter dans son identité collective comme une situation donnée pour l'actualité de la nation turque. Une autre composante d'identité collective établie par le AK Parti à travers la mémoire sociale provient de la tradition de centre-droit. Il est dit de diverses manières que l'amour de la nation, qui fait partie de l'identité collective établie dans les chansons du Parti AK, a certaines dimensions «non rationnelles».

ABSTRACT

Today, political parties use a variety of instruments to influence voters and gain public support. In addition to conventional methods such as newspaper advertisements, radio conversations, television broadcasts, home visits and flyers, they also actively benefit from social media. One of the most important of these tools is the use of music. Today, as the elections are becoming more and more similar to a “*market where customers choose products*” (Bourdieu, 1991: 171-172), political parties separate intensify their “*identity construction processes*” during this time period (Roper, 2005: 140-141) in order to themselves from others. In this context, this thesis analyses the songs used for the March 31st Turkey General Local Elections and the Istanbul Metropolitan Municipality elections of June 23rd campaigns in terms of political communication, focusing on AK Parti’s nineteen songs as a case study. As a result of the research, it is aimed to show how AK Parti constructs a collective identity via the 2019 Local Election songs.

In the thesis, firstly, the literature on the relationship between music and society is reviewed. The discussions on this subject so far can be grouped under two main headings. The first is the “Reflection Theory”, which argues that not only by musical pieces but all works of art are determined by the social structure of the period in which they are produced. On the other hand, there are approaches suggesting that music-society interaction is double-sided, in other words, music can affect individuals and society, as Tia deNora calls “*Music-in-Action*” (2017). These approaches suggest that music can play a role of creating ritual effect, construct shared memory, or help benefiting from the images of musicians or to make political discourse easier to be absorbed and so on, to shape the identity of certain social groups in order to unite large masses.

In this context, as a common denominator, popular music appealing to general appreciation has a special importance in terms of communication of political parties with the audience and an in-depth look at this issue was taken. Popular music, whose origins date back to the early Enlightenment period, which coincided with the rise of the bourgeoisie in the cultural scene, seems to function as a uniting tool of pre-national social groups under the nation-state, and thus has a political function since its birth. This function has made the determination of the “popular” more political. In this sense, it is stated that the distinguishing feature of popular music is standardization (Çelik, 2012: 58) and that popular taste is constructed in the market (Frith, 1996: 120). However, the masses are not passive buyers of the tastes determined by the industry, but they also establish an aesthetic relationship with these products (Tekelioğlu, 2006: 29). Therefore, pop music becomes a field of cultural struggle where opposition political content can be found (Way, 2013: 715-716). In this context, the idea that the dominant culture of any society at any time is its popular culture (McGregor, 2000: 41) emerges, which leads us to the conclusion that “*doing pop*” in the present day is “*doing Western*” (Küçük Kaplan, 2016: 342). Accordingly, popular culture is a “*modern*” (Chambers, 1986: 99) and “*urban*” culture (Tekelioğlu, 2006: 22).

Another important contextual factor in the study is the history of music in Turkey. In this context, the Ottoman Period, Early Republican Period, Transition to Multi-Party Life – September 12th period, post-September 12th period and post-Cold War period were examined in this thesis. Musical base in Turkey sits on a three-fold structure: Monophonic Turkish folk music, classical Turkish music which dates back to the Byzantine era and which mostly uses Eastern instruments and “*tekke*”/ Sufi music (Küçük Kaplan, 2016: 13, Tekelioğlu, 2006: 24). “*Baglama*” is an essential instrument in folk music (Balkılıç, 2015: 82), which has become a national symbol of Turkey’s (Wayne, 2009). Western music is included to these three pillars

as early as the Ottoman period. The influence of Westernization in the late Ottoman period manifested itself both in the military bands of the period and in the popular and civilian urban culture that began to form under the leadership of non-Muslims. The national consciousness and Westernization moves that gained momentum with the proclamation of the Republic brought about the emphasis on folk music and Western music, but especially on the synthesis of these two while abandoning the Ottoman and “tekke” music. The young Republic of Turkey aiming an “*East-West synthesis*” defined its musical targets accordingly (Tekelioğlu, 2006: 92). Ziya Gökalp, one of the ideologues of the Republic, formulates this idea as follows: “*Since folk music is the music of our national culture and Western music is the music of our new civilization, both are not alien to us. In that case, our national music will emerge from the fusion of folk music in our country and Western music*” (1990: 146-147, *ibid*, p.102). In this direction, attempts have been made to compose classical Western music based on Turkish Folk Music (Balkılıç, 2015: 66). In this period, it was observed that Western influence continued in the popular area as well.

Küçükkan describes post-1950s as a separate stage both in terms of the course of music technologies and in terms of reflecting social and political developments on music (2016: 38). It is seen that this period, which coincided with the beginning of the Cold War, affected Western influence in our country's music as a direct imitation. From the 60s onwards, popular music observed a way of nationalization and progressed in two branches: The “Aranjman” movement, which consists of writing Turkish lyrics to famous foreign songs of the period, and the “Anadolu Pop” movement, which manifests itself in the form of re-interpreting parts of folk music with Western instruments. Anadolu Pop is like the manifestation of popular music in the early years of the early Republican Republic, which aims to create a music worthy of the new Turkish civilization by processing the Turkish folk

music with the polyphonic music technique of the West (ibid, p. 41). Until the end of the 60s, the “Aranjman” wave, and from the 70s, Anadolu Pop, with the influence of the political content of the spirit of the period, largely dominated the country. In this period, the macro-political or social situations were mostly dealt in the Turkish pop. The most important case of the 70s is that “Arabesk” stood out as a phenomenon that cannot be ignored. These years are the periods in which the structural features and social meaning of “Arabesk” began to take shape and became the dominant position in the sector by expanding its audience (Küçük Kaplan, 2016: 73).

In the context of the relationship between this *"first authentic urban culture in Turkey"* (Light, 2015: 54), that is Arabesk, and Turkish society is elaborated thoroughly. According to Güngör, the art form, which is mentally equivalent to the traditional form of pre-capitalist production, and another art form, the mental production of social relations brought by a distorted capitalist mode of production, are confronted and resulted in a confused fusion between the east and the west (1993: 15). According to Işık, Arabesk helped internal immigrants gain an identity in the society where they were facing a constant danger and not getting a share from the urban life (2015: 43-46). In other words, *“dissatisfied masses who lost their direction in the city and could neither be peasants or urbanists needed cultural channels to express their painful experiences. [...] Thus, a mixed musical style, which would later be called Arabesk, began to take shape”* (Güven & Ergur, 2014: 13). Tekelioğlu, on the other hand, sees Arabesk as an *“alternative modernization”* trend (which rushes from the countryside to the city and then from the suburbs to the center of the city) to the modernization project of the Republic (2006: 25). However, Işık argues that Arabesk gradually lead to a cultural dequivation and a parallel apolitization, and thus the gap in the political field is filled with identity politics (2015: 56).

In the post-September 12th period, the patience or the shelter that Arabesk provides, improved its share of the center, eased by an extreme narrowing of the spectrum of political views that can find expression in music. One way or another, the 1980s' need for provision of social dynamism in Turkey was found in Arabesk, and therefore this type of music has been appropriated by a large percentage of the population (Erkan Aydin, 2006: 101). The socio-economic background of Arabesk undergone major changes, especially after 1980 (Işık, 2015: 54). This transformation, which started in the late 1980s, gained momentum in the 1990s with the *“loss of the resistance dimension as it centralized the periphery and created the popular culture in its current form, which is one of the most important sources and foundations of conservatism in the new city space”* (Tekelioğlu, 2006: 33). The rapid neo-liberalization in the 1990s brought about a pop-based expansion. In this context, for example, Islamic music, which is a kind of protest music, also had its share from this amalgamization and Islamic music showed pop tendency (light Islamic music) like all other music types in the 90s (Taş, 2014: 377).

Another context which is examined in depth in terms of its importance is the history of Turkish political campaign. This history is examined under two headings as “Pre-Professionalist Period” (1950-1983), in which parties conducted their political communication campaigns mostly with their own resources, and “Professional Period” (after 1983) in which they received services from advertising agencies. After Democratic Party's victory thanks to the “Enough! The Nation Have Its Word!” slogan in the 1950 elections the next remarkable development in Turkey occurred in 1965 when Turkey Labor Party used “Yarının Şarkısı” voiced by Tulay German and started the “election campaign song” tradition (Budak, 2018: 35; Önürmen and Basic 2014 : 53). In the following decade, the 1977 elections went down in history when a political party (Justice Party) witnessed its first professional election

campaign, working with an advertising agency (Cenajans). In the professional period, the “*American-style audience campaigns*” period began (Özkan, 2002: 84). In 1991, for the first time in history, all the parties participating in the elections in Turkey worked with advertising agencies. While center-right parties preferred popular songs throughout the 90s, it is noteworthy that “doctrinal” parties such as the Welfare Party and the Nationalist Movement Party had their own music made (Önürmen and Temel, 2014: 53-54). It is observed that the song preferences of the parties varied in the 2000s (Yavuz and Sezer, 2018: 30). For example, folk music and popular music in addition to the genre such as rap, songs according to the region to be made in this period.

AK Parti won the 2002 elections with its campaign involving a special image study that its leader Recep Tayip Erdoğan was framed as “man of the people” (Güdekli, 2008: 65-66). AK Parti comes from a “*statist, anti-globalizationist*” and “*Islamic*” tradition (Bölükbaşı, 2012: 180). However, AK Parti separated itself from these parties during the founding process and took its place towards “*conservatism*” (Özbudun and Hale, 2010: 57). In this context, there are also opinions that treat the AK Parti as the bearer of the Motherland Party tradition (Oğuş, 2010; Bölükbaşı, 2012: 180). However, with the Gezi Park events in 2013, AK Parti retreated to its Islamist roots (Yılmaz et al., 2017: 49). In this context, criticism of authoritarianism / totalitarianism against the AK Parti increased after 2013 (Brownlee, 2016). Today, AK Parti considers Islam as the national supra-identity (Esener, 2017), its “*ideas are based on Islamic civilization*” and it regards Turkey “*as the successor of the Ottoman Empire*”. In the 2007 elections, it was observed that AK Parti kept its campaign broad according to the diversity in its target audience (Tokat, 2009: 111). The 2011 elections were a period in which the AK Parti increased its nationalist tone in its campaign much more than before, emphasizing ongoing economic stability, and the discursive weight of accession to the

European Union began to decrease (Cengiz & Hoffmann, 2011: 261-263-266). In the 2014 elections, Islamic and nationalist sentiments were used to an extreme extent, resulting in the Supreme Election Board banning an AK Parti advertisement (Grigoriadis, 2015: 108). In 2018, Erdoğan was co-opted with former Turkish-Islamic leaders (eg Ertuğrul Gazi), and he was depicted as the hope of all the oppressed and Muslims of the world. The main emphasis in AK Parti election songs was on religious and national feelings.

Within the framework of the above mentioned theoretical discussion and historical context, this thesis examines the songs on the official website <http://akadaylar.com> prepared by the AK Parti for the 2019 Local Elections by means of discourse analysis. Both the lyrics and musical elements of the songs discussed were the subject of the study. As a result of the analysis, it was seen that the AK Parti identified itself primarily with the Turkish nation. In this context, it is understood that the collective identity that the AK Parti is trying to form is a certain definition of a “Turkish nation”. For this reason, it was considered appropriate to understand how the party defined a collective identity that describes a Turkish nation in order to influence the voters. Accordingly, one of the basic characteristics of the Turkish nation is the continuation of the Ottoman society. In this discourse, not only the nation but also the state is connected with an unbroken line since the foundation of the Ottoman Empire. As a result of this continuity, the party leader Erdoğan is identified with the Ottoman ruling elites. Another aspect of the collective identity built in the AK Parti discourse is religious Islam. The dominant element in this religious Muslim identity is seen as Sunnism, but as long as they are religious, it is understood that Alevis may also be one of the groups that the AK Parti welcomes. Another important component of the collective identity identified by the AK Parti with its Ottoman reference is nationalism. On the other hand, nationalist discourse is not only associated with military activities such as conquest, but with all activities of the AK Parti. In

addition to what can be called normative, such as religiosity and nationalism, there are also components that can be considered as concrete determinations of the collective identity that the AK Parti claims to represent. One of these is “diversity”. However, as it is seen in the implicit acceptance of the Alevi identity, the diversity within the nation is mostly depicted as minor issues originating from local or daily life, and it is not accepted that these correspond to embracing different “*sub-identities*” (Oran, 2013). Another important dimension of the collective identity that the AK Parti established with its election songs is “urbanism with a rural origin”. It can be argued that Westernness is also an important dimension of the collective identity constructed. However, this is not sufficient to see Gökalp's ideal of Westernization as a cultural element that the AK Parti (such as religiosity or nationalism) owns. Westernness, or rather a “partial Westernized urbanity preserving its rural origins” can be seen as a component that the AK Parti has to accept in its collective identity as a given situation for the present day of the Turkish nation. Another collective identity component established by the AK Parti through social memory comes from the center-right tradition. It is stated in various ways that the love of the nation, which is part of the collective identity established in AK Parti songs, has some “non-rational” dimensions.

ÖZET

Günümüzde siyasal partiler seçmenleri etkilemek ve kamuoyu desteğini arkalarına almak için birbirinden çeşitli araçlar kullanmaktadırlar. Gazete reklamları, radyo konuşmaları, televizyon yayınları, ev ziyaretleri, el ilanları gibi konvansiyonel yöntemlerin yanında sosyal medyadan da aktif olarak faydalanmaktadırlar. Bu araçların içinde en önemlilerinden biri de müzik kullanımıdır. Seçim dönemlerinde sokaklarda dolaştırılan araçlar vasıtasıyla kitlelere duyurulan, mitinglerde çalınan, video klipler yoluyla televizyon ve internette de dolaşıma sokulan “seçim şarkıları” kullanımı ise özellikle Türkiye’de belirli bir süredir gelenek hâlini almıştır denilebilir. Seçimlerin gittikçe müşterilerin ürün seçtiği bir “*pazar*”a benzemeye başladığı (Bourdieu, 1991: 171-172) günümüzde siyasal partilerin de bu zaman aralığında “*kimlik inşa süreçlerini*” yoğunlaştırarak seçmenlerin tarafından tercih edilme şanslarını artırmak için “*kendilerini diğerlerinden ayırdıkları*” (Roper, 2005: 140-141) bilinmektedir. Bu kapsamda bu tezde 31 Mart 2019 Türkiye Geneli Yerel Seçimleri ve iptal edilen İstanbul Büyükşehir Belediye Başkanlığı Seçimlerinin 23 Haziran 2019’da tekrar edilmesi sürecinde kullanılan seçim şarkıları siyasal iletişim açısından incelenmiş olup vaka çalışması olarak AK Parti’nin Türkiye genelinde adaylarının kullanımına sunduğu on dokuz adet şarkı seçilmiştir. Araştırma sonucunda AK Parti’nin 2019 Yerel Seçim şarkıları vasıtasıyla nasıl bir kolektif kimlik inşa etme yoluna gittiğinin ortaya konması amaçlanmıştır.

Tezde öncelikle toplum ve müzik arasındaki ilişkiye dair literatür gözden geçirilmiştir. Bu konu üzerine şimdiye değin yapılan tartışmalar iki ana başlık etrafında toplanabilir. Bunlardan birincisi, yalnızca müzik parçalarıyla sınırlı kalmayarak bütün sanat eserlerinin içlerinden çıktıkları dönemin toplumsal yapısı tarafından belirlendiğini savunan “Yansıma Teorisi”dir. Bu teoride toplumdan müziğe doğru tek yönlü bir belirlenim ilişkisi öne sürülmektedir. Öte yandan Tia deNora’nın “*Eyleme Geçmiş Müzik*” adını verdiği (2017) yaklaşım gibi, müzik-toplum etkileşiminin çift taraflı olduğunu, bir başka deyişle müziğin de bireyleri ve toplumu etkileyebildiğini öne süren yaklaşımlar da bulunmaktadır. Bu yaklaşımlar müziğin ritüel etkisi yaratmak, ortak hafıza oluşturmak, müzisyenlerin imajlarından faydalanmak, siyasal söylemlerin belleklerde daha kolay yer almasını sağlamak ve benzeri yollarla büyük kitleleri birleştirici bir rol oynayabildiğini ve böylece belirli

toplumsal grupların kimliği haline gelebildiğini öne sürmektedir. Bu kapsamda bir ortak payda olarak genel beğeniye hitap eden popüler müziğin siyasal partilerin kitleyle iletişimi açısından özel bir önemi olduğundan bu konuya derinlemesine bir bakış da atılmıştır. Kökenleri burjuvazinin kültür sahnesine çıkışına denk düşen erken Aydınlanma dönemine dek uzanan popüler müziğin ulus-öncesi toplumsal grupları ulus devlet çatısı altında toplama işlevi gördüğü, dolayısıyla doğumundan itibaren politik bir işlevi olduğu görülmektedir. Bu işlevi, popüler olanın belirlenimini de politik hale getirmiştir. Bu anlamda popüler müziğin ayırt edici özelliğinin standardizasyon olduğu (Çelik, 2012: 58) ve popüler zevkin pazarda kurulduğu (Frith, 1996: 120) belirtilmektedir. Ne var ki kitleler de endüstri tarafından belirlenen zevklerin pasif alıcısı olmayıp bu ürünlerle ürünlerle estetik bir ilişki de kurarlar (Tekelioğlu, 2006: 29). Dolayısıyla pop müzik de muhalif politik içeriğin rastlanabildiği bir kültürel mücadele alanına dönüşür (Way, 2013: 715-716). Bu kapsamda “*herhangi bir toplumun herhangi bir zamandaki egemen kültürü onun popüler kültürüdür*” düşüncesi (McGregor, 2000: 41) ortaya çıkar ki bu da bizi günümüzde pop yapmanın “*Batı tarzında yapmak*” olduğu sonucuna götürmektedir (Küçükkaplan, 2016: 342). Buna paralel biçimde popüler kültür “*modern*” (Chambers, 1986: 99) bir “*kent kültürü*”dür (Tekelioğlu, 2006: 22).

Yapılacak incelemede önemli yer tutan bağlamsal faktörlerden bir diğeryse Türk müzik tarihidir. Bu kapsamda bu tezde her biri müziğin gelişimi ve müzik politikaları gibi açılardan farklı özellikler gösteren Osmanlı Dönemi, Erken Cumhuriyet Dönemi, Çok Partili Hayata Geçiş - 12 Eylül dönemi, 12 Eylül sonrası dönem ve Soğuk Savaş sonrası dönemler ayrı ayrı irdelenmiştir. Türkiye’de müzikal temeli üçlü bir yapıya oturmaktadır: Tek sesli olarak icra edilen Türk halk müziği, kökeni Bizans’a kadar uzanan, çoğunlukla Doğu sazlarının oluşturduğu enstrümanların kullanıldığı klasik Türk müziği ve vurmali çalgılar ve ney ağırlıklı tekke/tasavvuf müziği (Küçükkaplan, 2016: 13; Tekelioğlu, 2006: 24). Halk müziğinde temel enstrüman bağlama olup (Balkılıç, 2015: 82) bu enstrüman Türkiye’nin ulusal bir sembolüne dönüşmüştür (Ersoy, 2009). Bu üçlü sacayağına oldukça gerilimli ama kalıcı bir biçimde eklenenecek olan Batı müziğinin Türkiye’deki tarihi de yine Osmanlı dönemine uzanmaktadır. Geç Osmanlı döneminde Batılılaşmanın etkisi kendisini hem dönemin askeri bandolarında hem de Gayrimüslimlerin öncülüğünde oluşmaya başlayan popüler ve sivil kent kültüründe göstermiştir. Cumhuriyetin ilanı ile birlikte eş zamanlı olarak ivme kazanan ulusal bilinç ve Batılılaşma hamleleri Osmanlı ve tekke müziği terk edilirken halk müziği ile Batı müziğine ama özellikle de bu ikisinin sentezlenmesine ağırlık verilmesi

sonucunu beraberinde getirmiştir. Bu çerçevede genç Türkiye Cumhuriyeti kültürde bir “Doğu-Batı sentezi” hedefi tanımlamıştır (Tekelioğlu, 2006: 92). Cumhuriyetin ideologlarından Ziya Gökalp bu düşünceyi şöyle formüle etmektedir: “*Halk musikisi milli kültürümüzün, Batı musikisi de yeni medeniyetimizin musikileri olduğu için her ikisi de bize yabancı değildir. O halde, milli musikimiz, memleketimizdeki Halk musikisiyle Batı musikisinin kaynaşmasından doğacaktır*” (1990: 146-147’den aktaran **a.g.e.**, s.102). Bu doğrultuda Türk Halk Müziğini temel alarak Klasik Batı Müziği tarzında besteler yapılması gibi girişimlerde bulunulmuştur (Balkılıç, 2015: 66). Bu dönemde popüler alanda da Batı etkisinin devam ettiği görülmüştür.

1950’lerden sonrası ise Küçükkaplan tarafından “*hem müzik teknolojilerinin seyri bakımından hem de toplumsal ve siyasi gelişmelerin müziğe yansımaları açısından ayrı bir evre olarak*” tanımlanır (2016: 38). Soğuk Savaş’ın başlangıcına denk düşen bu dönemin ülkemiz müziğinde Batı etkisinin kendisini doğrudan taklit olarak hissettirdiği görülmektedir. 60’lardan itibaren ise popüler müzik yerleşme yoluna girmiş ve iki koldan ilerlemiştir: Dönemin meşhur yabancı şarkılarına Türkçe söz yazıp söylemekten ibaret olan “Aranjman” akımı ile halk müziğinden parçaları Batılı enstrümanlarla çok sesli biçimde yeniden yorumlama şeklinde tezahür eden “Anadolu Pop” akımı. Anadolu Pop, Türklerin halk müziğini Batı’nın çoksesli müzik tekniğiyle işleyip yeni Türk medeniyetine yaraşır bir müzik oluşturmayı amaçlayan erken Cumhuriyet Cumhuriyet’in ilk yıllarındaki yaklaşımın popüler müzikteki tezahürü gibidir (**a.g.e.**, s. 41). 60’ların sonuna değin aranjman akımının, 70’lerden itibaren ise, siyasal içeriğinin dönemin ruhuna uygunluğunun da etkisiyle, büyük oranda Anadolu popun egemenliği söz konusudur. Bu dönemde makro siyasal veya toplumsal durumlar Türkçe popa çoğunlukla karşılığını bulmuştur. 70’lerin en önemli vakası ise, arabeskin artık görmezden gelinemeyecek bir fenomen olarak öne çıkmasıdır. Bu yıllar, arabeskin yapısal özelliklerinin ve toplumsal anlamının şekillenmeye başladığı, dinleyici kitlesini genişleterek sektörde hâkim konuma geldiği dönemdir (Küçükkaplan, 2016: 73).

Bu tezde Türkiye toplumu ile müzik arasında kurulan ilişki bağlamında “*Türkiye’deki ilk özgün kent kültürü*” (Işık, 2015: 54) olan arabeske geniş bir alan ayrılmıştır. Güngör’e göre, kapitalizm öncesi geleneksel üretim biçiminde zihinsel karşılığı olan sanat biçimi ile, çarpık da olsa kapitalistçe bir üretim biçiminin getirdiği toplumsal ilişkilerin zihinsel üretimi olan sanat biçimi karşı karşıya gelmiş ve birbirine karışmış durumdadır [ve] bunun somut bir

görünümü olarak köyle kent arasında, doğuyla batı arasında gidip gelen, ama hiçbirisinin de özelliklerini tam olarak taşımayan arabesk müzik ortaya çıkmıştır (1993: 15). Işık'a göreyse göçmenler kent hayatından pay alamama ve toplumda bir kimlik edinememe tehlikesi karşısında arabeske sarılmıştır (2015: 43-46) Yine benzer bir yoruma göre; *“kentte yönünü kaybetmiş, ne köylü ne de kentli olabilen hoşnutsuz geniş kitleler bu acılı deneyimlerini ifade edebilecek kültür kanallarına gereksinim duymaktaydılar. [...] Böylece, daha sonraları Arabesk olarak adlandırılacak olan, karma bir müzik üslubu biçimlenmeye başlamıştır”* (Güven ve Ergur, 2014: 13). Tekelioğlu ise arabeski Cumhuriyet'in modernleşme projesine karşı aşağıdan (önce kırdan şehre, sonra şehrin varoşlarından merkeze yürüyen) bir *“alternatif modernleşme”* akımı olarak görür (2006: 25). Ne var ki Işık, arabeskin git gide kültürel bir niteliksizleşme ve buna paralel bir apolitizasyona yol açtığını, bu sayede oluşan siyasal alandaki boşluğun kimlik siyasetleriyle doldurulduğunu iddia etmektedir (2015: 56). 12 Eylül sonrası dönemde tevekkülü, sabrı yahut merkezden daha fazla pay almayı imleyen arabeskin toplumsal zemin bulması müzikte ifade bulabilen siyasi görüş yelpazedeki aşırı darlaşmayla da ilintilidir. Öyle ya da böyle, 1980'lerden sonra Türkiye'de dinamizme olan toplumsal ihtiyaç karşılığını arabeskte bulmuş ve bu nedenle bu müzik türü toplum tarafından büyük bir oranda sahiplenilmiştir (Ergur ve Aydın, 2006: 101). Arabeskin sosyo-ekonomik arka planı, özellikle 1980 sonrası büyük değişikliklere uğramıştır (Işık, 2015: 54). Endüstrinin müdahalesi, 1980 sonrası pop ve arabeskin seyrinin piyasa tarafından denetlenerek merkezde sentezlenmesini beraberinde getirmiştir (Tekelioğlu, 2006: 38). 1980'lerin sonlarında başlayan bu dönüşüm 1990'larda çevre kültürünün *“merkezileştikçe direnen tarafını yitirmesiyle”* hız kazanmış ve şu anki haliyle popüler kültürü oluşturmuştur ki bu kültür *“yeni şehir mekânında muhafazakârlığın en önemli kaynak ve dayanaklarından biri”*dir (Tekelioğlu, 2006: 33). 1990'lı yıllardaki hızlı neoliberalleşme pop eksenli bir genişlemeyi beraberinde getirmiştir. Bu kapsamda örneğin bir tür protest müzik olan İslami müzik de bu amalgamlaşmadan nasibini almış ve İslami müzik de 90'larda diğer tüm müzik türleri gibi poplaşma eğilimleri (*light* İslami müzik) göstermiştir (Taş, 2014: 377).

Çalışmada önemi itibarıyla derinlemesine bakılan bir diğer bağlam Türk siyasal kampanya tarihidir. Bu tarih partilerin siyasal iletişim kampanyalarını çoğunlukla kendi kaynaklarıyla yürüttükleri “Profesyonellik Öncesi” dönem (1950-1983) ve reklam ajanslarından hizmet aldıkları “Profesyonel Dönem” (1983 sonrası) olarak iki başlıkta incelenmiştir. Demokrat Parti'nin “Yeter! Söz Milletindir!” sloganıyla kazandığı 1950 seçimlerinden sonraki dikkat

çekici ilk gelişme 1965 yılında Türkiye İşçi Partisi’nin Tülay German tarafından seslendirilen “Yarının Şarkısı”nı seçim kampanyasında kullanarak “seçim şarkısı” geleneğini başlatmasıdır (Budak, 2018: 35; Önürmen ve Temel, 2014: 53). Daha sonraki onyılda 1977 seçimleri bir siyasi partinin (Adalet Partisi) bir reklam ajansı (Cenajans) beraber çalışmasıyla ilk profesyonel seçim kampanyasına tanıklık etmesiyle tarihe geçmiştir. Profesyonel dönemde ise “*Amerikan tarzı seyirlik kampanyalar*” dönemi başlamıştır (Özkan, 2002: 84). 1991 yılı, Türkiye’de ilk defa seçimlere katılan bütün partilerin reklam ajanslarıyla çalıştığı yıl olarak tarihe geçen bir dönem olmuştur. 90’lar boyunca merkez sağ partiler popüler şarkıları tercih ederken Refah Partisi ve Milliyetçi Hareket Partisi gibi “doktriner” partilerin kendi müziklerini yaptırmış olması dikkat çekicidir (Önürmen ve Temel, 2014: 53-54). 2000’lere gelindiğinde partilerin şarkı tercihlerinin çeşitlendiği gözlemlenmektedir (Yavuz ve Sezer, 2018: 30). Örneğin halk müziği ve popüler müziğin yanına rap gibi türlerin eklenmesi, yörelere göre şarkıların yapılması bu dönemde söz konusudur.

2002 yılındaki seçimlerini, lideri Recep Tayip Erdoğan’ın “*halkın içinden biri*” olduğuna yönelik özel bir imaj çalışması içeren kampanyasıyla AK Parti kazanmıştır (Güdekli, 2008: 65-66). AK Parti “*devletçi, küreselleşme karşıtı*” ve “*İslami referanslı*” bir gelenekten gelmektedir (Bölükbaşı, 2012: 180). Ancak AK Parti kuruluş sürecinde kendini bu partilerden ayırtarak yerini “*muhafazakârlığa*” doğru çekmiş (Özbudun ve Hale, 2010: 57) ve demokratik çoğulculuk, laiklik konularında da daha pozitif bir yaklaşım izlemiştir. Bu bağlamda AK Parti’yi Anavatan Partisi geleneğinin taşıyıcısı olarak ele alan görüşler de bulunmaktadır (Oğuş, 2010; Bölükbaşı, 2012: 180). Ne var ki AK Parti 2013’te yaşanan Gezi Parkı olayları ile birlikte yeniden İslamcı kökenlerine geri çekilmiştir (Yılmaz vd., 2017: 49). Bu bağlamda AK Parti’ye yönelik otoriterleşme/totaliterleşme eleştirileri 2013 sonrasında artmıştır (Brownlee, 2016). Bugün Ulusal üst kimliği Müslümanlık olarak gören (Esenkar, 2017), “*düşünce dünyası İslam medeniyeti merkezli*” olan ve Türkiye’yi “*Osmanlı’nın halefi olarak*” gören bir oluşum olarak AK Parti bu nedenle bazı araştırmacılara göre “*ulusal sınırları*” aşan bir söyleme sahiptir (Aktoprak, 2016: 10-11).

AK Parti’nin 2007 seçimlerinde ise kampanyasını hedef kitledeki çeşitliliğe göre geniş tuttuğu görülmüştür (Tokat, 2009: 111). 2011 seçimleri AK Parti’nin kampanyasındaki milliyetçi tonunu eskiye oranla çok daha fazla artırdığı, süregiden ekonomik istikrarı vurguladığı, Avrupa Birliği’ne katılımın ise artık söylemsel ağırlığının azalmaya başladığı bir

dönem olmuştur (Cengiz ve Hoffmann, 2011: 261-263-266). 2014 seçimlerinde ise İslami ve milliyetçi duygular, Yüksek Seçim Kurulu'nun bir AK Parti reklamını yasaklamasıyla sonuçlanacak kadar had safhada kullanılmıştır (Grigoriadis, 2015: 108). 2018'deyse Erdoğan'ın eski Türk-İslam liderleriyle (örneğin Ertuğrul Gazi) ile eş tutulması, onun bütün Dünya mazlumlarının ve Müslümanlarının umudu olması gibi unsurlar da söz konusu olup AK Parti seçim şarkılarında en büyük vurgu dini ve milli duygular üzerine yapılmıştır.

Yukarıda bahsedilen teorik çerçeve ve tarihsel bağlam kapsamında bu tez AK Parti'nin 2019 Yerel Seçimleri için hazırladığı resmi site olan <http://akadaylar.com> adresinde yer alan şarkıları söylem analizi yöntemiyle incelemeye tabi tutmuştur. Ele alınan şarkıların hem sözleri hem de müzikal unsurları inceleme konusu olmuştur. Yapılan analiz sonucunda AK Parti'nin kendini öncelikle Türk milletiyle özdeşleştirdiği görülmüştür. Bu kapsamda AK Parti'nin oluşturmaya çalıştığı kolektif kimliğin belirli bir "Türk milleti" tanımı olduğu anlaşılmaktadır. Bu nedenle, partinin seçmenleri etkilemek için nasıl bir "kolektif kimlik" tanımladığı, nasıl bir Türk milleti tariflediğine bakılarak anlaşılması uygun görülmüştür. Buna göre Türk milletin temel özelliklerinden biri, Osmanlı toplumunun devamı olmasıdır. Bu söylemde yalnızca millet değil, devlet de Osmanlı'nın kuruluşundan bugüne kesintisiz bir çizgi ile bağlanmaktadır. Söylemde parti lideri Erdoğan da bu devamlılığın bir sonucu olarak Osmanlı'nın yönetici elitleriyle özdeşleştirilmektedir. AK Parti söyleminde inşa edilen kolektif kimliğinin en çok öne çıkan bir başka boyutu da dindar Müslümanlıktır. Söz konusu dindar Müslüman kimliğinde baskın öge Sünnilik olarak görülmekte beraber, dindar oldukları müddetçe Alevilerin de AK Parti'nin oy almayı hedeflediği gruplardan biri olabileceği anlaşılmaktadır. AK Parti'nin Osmanlı referansı ile öne çıkardığı bir diğer önemli kolektif kimlik bileşeni milliyetçiliklerdir. Öte yandan milliyetçi söylem yalnızca fetih gibi askeri faaliyetler ile değil, AK Parti'nin tüm faaliyetleri ile ilişkilendirilmektedir. Dindarlık ve milliyetçilik gibi normatif denebilecek olanların yanında AK Parti'nin temsil etme iddiasında olduğu kolektif kimliğe dair somut tespitleri olarak değerlendirilebilecek bileşenler de vardır. Bunlardan biri "çeşitlilik"tir. Bununla beraber Alevi kimliğinin üstü kapalı kabulünde de görüldüğü üzere milletin içindeki çeşitlilik büyük ölçüde yöresel ya da gündelik hayat kaynaklı minör hususlar olarak resmedilmiş, bunların farklı hak arayışlarına işaret eden farklı "alt kimlik"lere (Oran, 2013) tekabül ettiği kabul edilmemiştir. AK Parti'nin seçim şarkılarıyla kurduğu kolektif kimliğin bir başka önemli boyutu ise "kırsal kökenli kentlilik"tir. Batılılığın da inşa edilen kolektif kimliğin önemli bir boyutu olduğu iddia edilebilir. Ancak bu

durum Gökalp'in Batılılaşma idealinin AK Partinin (dindarlık ya da milliyetçilik gibi) sahiplendiği bir kültürel unsur olarak görmek için yeterli olmamaktadır. Batılılık, daha doğrusu “kırsal kökenlerini korumakla beraber kısmen Batılılaşmış bir kentlilik”, AK Parti'nin Türk milletinin bugününe dair verili bir durum olarak kolektif kimliğinde kabullenmek durumunda kaldığı bir bileşen olarak görülebilir. AK Parti'nin toplumsal bellek vasıtasıyla kurduğu bir diğer kolektif kimlik bileşeni “merkez sağ gelenekten gelmek”tir. AK Parti şarkılarında kurulan kolektif kimliğin bir parçası olan millet sevgisinin bazı “rasyonalite dışı” boyutları olduğunun da çeşitli şekillerde dile getirilmektedir.



GİRİŞ

Seçim kampanyalarında afişler, gazete ve televizyon reklamları, el ilanları gibi birçok tanıtım enstrümanından yararlanılmaktadır. En sık kullanılan bir diğer siyasal iletişim biçimi de 1965 yılında Türkiye İşçi Partisi'nin Tülay German'ın “Yarının Şarkısı” adlı parçasını kullanmasından beri yoğunlaşarak devam eden “seçim şarkısı” geleneğidir (Budak, 2018: 35; Önürmen ve Temel, 2014: 53). Siyasal partiler seçim şarkıları vasıtasıyla vaatlerini, gelecek tahayyüllerini ve benzeri mesajları dinleyicilerine aktarma imkânı bulurken aynı zamanda da kullandıkları şarkıların türleri, kullanılan enstrümanlar, söyleyen sanatçılar, şarkı sözlerindeki kimi çağrışımlar vb. unsurlarla bir “biz” duygusunun oluşumuna da katkıda bulunurlar. Bu kapsamda, bu çalışmaya başlarken Polletta ve Jasper'in (2001: 185) bireylerin “*bir kurumla kurdukları bilişsel, ahlaki ve duygusal bağ*”ı “*kolektif kimlik*” olarak adlandırması noktasından hareketle, Türkiye'nin 2019 Yerel Seçimleri örneğinde partilerin siyasal iletişim araçlarından biri olarak kullandıkları seçim şarkıları ile oluşturduğu “kolektif kimlikleri” incelenme düşüncesinden yola çıkılmıştır.

Türkiye’de on sekiz senedir iktidarda olan ve bu yönüyle bir rekora imza atmış olan AK Parti’nin başarısının sebepleri tartışılırken işaret edilen faktörlerden biri de seçim kampanyalarıdır. Hatta başarının çoğu sık sık 15 Temmuz darbe girişiminde öldürülünceye değin partinin reklam kampanyalarını yürüten Erol Olçok’a atfedilmektedir¹. Bu nedenle, oluşan araştırma fikrine binaen örneklem olarak AK Parti’nin 2019 Yerel Seçimlerinde kullandığı şarkılar seçilmiş ve bu seçim şarkılarının Türkiye’nin özgül müzik ve siyasal kampanya tarihleri bağlamında hangi ideolojik, politik ve tarihsel referansları kullanarak nasıl bir kolektif kimlik kurduğu sorusuna yanıt aranmıştır.

Türkiye’de seçim şarkılarını inceleyen literatürün güçlü olduğunu söylemek zordur. Türkiye’deki seçim kampanyalarının tarihini ele alan iki kapsamlı çalışma olarak kabul edilebilecek olan Necati Özkan’ın *Seçim Kazandıran Kampanyalar* (2002) ile Oya Tokgöz’ün *Seçimler Siyasal Reklamlar ve Siyasal İletişim* (2019) kitapları seçim şarkılarına neredeyse

¹ Bir örnek için bakınız: “Erdoğan’a 16 yıldır seçim kazandıran reklam firmasından flaş karar” haberi: <https://odatv.com/erdogana-16-yildir-secim-kazandiran-reklam-firmasindan-flas-karar-11051851.html> (Son Erişim: 08.01.2020)

hiç değinmemektedir. İsmail Ayşad Güdekli'nin AKP ve CHP'nin seçim kampanyalarını incelediği *Siyasi İletişim: 2007 genel seçimleri (AKP ve CHP'nin seçim kampanyalarının karşılaştırmalı analizi)* başlıklı Yüksek Lisans tezi (2008) de seçim şarkılarına değinmeyen bir çalışma olmuştur. Kimi çalışmalarda çeşitli partilerin TV reklamlarının analizi Vodinalı ve Çötök, 2015; Balcı ve Bal, 2007), kimilerindeyse internette yürütülen kampanya faaliyetleri (Toruk 2008; Alemdar ve Köker, 2011) araştırma konusu olurken müzik boyutu özel olarak tartışılmamıştır. AK Parti'ye ya da lideri Erdoğan'a eğilen iki çalışmada da (Tokat, 2009; Kantar, 2018) yine seçim şarkılarına değinilmemiştir. Nural İmik Tanyıldızı'nın "Siyasal İletişimde Müzik Kullanımı: 2011 Genel Seçim Şarkılarının Seçmene Etkisi" (2012) başlıklı makalesi 2011 seçimlerine, Cavit Yavuz ve Selim Sezer'e ait olan "Siyasi Partilerin 2015 Seçim Çalışmalarında Kullandığı Propaganda Müziklerinin Seçmenlerin Tercihini Yönlendirmede Rolü" (2018) başlıklı bir başka çalışma ise 2015 seçimlerine seçim şarkıları üzerinden bakmış olmakla beraber bu çalışmalarda parçaların içerdiği söylemler değil bu parçaların seçmenler üzerindeki etkileri araştırılmıştır.

Literatürde doğrudan doğruya seçim şarkılarındaki söylemleri inceleyen çalışmalar da bulunmaktadır. Bu kapsamda Onur Önürmen ve Faruk Temel'in 2014 yılında kaleme aldıkları "Popülerleşen Siyaset, Siyasallaşan Müzik: 30 Mart 2014 Yerel Seçim Şarkıları Üzerine Bir Çalışma" adlı makale örnek olarak verilebilir. Önürmen ve Temel bu çalışmada AK Parti dâhil dört siyasi partinin Türkiye geneli seçim şarkıları ile Ankara ve İstanbul büyükşehir belediye başkan adaylarının kendi seçim şarkılarını nitel ve nicel analize tabi tutarak şarkıların türleri, enstrümanları ve şarkılardaki söylemlerin negatif mi yoksa pozitif mi olduğunu incelemişlerdir. Emrah Budak'ın 2018 seçimlerine katılan altı partinin seçim şarkılarını incelediği "Siyasal İletişimde Propaganda Aracı Olarak Seçim Müzikleri: 24 Haziran 2018 Seçimleri Örneği" (2018) makalesi de yine benzer şekilde şarkıların türleri, şarkılarda kullanılan enstrümanlar gibi unsurlar tespit edilmiştir. Bu anlamda bu iki çalışma da bu tezin yanıtlamaya çalıştığı araştırma sorusunu odağına almamıştır. Ayrıca bu çalışmalarda Türk müzik tarihi ve müzik sosyolojisi hakkında arka plan bilgisi verilmemiş, ortaya koyulan tür ve enstrüman tercihlerinin sosyokültürel karşılıkları yeteri kadar tartışılmamıştır. Eygi'nin AK Parti ve CHP'nin 2011 seçimleri için hazırladığı birer seçim şarkısını içeren iki müzik klipini sözel, görsel ve işitsel olarak söylem analizine tabi tuttuğu yüksek lisans tezi ise (2016) AK Parti'nin yalnızca bir şarkısının analizini içerdiği için

partinin söylem setinde yer alması muhtemel çeşitliliği gözden kaçırma riski barındırmaktadır. Aynı zamanda yine bu çalışmada AK Parti'nin siyasal söylemleri Türkiye'deki müzik-toplum ilişkisinin kendine özgü tarihi üzerinden okunmamıştır.

Bu bağlamda bu tez; AK Parti'nin bir seçim döneminde kullandığı tüm şarkıları içeren veri seti ile partinin inşa ettiği kolektif kimliğin bütüncül bir çerçevesini çizmek, hem de bu şarkıları Türk toplumunun bir izdüşümü olarak Türk müzik tarihinin ışığında tartışmak suretiyle literatüre özgün bir katkı sunmayı hedeflemektedir.

Bu soruların yanıtlanabilmesi için birinci bölümde çalışmanın sorunsalının oturduğu çerçeveyi ortaya koymak amacıyla hâlihazırda literatürde mevcut olan çalışmalara odaklanmıştır. Bu bölümde öncelikle müzik ve toplum arasındaki ilişkiye dair bugüne değin oluşmuş literatür taranarak “*insan toplumunun tarihsel gelişimiyle müzik arasındaki*” (Blaukopf'tan aktaran Blomster, 2006: 509) ilişkiye dair süregiden tartışmalar ana hatlarıyla ortaya konmuştur. Bu tartışmaya binaen müziğin toplumu yalnızca bir yansıtma aracı olmadığı, aynı zamanda onun bir belirleyeni de olduğu görüşünün (DeNora, 2000) altı çizilerek müziğin bilhassa seçim dönemlerinde olmak üzere siyasal iletişimde ne şekilde kullanıldığı incelenmiştir. Bu bölümde son olarak “pop” kavramı üzerinde durulmuştur. Bunun nedeni, belli bir gruba ait anlam setlerine seslenen şarkılar grup dışındakileri cezbetmekte etkisiz olduğu için, “herkese” hitap etmek için başvuru olan en önemli yöntemlerden birinin “*herkesin anlayabileceği ve her kulağa hoş gelen*” bir müzik (Wicke ve Dalaman, 2006: 7-8) olarak pop(üler) müziğin siyasal iletişimde önemli bir yeri olmasıdır. Örneğin ABD'deki başkanlık yarışlarında da adayların seçim kampanyalarında sıklıkla çağdaş pop ve rock şarkılarını bu nedenle kullandıkları bilinmektedir (Blankenship ve Renard, 2017). Bu noktadan hareketle AK Parti seçim şarkıları için de pop türünün önem arz edeceği düşünülmüş ve “pop”un toplumsal önemi bu nedenle bağımsız bir bölüm olarak tartışılmıştır.

Tezin ikinci ve üçüncü bölümleriye Türkiye örneği üzerinde durulmuştur. İkinci bölümde siyasetle olan ilişkisi bağlamında Türkiye'de müziğin dönüşümü, Türk toplumunun müzikle kurduğu ilişkiyi daha iyi anlayabilmek için geç Osmanlı döneminden bugüne kadar geçen süre zarfında müziğin Türkiye'deki seyri incelenmiştir. Bu başlıkta tartışılan temel Türk müzik sosyolojisi dinamiklerinin AK Parti'nin 2019 seçim şarkılarının okunmasına ışık tutacağı beklenmektedir. Üçüncü bölümde Türkiye'de bugüne kadar düzenlenmiş seçim kampanyaları özetlenerek 2019 seçim kampanyasının tarihsel arka planına bir bakış atılmıştır.

Çok partili siyasi hayata geçiş öncesindeki dönemde de seçimler olmakla beraber (ki Cumhuriyet öncesinde kalan İkinci Meşrutiyet dönemi de buna dâhil edilebilir) seçmeni etkilemeye yönelik çalışmaların bütünü bugünkü anlamıyla “kampanya” olarak adlandırabileceğimiz ilk dönem 1950 seçimleri olduğundan (Özkan, 2002: 27) seçim kampanyalarının tarihi de bu yıldan itibaren ele alınmış ve seçmenlerin günümüze değin ne gibi stratejiler üzerinden etkilenmeye çalışıldığı serimlenmiştir.

Bu bağlamda bu tezin dördüncü bölümünde 2019 yerel seçimlerinde AK Parti tarafından kullanılan şarkılar mercek altına alınacaktır. Bu bölümde ilk olarak yöntem tartışılacaktır. 2019 Yerel Seçimlerinin bağlamı ve AK Parti’nin arka planı hakkında gerekli bilgilerin de verilmesinden sonra araştırma konusu olan bütün seçim şarkıları belirli bir anlam içeren bütün unsurlarıyla ayrı ayrı (sözler, tür, sanatçı, enstrümanlar, vokal vb.) incelenecektir. Beşinci bölümde bu araştırmadan elde edilen bulguların altı çizilecek ve altıncı bölüm olan “Sonuç” bölümünde ise bu bulgular ışığında AK Parti 2019 seçim şarkılarının Türkiye’nin özgül müzik ve siyasal kampanya tarihleri bağlamında hangi ideolojik, politik ve tarihsel referansları kullanarak nasıl bir kolektif kimlik kurduğu tartışılacaktır.

1. MÜZİK VE TOPLUM

Birçoklarına göre müzik yalnızca bir vakit geçirme aracı değildir, “*duygu durumlarını*” ve “*kişilerarası ilişkileri*” de düzenleyici bir rolü vardır (Charles, 2006: 134; Jowett ve O'donnell, 2012: 304). Müziğin “*kişilerarası ilişkileri düzenleme*” fonksiyonuna sahip oluşu, müziğin salt estetik bir alan değil aynı zamanda bir iletişim aracı da olduğunu ifade eder. Bu bağlamda müziğin “*yoğunlaştırılmış bir konuşma*” olarak (Oransay’dan aktaran Günay, 2011: 16) tanımlanmasından hareketle düşünersek, çeşitli kaynaklarca müzik parçalarının fikirleri ilettiği (Finkelstein’dan aktaran Tanyıldızı, 2012: 98), müzik notalarının da tıpkı edebi metinler gibi incelemeye tabi tutulabilecek birer “*anlatı*” olduğu (Schering’den aktaran Tarasti, 2012) gibi iddialar da anlam kazanacaktır.

Müziği konuşmadan ve anlamın billurlaşmasından ayıran, tam tersi yönde ele alan düşünceler de bulunmaktadır. Bunların başında Nietzsche gelmektedir. Nietzsche’ye göre müzik “*bütün sanatların en kendine yeterli ve en soyut olanı*”dır (aktaran Megill, 2008: 144) ve bu bağlamda Nietzsche felsefi düşüncesini kurarken ışığın, görmenin tanrısı Apollon’a karşı şekli şemali olmayan, akışkan bir esrikliğe hükmeden Diyonisos kültünün tarafını tutar. Dolayısıyla Nietzsche düşüncesinde müziğin iletişimsel bir fonksiyonu yokmuş, müzik hayatın yalnızca “*eğlencelik*” bir eklentisiymiş gibi görünür. Fakat bu noktada Nietzsche’nin gerçekliği sorunsallaştırarak mitlere dönüş önerdiğini – çünkü gerçeğin hâlihazırda var olan değil, kurulan bir şey olduğunu iddia ettiğini (Larrain, 1995: 61) – ve müziğe de mit kurucu bir unsur olma vasfı atfederek (Megill, 2008) insan yaşamının temel belirleyenlerinden biri olduğunu teslim ettiğini belirtmek gerekir. Kısacası bu düşünce için de müzik, başka bir kanalda tezahür etse de, insan ve çevresi arasındaki bir anlam arayüzü, bir sözsüz düşünce yöntemidir.

Bu çerçeveden yola çıkarak bu bölümde öncelikle müziğin içinden çıktığı toplumsal koşulları yansıttığı yönündeki görüşlerle, müziğin esas işlevinin o koşulları değiştirmek olduğu yönündeki görüşler tartışılacaktır.

1.1. “Yansıtma Teorisi” ve “Eyleme Geçmiş Müzik”

Her ne kadar çeşitli itirazlarla karşılsa da (Ling, 1984: 12) toplumları anlamak için müziğin, müziği anlamak için de toplumların incelenmesinin önemli çıkış noktaları olduğunu ifade eden, verili bir dönemde üretilen müzik yapıtlarının o dönemdeki toplumsal koşulları yansıttığını öne süren yoğun bir akademik birikim mevcuttur (Adorno, 2009; DeNora, 2000; Martin, 1995; Street, 2008). “Yansıtma Teorisi” olarak adlandırılan bu bakış açısı yalnızca müzikle sınırlı kalmamakta, hemen hemen tüm medya dallarında uygulamaları bulunmaktadır².

Elbette “müzik” gibi çok uzun bir geçmişe sahip olan bir sanat dalı ile “toplum” gibi oldukça kompleks, dinamik ve tartışmalı bir nosyonun birbiriyle olan ilişkisinin basit ve berrak olmasını beklememek gerekir. Bu yüzden ki Blomster “*müziğin toplumun estetik kopyalanması, onun bir yansıması, onun ortaya çıktığı dünyanın bir yankısı veya [...] onun yadsınması veya yaşayan çelişkisi olarak görülebileceğine dair*” literatürde birbiriyle çelişen önerilere dikkat çeker (2006: 501). Silbermann ise bu çelişkileri, müziğin hem toplumsal mücadelelerden bir kaçış deneyimi olmak, hem de bu toplumsal mücadeleleri bünyesinde barındırmak gibi karşıtların diyalektik birliğini barındıran paradoksal, muğlak yapısına atfederek (aktaran Pickering, 2015: 204) rasyonalize eder. Dolayısıyla, görüşler birbirleriyle çelişiyor olsa da birçok önemli çalışma müzik ve toplum arasında belirli bir bağlantı olduğu noktasında birleşmektedir.

Anlamları ifade etme biçimi üzerinde ihtilaflar olmasına karşın, “*müziğin icracılarının ve dinleyici kitlesinin bilinç durumuna dair bir bakış sunduğu*” (Street, 2008: 273) düşüncesi “Yansıtma Teorisi”nin temel argümanını oluşturur. Bu doğrultuda yapılan çalışmalarda bir müzik sistemi ile toplum sistemi arasında yakın bir benzerliğin söz konusu (Güngör, 1993) olduğu iddia edilebilmekte³, müzik beğenisinin etik bir uzlaşmaya delalet ettiği (Frith, 1996: 114) de söylenebilmekte, müziğin ortak yaşam biçimleri ve kimlikler oluşturmanın/sürdürmenin bir aracı olduğu söylenegelmektedir (Street, 2003). Tüm bunlar müzik ve toplum arasındaki ilişkiselliğe dair iddiaların önemi hakkında fikir vermektedir.

² Örneğin edebiyat eserlerine yönelik bir çalışma için: (Griswold, 1981).

³ Bu bağlamda Adorno “Beethoven’ın zamanında müziğin ve toplumun aynı anlamı taşıdığını” iddia edebilecek kadar ileri gidecektir (Aktaran Blomster, 2006: 500).

Tüm bunlara binaen, kökleri Weber’e ve Frankfurt Okulu’na uzanan “müzik sosyolojisi” gibi önemli bir araştırma alanı ortaya çıkmıştır (Martin, 1995). Çünkü modernitenin ortaya çıkışıyla beraber sosyolojiye duyulan ihtiyaç, çok geçmeden toplumsal değişimin önemli bir bileşen ve taşıyıcısı olan sanat ve müzik alanının önemini de akla getirmiştir (Güven ve Ergur, 2014: 2-3). Müzik sosyolojisi, müzikolojinin bir kolu olarak doğmasından sonra tonalitellerdeki değişimi anlamlandırma çabasının müziği anlamaya yetmemesi ve müziğin toplumsal koşullarla ilişkisi içerisindeki üretim, icra, yeniden üretim gibi dinamiklerinin de incelenmesi gerektiğinin anlaşılması üzerine kendi araştırma yöntemlerine de sahip olan ayrı bir bilim haline gelmiştir (Lippmann, 1994: 506-507). Temel görevi “*‘estetik ve ekonomik, toplumsal ve siyasal meseleler arasında’ yakın bir ‘ilişki’ gördüğünden dolayı, ‘insan toplumunun tarihsel gelişimiyle ilişki içinde müzik üretiminin ve yeniden üretiminin’ kavranması*” şeklinde özetlenebilecek olan (Blaukopf’tan aktaran Blomster, 2006: 509) müzik sosyolojisi, bu doğrultuda gittikçe genişlemiş ve “*kentleşme, kapitalizm, göç, toplumsal tabakalaşma gibi alanları kapsayan bir perspektif içerecek şekilde*” (Güven ve Ergur, 2014: 2) yaygın bir çalışma sahası edinmiştir. Müzik sosyolojisi dendiğinde akla gelen ilk isimlerden Adorno, müzikal eserlerin “*insanlık durumunu*” yansıtacak şekilde topluma ayna da tutabileceğini, toplumdaki “*ahlaki noksanlığı*” da katmerleyebileceğini, bunun sanatçının yönelimine bağlı olduğunu söylemektedir (Witkin, 2003: 9). Buna karşın kimi sosyologlarsa eserlerin toplumun yansımaları olarak deşifre edilmesinden ziyade bu eserleri çok sayıda insanın ortaklaşa çalışmalarının sonuçları olarak görmeyi tercih ederler (DeNora, 2000). Dolayısıyla, onlara göre sanat eserinin betimleyici yanından çok onun ortaya çıktığı belirli bir sosyal “bağlam” ve bu bağlama dair işaretler barındırması söz konusudur.

Schlesinger “*Bir grubun tanımlayıcısının onu diğer gruplardan ayıran sınırlar olduğunu*” söyler (1987: 235). Bu bakış açısıyla değerlendirildiğinde müziğin bu sınır çizgilerinden biri olup olmadığı düşüncesi doğmuş (örneğin Frith, 1996) ve 1960’lı yıllardan itibaren toplumsal hareketlerin ve çeşitli altkültürlerin müzikteki tezahürlerinin veya eş zamanlı olarak kent yaşamına uyum sağlamada yaşanan sorunların ifade bulduğu müzik türlerinin incelenmesi gibi çalışmalar dünya çapında ilgi çekmeye başlamıştır. Toplumsal aktörün sahip olduğu ekonomik, sosyal ve kültürel sermayelere göre sanat ve müzik alanındaki beğeni ve tercihlerinin de şekillendiği düşüncesi Bourdieu ile daha da belirginleşmiştir (Güven ve Ergur, 2014: 4-5). Bourdieu bu doğrultuda toplumsal ayrımlara değinirken “*Hiçbir şey bir insanın sınıfını müzik zevkinden daha net ortaya koyamaz, onu daha şaşmaz biçimde kategorize*

edemez” demektedir (1984: 18). Benzer şekilde Finnegan’a göre de gönüllü boş zaman aktiviteleri insanların kim olduğuna dair ücretli işlerinden daha fazla fikir sunmakta olup müzik de bu anlamda başat unsurlardandır (aktaran Frith, 1996: 125).

Ne var ki daha önce de belirtildiği üzere “Yansıtma Teorisi” çeşitli eleştiriler de almaktadır. Bunların başında, müziğin ortaya çıktığı bağlamı yansıtmakla kalmadığının, aynı zamanda onun üzerinde bir etkiye de sahip olduğunun görmezden gelindiği bırakıldığı yorumu gelmektedir. Bu bağlamda müziğin sosyal ve politik olarak belirleyici gücüne, dolayısıyla kitleleri harekete geçirme potansiyeline de sahip olduğunu ifade eden çok sayıda çalışma bulunmaktadır. Örneğin Willis, müziğin değerleri bünyesinde barındırmak ve göstermekle kalmadığını, dinleyicilerini eyleme geçirdiğini göstermiştir (DeNora, 2000: 4, 7). Frith de, meselenin müziğin insanları nasıl yansıttığı değil, onları nasıl ürettiği olduğunu belirtir (1996: 109). İlaveten, birçok disiplinden araştırmacılar, müziğin bireyler tarafından bir yoruma tabi tutulduğunu ve bu nedenle dinleyiciler nezdinde politik bir gücünün bulunabildiğini belirtmektedir (Way, 2013: 716). Adorno’nun çalışmalarında da buna paralel tespitlere rastlanır. Adorno’da müziğin eleştirel bilincin bir kurucusu olarak da tanımlandığı, yani toplumsal yapının inşasında bir malzeme olduğu görülür (2007). Bu yöndeki düşünceler DeNora’nın ortaya attığı “*Eyleme Geçmiş Müzik*” (“*Music-in-Action*”) kavramı altında toplanabilir. DeNora’ya göre müzik alımlayıcısında “*duygu, dürtü ve ifade*”ye dönüşerek eylem için zemin oluşturur (2017). Böylece müzik, “*sosyal ağların oluşumuna, kurumsallaşmalara ve etkileşimlere*” (Acord ve DeNora, 2008: 224) yol açarak “*sosyal düzenlemenin bir aracı olur*” (DeNora ve Ansdell, 2017: 231).

Bu bağlamda, düşünen ve konuşan bir politik hayvan olarak insanın kamusal alandaki (Habermas, 1991) performansı müzikten soyutlanabilir değildir. Ne var ki müziğin bu özelliği Habermas’ın idealize ettiği biçimde eşitler arasında gerçekleşen bir iletişim süreci çerçevesinde tezahür etmek zorunda değildir ve çoğunlukla da etmediği görülmektedir. Sözelimi müziğin (mağaza ve benzeri ticari alanlardaki kullanımından bildiğimiz gibi) bilinçaltına kadar etki edebilen tek taraflı, yönlendirici bir kuvvet olarak kullanımı oldukça yaygındır. Bir başka deyişle, belirli bir toplumsal alanda müziği kontrol edebiliyor olmak aynı zamanda dengeleri değiştirici sosyal bir güce de sahip olmaktır (DeNora, 2000: 20). Bu durum politik anlamda incelendiğinde, kitlelere müzik vasıtasıyla aktarılan anlatıların “*ideolojik bir mutabakatın sağlanmasında*” araçsal bir rol oynadıkları görülür (Aksakal, 2015:

34). Bu nedenledir ki aynı doğrultuda Schering de müziğin dinsel, askeri ve (milli marşlar gibi) kamusal kullanımları üzerinden bir “*ortak deneyim*” vasıtası olarak büyük kitleleri birleştirmekte kullanılan güçlü bir vasıta oluşuna dikkat çeker (aktaran Blomster, 2006: 495). Müzisyen ve onun müziği, kapitalizmin doğuşuyla beraber sekülerleşmiş ve özerkleşmiş olsa da “*doğası gereği ideolojiyle lekelenmiştir*” (Taruskin’den aktaran Bauer ve Kerékfy, 2017: 9). Daha açık bir deyişle, sekülerleşmiş olması müziğin güç ilişkilerinden bağımsız hâle geldiği anlamına gelmez; aksine müzik “*sıklıkla kötüye kullanılır*” (Blomster, 2006: 503). Dolayısıyla sınıflı toplum yapısı içerisinde müzik de Gramsci’nin ifadesiyle “*kültürel hegemonya*” mücadelesinin bir cephesi olarak kavranmalıdır (Storey, 1996: 10). Zira kitle kültürünün oluşumu kendi kendine gerçekleşmez, bu oluşum endüstriyel mantığın kültürel katmandaki karşılığı olan kültür endüstrisine yönlendirilir (Horkheimer ve Adorno, 1972). Burada “sanayi üretim mantığı” ifadesi, kültürel yapının dizaynında yalnızca üretimdeki mülkiyet ilişkilerinin değil, pazarlama ve dağıtımdaki mülkiyet ilişkilerinin de etkili olduğunu ifade eder. Dolayısıyla bir müzik yapıtının salt üretilmiş olması onu politik yapmaya yetmemekte, üretilmiş olan bir müziğin politik bir etkisinin olabilmesi için öncelikle bir alıcıya ulaş(tırıl)ması, ve o alıcı tarafından dinlenmesi gerekmektedir.

Diğer taraftan, sadece ve sadece “müzik dinlemenin” de politik bir eylem olarak nitelenemeyeceğini; bir başka deyişle, dinleyicinin “*kendi çağıyla karşılaşmasına*” yol açan müzikal unsurlara kayıtsız kalmayacağını varsayamayacağını iddia edenler de vardır (Blaukopf’tan aktaran Blomster, 2006: 499). Zira bu durumda herhangi bir müzikle ilgili herhangi bir eylem (söz gelimi bir Celine Dion albümü satın almak) politik bir eylem biçimi olarak görülebilecektir. Bu nedenle literatürde “*keyif*” aktivitesi olarak müzik dinlemeyi politik eylemden ayırmayı önerenler de bulunmaktadır (Parry’den aktaran Street vd., 2008). Nitekim “*Balık Ayhan’ın müziğinde siyasi içerik aramak*” da aslında “*Balık Ayhan dinleyicisine hiçbir şey söylemez*” (Tekelioğlu, 2006: 21). Öte yandan, Adorno gibi düşünürler dinleyicilerin aktif bir dinleme yapmasalar da bilinçaltı manipülasyonunun nesnesi olabileceğini öne sürer (1976: 53).

Mattern müziğin siyasetteki kullanım biçimleri üzerine çalışmış ve bunları üçe ayırmıştır (1998). Ona göre protest müzikte görülebildiği üzere, belirli bir taraf seçen ve ötekine cephe alan müzik biçimi müziğin “muhalif” kullanımı; belirli bir topluluğun kimliği hakkında tartışmaya katılan, fikir beyan eden biçimi müziğin “tartışmacı” kullanımı, hâlihazırda

belirlenmiş olan kimlikler/çıkarlar doğrultusunda kullanıma konan müzik ise müziğin “pragmatik” kullanımıdır. Müziğin hem Birinci Dünya Savaşından Körfez Savaşına değin sıcak savaşta, hem de Soğuk Savaş ortamına kadar uluslararası siyasetin de pek çok cephesinde etkin olarak kullanılmış olması (Jowett ve O'donnell, 2012: 211-287) bunun önemli bir göstergesidir.

Elbette müziğin siyasal amaçlarla kullanımı yalnızca seçimlerle sınırlı olmayıp çok çeşitli örnekler bulunmaktadır. Örneğin Blues'un siyahların daha önce belli belirsiz dile getirilen arzu, umut ve hayallerine yön ve şekil veren bir rol oynamış olması gibi (Street, 2003: 122). Yine Street'in Starr'dan (1983) aktardığına göre İkinci Dünya Savaşı'nda müttefik kuvvetler müziği kullanarak askerlerine moral güç takviyesi yapmıştır (2003: 114). Askerlere özellikle folk (halk) müziği dinletilerek “*yuvayı*” hatırlamaları sağlanmış (böylece geriye dönmek için umut ve azim duyguları zerk edilmiş) ve aynı zamanda milliyetçi militanlık körüklenerek ikili bir etki yaratılmıştır. Müziğin (bizim konumuz olan seçim müziklerinde olduğu gibi gibi) siyasal bir tavrın ortaya konması ve “*örgütlenme için araçsallaştırılması*” ise (Street vd, 2008: 273) Mattern'in yaptığı kategorizasyona (1998) göre “pragmatik siyasal kullanım” kapsamında değerlendirilmelidir. Bir sonraki bölümde müziğin bu yöndeki kullanımı incelenecektir.

1.2. Müzik ve Siyasal İletişim

Walter Lippmann, henüz 1922 yılında siyasal iletişimin önemini “*Modern zamanların ayırt edici devrimi endüstriyel, ekonomik ya da siyasi değildir, yönetilenlerde rıza yaratma sanatında gerçekleşmekte olan devrimdir*” sözleriyle öne sürmüştür (1997: 158). Bu kapsamda Lazarsfeld ve arkadaşları, “Halkın Seçimi” (“*The People's Choice*”) çalışmasından başlayarak “Kişisel Etki” (“*Personal Influence*”) araştırmasına kadar 1940'lardan 1960'lara kadar sürdürdükleri, kitle iletişimi ile oy verme davranışı (ve ayrıca satın alma, kanı değiştirme vb.) arasındaki ilişkiyi inceleyen ampirik çalışmaları “İletişim Araştırmaları” olarak adlandırmışlar (Katz, 1987) ve günümüzün önemli araştırma alanlarından olan siyasal iletişimin 1940'lı yıllardan itibaren yükselişine şahit olunmuştur (Tokgöz, 2019: 13).

Ne var ki “siyasal iletişim” ifadesini oluşturan her iki sözcüğün de (“siyasal” ve “iletişim”) de çok geniş ve farklı tanımları olan kavramlar olması nedeniyle “siyasal iletişim”

başka diğer disiplinlerarası çalışmalara nazaran bile fikri kaynaklarının sayısı çok fazla olan bir alandır. Siyasal İletişim'in beslendiği disiplinler arasında siyaset biliminin yanı sıra sosyoloji, antropoloji, psikoloji, dilbilim, gazetecilik, halkla ilişkiler ve iktisat gösterilmektedir (Bennett ve Iyengar, 2008: 709). Bu nedenle siyasal iletişim çalışmalarının tarihi Lazarsfeld'den de öncesine, söz gelimi Gabriel Tarde'ın 1903 yılında yayınladığı "Taklit Yasaları"na kadar dayandırılmaktadır (a.g.e.). Bu doğrultuda, siyasal iletişimin ne olduğu konusunda farklı görüşler bulunmaktadır. Örneğin Denton ve Woodward'a göre (1900:14) siyasal iletişim "*kamu kaynaklarının nerelere nasıl dağıtılacağına, resmi otoritenin ve yaptırımların kimlere nasıl uygulanacağına karar vermeye yönelik saf tartışma*"dır. Aziz ise (2019:4) siyasal iletişimi "*Belli ideolojik amaçları toplumda belli gruplara [...] kabul ettirmek ve gerektiğinde eyleme dönüştürmek, uygulamaya koymak üzere siyasal aktörler tarafından çeşitli iletişim tür ve etkinliklerinin kullanılması*" olarak tanımlamaktadır. Kentel'e göre "*siyasal arenada birbirini anlama ve anlatma sanatı*" iken (1991:40) Wolton'a göreyse "*siyasi liderler, gazeteciler ve kamuoyu kaynaklı, çatışan siyasal söylemlerin değiş tokuş alanı*"dır (1990).

Bu yönüyle müzik de çağdaş siyasal iletişimin gerekli bir bileşenidir. İster açıkça ister üstü kapalı bir şekilde olsun her müzik yapıtı belli bir siyasal durumu destekleyerek ya da ona karşı çıkarak siyasal bir işlev yüklenir (Cross, 2017: 2; Street, 2003: 114). Bu dinamik sayesinde ki "*seçim dönemlerinde siyasal partiler tarafından kullanılan seçim şarkıları seçmenlerin kendi temsilcilerini belirlemekte etkili olmaktadır*" (Şahin, 2008'den aktaran Yavuz ve Sezer, 2018: 30). Bu doğrultuda, literatürde müziğin başta gençler olmak üzere toplum üzerinde siyasal katılımı artırıcı etkisi olduğuna dikkat çeken çalışmalar bulunmaktadır (Englert, 2008; Cloonan ve Street 1998)⁴. Dolayısıyla "seçim şarkısı" diye bir olgunun tarihinin de 1700'ler ABD'sine kadar uzanması (Tanyıldızı, 2012: 99) şaşırtıcı değildir. Buna karşın kimi kaynaklarda seçim şarkılarının aynı siyasal görüşe sahip seçmenler üzerinde birleştirici bir etki yaptığı ancak başka partilere oy veren seçmenleri çok fazla etkilemediği ifade edilmektedir (Kalender, 2005: 89'dan aktaran Yavuz ve Sezer, 2018: 30). Öte yandan, "*toplulukların ve bunların siyasi kurumlarının varoluşunun sürekli olabilmesinin ve bütünlüklerinin iletişimsel egemenliklerine bağlı olduğu; bir topluluğun fazla miktarda*

⁴ Englert'in araştırması belirli müzik türlerinin gençlerin seslerini duyurmalarına yardım ederek politik katılımlarını artırdığını Tanzanya örneği üzerinden ortaya koyarken, Cloonan ve Street ise spesifik olarak gençlerin siyasal katılımını artırmak için popüler müziği ve müzik ikonlarını kullanan "Rock the Vote" inisiyatifinin başarısını göstermektedir.

(miktarı kesin olarak belli değil) dış kaynaklı bilgi tükettiği takdirde [...] topluluğun sonunun geleceği” de varsayılabilir (Banks ve Collins, 1989’dan aktaran Morley ve Robins, 2011: 72). Bu ifade Gramsci’nin hegemonya mücadelesi tespitinin bir yorumu gibi görünmekle beraber, konuyu sınıf mücadelesi perspektifinden ele almayarak anaakım siyaset bağlamında da okunabilir kılmasıyla dikkate değerdir. Buradan gelinecek nokta, kişilerin yakın olmadıkları partilerin siyasal iletişim çalışmalarından etkilenmiyor görünebileceği, ancak kesin olarak belli olmasa da bu siyasal iletişime “fazla miktarda” maruz kaldıklarında çözülmeye başlayabileceği yönündedir. Dolayısıyla siyasal partilerin seçim şarkılarını yalnızca kendi seçmen kitlelerinin sadakatini artırmak vb. gibi nedenlerle belirlemediği, hegemonya mücadelesinin bir parçası olarak da değerlendirdiği öngörülebilir.

Seçim şarkılarının siyasal etkisi, yalnızca seçmenlere ilettiği mesajlar vasıtasıyla gerçekleşmez. Müzik dinleyicileri arasında birtakım ortak değerler yaratmak gibi işlevleriyle (Street, 2003: 125) de siyasal içerik ürettiği için siyasetin bir belirleyeni olma gücüne sahiptir (Tanyıldızı, 2012: 99). Seçimlerin gittikçe müşterilerin ürün seçtiği bir “pazar”a benzemeye başladığı (Bourdieu, 1991: 171-172) ve bu doğrultuda seçim kampanyalarının da neredeyse tamamen halkla ilişkiler şirketleri, reklam ajansları gibi pazarlama kuruluşlarının tasarımına bırakılmış olduğu (Swanson ve Mancini, 1996) günümüzde siyasal partiler de “görece kısa ve net bir biçimde tasarlanmış bir zaman aralığında kimlik inşa süreçlerini yoğunlaştırır” (Roper, 2005: 140). Çünkü “her pazar yerinde olduğu gibi, müşterilerin siyasal alandaki kabul edilebilir ürün ya da söylem yelpazesi içinden bir tercihte bulunmasını sağlamak üzere kendilerini diğerlerinden ayırırlar” (a.g.e., s. 141). Bir başka deyişle, Bourdieu’nün (1984) gösterdiği üzere bireyler belli toplumsal sınıflara aidiyetlerini göstermek üzere müziği nasıl müziği kullanabiliyorlarsa, tüzel kişilikler de müzik kullanımları vasıtasıyla bir kolektif kimlik çerçevesi çizebilirler. Böylece, Frith’in (1996) ve deNora’nın (2000) da gösterdiği üzere müzik kolektif bir kimlik oluşumu için kullanılabildiği için, siyasal partiler kullandıkları seçim şarkıları vasıtasıyla oluşturdukları “biz” duygusu ile de seçmenleri kazanmaya çalışırlar.

Kimi şarkıların, şarkıcıların ya da müzik akımlarının çeşitli nedenlerle belli başlı sosyokültür gruplarıyla ilişkilendiği bilinmektedir (Stokes, 1994; Frith, 1996)⁵. Hatta bir

⁵ Buna örnek olarak Starr, 1930’lar Almanya’ında *swing* seven Alman gençlerinin (İngiliz stili) kılık kıyafetleri ile iktidara karşı bir duruş sergilediklerinden söz eder (Street, 2003: 120). Dolayısıyla söz konusu dönemde

müzik türünün sözleri ya da üslubu değil, o müzik biçimi etrafında oluşan “yaşam tarzı” da siyasal bir ifade biçimi sayılabilir. Bu bağlamda partiler (ya da siyasi figürler) belirli bir demografiye ulaşmak için o kitlenin dinlediği müzikleri kullandığı durumlar vakidir. Margaret Thatcher’ın 1979’da dar gelirli kadınlardan oy alabilmek için onlara hitap eden şarkılardan birini “*favori şarkısı*” olarak lanse etmesi buna örnek olarak verilebilir (Cross, 2017: 3). Bu minvalde, siyasi partilerin toplumdaki farklı sosyokültürel grupları tespit ederek onların farklı müzik zevkleri üzerinde çalışması köklü bir pratiktir ve bütün seçmenlerin oyuna talip olan siyasal partilerin seçmenleri sosyokültürel anlamda segmente ederek türsel anlamda bu sosyokültürel gruplara hitap edecek şekilde mümkün olan en kapsayıcı repertuara sahip olma arzusu duyacağı, kurumsal kimliğini bu şekilde oluşturacağı düşünülebilir.

Ancak çokkültürlü ve çok katmanlı bir toplumsal yapıda “biz” ve “onlar” arasında farklılaşan çeşitli müzik tarzları, sembolik kelimeler vb. arasından yalnızca belirli bir “biz” veya “bizler” seçilirse müzik yoluyla kitleselleşme hedefi sekteye uğrayabilir ve seçilen şarkılar yalnızca “biz” tarafının “*yankı odası*”nda (Clark ve Van Slyke, 2010) çınlayabilir. Dolayısıyla seçim şarkılarının sözleri, tınıları, türleri vs. itibarıyla mümkün merteye herkesi kucaklayıcı olması, bu yönde söylemler ve çağrışımlar içermesi de beklenebilir. Bu kapsamda siyasi partiler toplumsal segmentlerin mümkün olan en fazlasına hitap edecek kadar geniş bir seçim şarkısı repertuarının yanında kapsayıcı/kuşatıcı niteliğe sahip tek bir parçaya ya da parçalara da yer vererek arzu edilen ulusu tanımlayabilirler. Bu doğrultuda David Harvey, her ikisi de tamamen gerçek ya da tamamen kurgusal olabilecek şekilde, tarihin ve komünitenin kültürel girişimcilik vasıtasıyla dirilti olarak “*uydurma bir kimliğin, yalandan bir hissiyatın*” yaratıldığına değinmektedir (1987: 274). Dolayısıyla, kültür endüstrisinin kapitalist “*yaratıcı yıkım*” (Schumpeter, 1942) dinamiği sayesinde bir “hayali cemaat” olarak “ulus”, kültürel ürünler vasıtasıyla an be an yıkılıp yeniden üretilmektedir. Nitekim “*ulusal bir kültür ‘yaratılmış’ olması, bir kereye mahsus ve ‘tamamlanmış’ ve aynı şekilde ‘bozulması mümkün olmayan’ bir iş olarak görülemez*” (Morley ve Robins, 2011: 72). Bu kapsamda seçim dönemleri tüm siyasi partilerin yurttaşları çeşitli siyasi programlara ikna etmeye giriştiği zaman dilimleri olup bu siyasi programların içinde belirli bir “*üst kimlik*” (Oran, 2013) yeniden tanımlaması da yer alır. Bir başka deyişle, seçimlerde ulus devlet düzeyinde rekabete giren bütün siyasi partiler seçim şarkılarında yer verdikleri söylemler doğrultusunda belirli bir

(halen seçimler yapılmaktayken) bu kitleyi kendi saflarına çekmek isteyen partilerin *swing* müziğini bir siyasal iletişim aracı olarak kullanması beklenebilirdi.

siyasal program, normatif bir üst kimliğin tekilliğini önerirler. Bu nedenle de ulusallığın tanımı gereği, siyasal iletişim ürünlerinin (örneğin bu tezde ele alındığı üzere seçim şarkılarının) çoğulculuğu içerisinde dahi bir bütüncüllük, tutarlılık, türdeşlik arayışı bulunması (Morley ve Robins, 2011: 251) beklenebilir. Zira “*değişmez ve sınırları belirli olan kültür anlayışının yerini dinamik ve etkileşimli kültür kavramı almıştır*” (Wolf, 1982: 387) ve seçim şarkıları – seçmen etkileşimiyle ulus yeniden tanımlanabilir. Siyasal partiler böylece kurumsal kimliğini muhayyel ulusal kimlikle eş tutabilir.

İster toplum içindeki spesifik hedef grupların kimliklerine hitap eden çoğul bir repertuar, isterse de ulus denen “*hayali cemaat*”ın (Anderson, 2006) tekilliğine atıfla kapsayıcı, şemsiye bir kimliğe işaret eden üniter bir repertuar oluşturulmuş olsun bazı kimliklerin dışarıda bırakılması gerekecektir. Zira kimlikler “*birbirleriyle olan ilişkileri [...] içerisinde ve birbirleri sayesinde*” oluşan (Morley ve Colins, 2011: 73) aidiyet kategorileri olup her “biz” aynı zamanda bir veya daha fazla “onlar” demektir. Dolayısıyla “biz” ve “onlar” söylemi siyasette kendine rahatlıkla yer bulabilmekte, savaş da dâhil olmak üzere çeşitli şiddet formlarını meşrulaştırıcı bir zihinsel altyapı oluşturmaktadır (Leudar, Marsland ve Nekvapil, 2004; Oddo, 2011). Ya da kimi eşitsizlikler (örneğin “Batı” ile dünyanın geri kalanı) oluşturulan karşıtlıklar üzerinden (“*Soylu Batı medeniyeti*” ve diğer “*aşağı, yabani medeniyetler*” gibi) meşrulaştırılabilmektedir (Hall, 1992). İç politikada da bu tür söylemlerle toplumu “biz” ve “onlar” olarak iki kutba ayırmak hem iktidarlar hem de muhalifler tarafından başarıyla uygulanabilen stratejilerdir (Körösényi, 2013: 19; Lauk, 2002). Zira bu ayırım “*negatif partizanlığı*” (Rose ve Mishler, 1998) körükleyerek seçmenin karşı kutba geçmesini engelleme işine yaradığı gibi grup içi bağları güçlendirici, dayanışmayı artırıcı bir rol de oynamaktadır (Blitvich, 2010: 541; Stein, 2001: 126).

Şarkılar vasıtasıyla grup aidiyetlerinin sınırları çizilirken devrede olan temel unsurlardan biri de “hafıza”dır. Zira “*kimlik bir bellek sorunudur*” (Morley ve Robins, 2011: 131). Kolektif hafızalar; çeşitli hikayeler, ritüeller, anıtlar [...] ve şarkılar yoluyla inşa edilir (Jowett ve O'donnell, 2012: 198). Buna ek olarak, belirli şarkılar veya janrlar belirli olay veya dönemlerin *soundtrack*'i haline gelirler (Street, 2003: 114)⁶. Bir diğer deyişle müzik, dinleyici kitlesine ortak deneyim ve anıları hatırlatarak (Street, 2003: 125) ya da kolektif bir duygusal deneyim yaşatarak (Ramet, 1994: 1) ortak bir anlam dünyası oluşturur. Böylece amorf bir

⁶ Söz gelimi bugün belirli bir yaşın üzerindeki herhangi bir Türkiye vatandaşının 1980 tarihine geri dönmesi için herhangi bir Hasan Mutlucan türküsünün yalnızca birkaç saniye için dinletilmesi yeterli olacaktır.

kitlenin somut bir kimlik edinmesini sağlayan “tarih yazımı” estetik düzeyde oluşmuş olur (Pocock, 1991: 8). Bu kapsamda siyasal oluşumlar, kendileriyle ilişkili gördükleri belirli “asr-ı saadet” dönemlerini ya da rakiplerinin yumuşak karnı olan kimi negatif dönemleri anımsatmak için şarkılara başvurabilirler. Ayrıca müzikle öğretilen kavramlar hafızada daha iyi yer ettiği için reklam *jingle*’ları vasıtasıyla pazarlama mesajlarının iletilmesi gibi (Yalch, 1991), siyasi partilerin seçim şarkıları yoluyla ilettiği söylemler de kitlelerin “*diline dolanmaktadır*” (Tanyıldızı, 2012: 102).

Müziğin siyasal iletişim amaçlı kullanımında rolü ihmal edilmemesi gereken temel öznelardan birinin de müzisyenin kendisi olduğu unutulmamalıdır. Müzisyenler Gramsci’nin organik entelektüelleri olarak “*hakikatin taşıyıcısı*” (ya da hakim sınıfın ideoloğu) rolünü üstlenebildikleri için (Eyerma ve Jamison 1998’den aktaran Street, 2003: 127) müzisyenin bizzat kendisi müzik-siyaset ilişkisinin kritik bir parçasıdır. Zira o “*bir yandan ‘kendi çevresi’ ile, yani toplumla, diğer yandan yeni beste tekniklerini uygulaması dolayısıyla müziğin materyaliyle [...] meşgul olduğu iki diyalektik karşılaşmayı sürdürmek zorunda olan*” üreticidir. Seçim şarkıları bağlamında ise, bir sanatçının bestelediği ya da yorumladığı parça belirgin bir siyasal mesaj içermese bile o parçanın salt o sanatçı tarafından bestelenmiş/yorumlanıyor olması “*halo etkisi*” gösterebilir ve sanatçının kişiliğiyle özdeşleşmiş olan anlam ya da anlamlar da dinleyici kitlesine geçebilir (Nisbett ve Wilson, 1977)⁷. Bunun tam tersi de geçerli olup “popüler şarkı” ile “sanatçının popülerliğini” de birbirinden ayırmak gerekir. Birçok sanatçı(nın birçok şarkısı) halk nezdinde popüler olabilir, ancak popülariteleri mutlaka bu kişilerin siyasal görüşlerinin merak edildiği, dikkate alındığı ya da kitleleri etkilediği anlamına gelmez (Street vd, 2008: 276). Kimi sanatçılar (ve onların şarkıları) salt popüler oldukları için siyasal iletişim aracı olarak tercih edilir (**a.g.e.**).

⁷ Örneğin bu tez için yapılan saha ziyaretlerinde Ak Parti’nin Beyoğlu seçim çalışmalarında Onay Şahin’in “*Başkomutan*” bestesini sıklıkla çaldığı gözlemlenmiştir. Hemşince “*Ka Tun Mita Xendasoc*” türküsünün bestesi üzerine yazılan sözlere sahip olan türkü, Recep Tayyip Erdoğan’a övgüler içeren ve 15 Temmuz’u hatırlatan sözlerinin yanında söz konusu türkünün ilk popüler yorumunun Kazım Koyuncu tarafından yapılmış olmasıyla da öne çıkmaktadır. AK Parti ve CHP adaylarının Karadenizlilerden seçilmesi sonucunu beraberinde getirecek kadar yoğun olan Karadeniz kökenli Beyoğluluların hafızasında genç ve güler yüzlü kimliğiyle hatırlanan Kazım Koyuncu’nun özel bir yeri olduğu iddia edilebilir. Ayrıca Kazım Koyuncu yalnızca çağdaş Karadeniz müziğindeki rolüyle değil, Trabzonsporluluğu ve Karadenizlilerin ortak hafızasında yerleşik bulunan Çernobil faciasına bağlanan trajik vefatı dolayısıyla da çağdaş Karadenizli kimliğinin kurucu unsurlarından biridir. Dolayısıyla söz konusu parçanın seçiminde Kazım Koyuncu’ya yönelik sempatiyi AK Parti’ye kanallı etme dürtüsünün de rol oynadığı savunulabilir.

1.3. Popüler Müzik

Bir önceki alt başlıkta belirtildiği üzere, siyasal partiler toplumdaki çoğul kimlikleri cezbetmek için çabalarırken bir yandan da bu toplumsal çeşitlilikle boğuşmaktan mümkün olduğunca kaçınmak isteyebilirler. Bu bağlamda siyasal partiler, bir ortak payda olarak genel beğeniye hitap ettiği düşüncesiyle kitlelere erişmek için popüler müziği kullanabilirler. Günümüzde ister müziğin sirayet ettiği alanlara (mağazalardan plajlara kadar) ister satış rakamlarına bakılsın, hele de “*popülizmin yükselişi*” çağında (Inglehart ve Norris, 2016) müzik söz konusu olduğunda “popüler olan”ın özel bir önemi vardır da denebilir. Bu bağlamda, popüler müziğin ne olduğunun ayrıca tartışılması faydalı olacaktır. Ne var ki popüler müziği tanımlarken kullanılan kriterler “*yanlış olmasa da muğlak*”tır (Küçük Kaplan, 2016: 22). Popüler müzik ile pop müziğin aynı şey olup olmadığı konusunda dahi bir uzlaşma mevcut değildir (Küçük Kaplan, 2016: 320 ve McGregor, 2000).

Popüler müziğin kökeni, burjuvazinin kültür sahnesine çıkışına tekabül eden erken Aydınlanma dönemine dek uzanmaktadır. Burjuvazinin, orta çağ döneminde birbirlerinden neredeyse tamamen izole sosyal (ve dolayısıyla kültürel) katmanları ulus devlet çatısı altında kaynaştırması sonucu “*herkesin anlayabileceği ve her kulağa hoş gelen*” bir müzik anlayışı, yani popüler müziğin doğuşu başlamıştır (Wicke ve Dalaman, 2006: 7-8). Elbette bu “herkes” (tıpkı “herkesin okuyabileceği” bir şeyin okuma yazma bilmeyenlerce de okunabilecek hali olmadığı gibi) ifadesi tartışmaları ortadan kaldırmamış, “popüler” düşüncesi giderek sosyal sınırlar çizen bir ideolojik araca dönüşmüştür (a.g.e.: 15). Frith’e göre de başarılı popüler müzik, popüler olanın ne olduğunu bizzat kendi ortaya koyan belirleyici bir güç, popülerite gömleğini giymek (toplumsal aidiyet) isteyenler için dikilmiş bir kıyafettir (Frith, 1996: 121-122). Başka şekilde ifade edilirse, popüler olanın (“olması gerekenin” olarak da okunabilir) kurgulandığı ve popüler daireye girmeyen zevklerin ötekileşmesinin de yolunu açan bir gidişat böyle başlamıştır.

Bu yeni ortaya çıkan müzik türü Adorno tarafındansa ciddi müziğin dışında, hafif müzik olarak anılmaktadır (2002). Ona göre popüler müziği “ciddi müzik”ten ayıran husus (bir endüstriyel ürün olması dolayısıyla) standardizasyondur (Çelik, 2012: 58). Ahmet Say’a göre ise müzik; geleneksel, klasik ve popüler olmak üzere üçe ayrılmaktadır: geleneksel müzik bir halkın birikimini oluşturan gereksinimlere, klasik müzik sanatsal doyumu karşılamaya,

popüler müzik ise genellikle eğlence ihtiyacını gidermeye yöneliktir (Yurga, 2010'dan aktaran Küçükkaplan, 2016: 21). Dolayısıyla, Konu çağdaş popüler müzik olduğunda, bu müziğin endüstriyel yapısı müziğin ticari amaçlı üretildiği ve popüler zevkin pazarda kurulduğu okumalarını beraberinde getirir (Frith, 1996: 120). Bu nedenle olacak ki Adorno popüler müzikten “*önemli bir toplumsal işlev*” üstlenmesini beklemeyecektir (Blomster, 2006: 497).

Ne var ki kitlenin bazı şarkıları sevip bazılarını sevmemesinin “piyasa” ile açıklanamayacak, estetik boyutları olduğu da savunulmaktadır. Örneğin Gans popüler kültür ürünlerinin sadece üretim ilişkileri ağında düşünülmesinin, belli ürünleri tüketenlerin o ürünlerle estetik ilişki kurma hakkını reddettiğine işaret eder (Tekelioğlu, 2006: 29). Ayrıca, göre ticari değeri olduğu sürece müzik endüstrisinin müzikal içeriğe sürekli müdahalesi gibi bir durum söz konusu olmadığından pop müzikte de muhalif politik içeriğe rastlanabildiği savunulmaktadır (Way, 2013: 715-716). Dolayısıyla endüstriyel bir üretim sürecinin sonucunda ortaya çıkmış olmakla beraber egemenlerin değil, halkın beğenisini yansıttığı (aksi takdirde satılamayacağı) iddia edilmektedir.

McGregor’a göreyse bir zevki olduğunu kabul etmek durumunda olduğumuz kitlelerin tercihleri vasıtasıyla popüler müziğin çağımızın egemen ideoloji ve kültürüne karşı popüler bir direniş yaratma ihtimali olup olmadığını sorgulamamız gerekir (McGregor, 2000: 35). Pop müziği “*endüstri devrimi sonrası insanının ihtiyacı*” (a.g.e., s. 38) olarak tanımlayan McGregor, aynı zamanda Marx ve Engels’in Alman İdeolojisi’ndeki “*Bütün çağlarda egemen düşünceler egemen sınıfın düşünceleridir*” tespitine karşıt olarak “*herhangi bir toplumun herhangi bir zamandaki egemen kültürü onun popüler kültürüdür*” tezini de savunarak (a.g.e., s. 41) popüler kültürü bir hegemonik mücadele alanı olarak kurar. Bu anlamda küresel hegemonik güç Batı olduğu için de böyle bir indirgeme mümkün olmakla beraber, tarihsel olarak daha geniş bir çerçeveden bakıldığında da pop yapmanın “*Batı tarzında yapmak*” olduğu iddia edilebilir (Küçükkaplan, 2016: 342).

Bu açılardan bakıldığında, popüler müziğin hem egemen ideolojiyle, hem de karşı-kültürel, alternatif, yıkıcı değerlerle ilişkilerine dikkat çeken düşünürler mevcuttur. Bir başka deyişle “*pop kültürü de her şey gibi çelişkilerle doludur*” (McGregor, 2000: 17). Tekelioğlu da, popüler kültürün “*toplumsal ilişkileri zorlayan*” ve “*toplumsal ilişkilerin üstünü kapayan*” şeklinde birbirine zıt algılanışlarına dikkat çeker (2006: 19).

Meseleyi daha da karmaşıklaştıran hususu McGregor hatırlatır: ona göre, bütün yüksek sanatlar popüler sanatlar temel alınarak geliştirilmiştir (2000: 43). Yüksek olarak adlandırılan sanat, yalnızca belirli bir sofistikasyona ulaştıktan sonra geniş kitlelere ulaşma özelliğini yitirdiği için artık popüler olamaz (**a.g.e.**, s. 46). Dolayısıyla birinde bulunan özelliklere diğesinde de rastlanabilmesi de, rastlanamaması da bu etkileşimin doğası gereği mümkündür.

Müziğin göbekten bağlı olduğu bir başka husus teknolojik değişimlerdir. Örneğin bir tür Gutenberg devrimi olan taş baskı (litografi) tekniğinin müzikteki yansımaları, notaların yayılımını artırması sayesinde, inanılmaz boyutlarda olmuştur (Wicke ve Dalaman, 2006: 18). Şiirin daha önce sözlü halk geleneğinde müzikle bağlantılı bir formu olduğunun altını çizen McGregor da şiiri salt yazılı hale getirenin matbaa devrimi olduğunu hatırlatarak bugün şiiri yeniden yayın dünyasından koparıp popun içine çekenin de teknoloji olduğunun altını çizer (McGregor, 2000: 52). Dolayısıyla şiirin yerini şarkı sözünün alması yükselme/alçalma tartışmasından bağımsız, teknolojik bir vakadır.

Şu ana kadar ele alınan tüm bu tanımlar ve örneklerden, açıkça belirtilmese de, “*popüler kültürün üretimi ve tüketimiyle bir kent kültürü*” olduğu (Tekelioğlu, 2006: 22) her birinden dolaylı olarak çıkarılabilir. Küçükkaplan’ın bu çalışmada da benimsenen geniş tanımına göre popüler müzik, “*çoğunluk tarafından kabul edilmiş, geniş kitleler tarafından ilgi gören, güncel olan ve kolayca ulaşılabilen*” müzik türüdür (2016: 16). Bu nedenle, bu tezde pop ve popüler müzikler arasında ayırım olduğu kabul edilmiş, ancak 1960’lardan itibaren bu ikisinin aynılaştığı, dolayısıyla bu dönemden sonrası için bu iki terimin birbirinin yerine kullanılabileceği gösterilmiş ve savunulmuştur. Chambers da “*pop’un onyılı*” olarak addettiği 1960’lardan sonra bu müzik türünün modernizmin nihai göstereni olarak yükselişine ve kalıcılılaşmasına işaret eder. Böylece gündelik hayatın estetiği egemen kılınarak *laik* (kelimenin “halka ait” olan anlamıyla) kültürün/toplumun oluşumu tamamlanmış ve artık “kültür” ile “toplum” eşitlenmiştir (1986: 99).

2. TÜRKİYE'DE MÜZİK

Türkiye’de müzik sosyolojisine ilişkin az sayıda ve pek çoğu yakın tarihli çalışma bulunmasına karşın, müzik ve toplumsal değişim ilişkisine dair düşüncelere Cumhuriyet öncesi dönemden itibaren rastlanmaktadır (Güven ve Ergur, 2014: 7).

2.1. Osmanlı Dönemi

Küçükkaplan’a göre Türkiye’de müzikal temeli bağlama, kaval, davul-zurna gibi enstrümanlarla, tek sesli olarak icra edilen Türk halk müziği ile kökeni Bizans’a kadar uzanan, çoğunlukla kanun, tambur, kudüm vb. Doğu sazlarının oluşturduğu enstrümanların kullanıldığı klasik Türk müziği oluşturmaktaysa da (2016: 13) buna vurmali çalgılar ve ney ağırlıklı tekke/tasavvuf müziğini de eklemek mümkündür (Tekelioğlu, 2006: 24). Bugünkü Türk sanat müziği bu üç türün her birinden unsurlar barındırır bir yapıdadır (Öztüfekçi, 2006)

Halk müziğinde, gerek İkinci Abdülhamid gerekse de Cumhuriyet’in fikri önderleri tarafından “*Türklerin gerçek müzik aleti*” olarak kabul edilen enstrüman bağlamadır (Balkılıç, 2015: 82). Bağlamanın Türkiye’nin ulusal bir sembolüne dönüşmüş (Ersoy, 2009) bir enstrüman olduğu da bu doğrultuda savunulmaktadır⁸.

Halk müziği, Klasik Doğu müziği ve tekke müziğinden oluşan bu üçlü sacayağına oldukça gerilimli ama kalıcı bir biçimde eklemenecek olan Batı müziğinin tarihi, 1797’de III. Selim döneminde sarayda ilk operanın sergilenmesine dek uzanmaktadır. Aynı doğrultuda, Türkiye’de Batı etkili müziğin başlangıcı konusunda verilen en eski referans ise 1826’da Sultan II. Mahmud tarafından Mehter Takımı’nın alaturka ezgileri yerine Batılı tınılara yer veren Mızıkay-ı Humayun’un kurulmasıdır.

⁸ Öyle ki milliyetçiliğin resmi marşı haline gelen “Ölürüm Türkiyem”de nasıl bağlama çalınıyorsa, sol protest Grup Yorum’un dünyanın çeşitli coğrafyalarından söz edilen ve şarkının hangi coğrafyadan söz ediliyorsa o coğrafyayla özdeşleştirilmiş bir enstrümanın o kısma eşlik ettiği “Bütün Dünya Halkları Kardeştir” şarkısında Türkiye’den bahsedilen bölümde de bağlama çalmaktadır.

Türkiye’de müzik alanındaki dönüşümlerin ve bunlar üzerinde bir düşün geleneğinin oluşması, önemli ölçüde kentleşme olgusuna bağlıdır (Güven ve Ergur, 2014: 13). Geç Osmanlı döneminde Batılılaşmanın etkisiyle ve Gayrimüslimlerin öncülüğünde oluşmaya başlayan Batılı/popüler/sivil Osmanlı kent kültürünün “tür” olarak ilk örneği ise kanto olmuştur. Kantonun bir başka önemi Müslüman kadınların ilk kez sahneye çıkışını getirmesidir.

2.2. Erken Cumhuriyet Dönemi

Modern dünyanın kurucu düşünürlerinden Rousseau’ya göre her halk milli bir kişiliğe sahip olmalı ya da millete dönüşebilmesi için bu kişiliği kazanmalıdır (aktaran Llobera, 2007: 174). Bu bağlamda milliyetçi Türk aydınlar göre “*kirlenmemiş’ kültürel unsurların bulunacağı*”, dolayısıyla ulusal karakterin saf haliyle günyüzüne çıkacağı yer folklordur (Aksakal, 2015: 145).

Türk milliyetçiliğinin teorisyeni Ziya Gökalp’in aynı zamanda “*Türklerin asri medeniyete girmek için eski mazilerine dönüp bakmalarının kâfi olduğunu*” savunduğu (Göle, 1991: 26) düşünüldüğünde genç Türkiye Cumhuriyeti “halkın gerçek kültürüne dönüşü” yordamıyla milli oluşumu tamamlamakla modernleşmeyi çıkarıyordu. Dönemin düşük okuryazarlık seviyesi ise bu “gerçek kültüre” dönüş yolunda sözlü kültüre düşen görevin ağırlığını artırıyordu. “Halkın kendini “tanıması” hatta daha doğrusu “hatırlaması” ve ayrıca diğer milletlere göre farkını “öğrenmesi” için yapılan şeylerden biri de “*birlikte şarkılar söylemek*”ti (Aksakal, 2015: 92). Böylece halk müziğinin derlenmesinden “milli müzik” doğacaktı (Öztürkmen, 2006: 133)⁹.

Bu çerçevede, Türkiye Cumhuriyeti modernleşme programında kültür siyasetlerine her zaman özel bir önem vermiş ve amacını da “*Doğu-Batı sentezi*” olarak tanımlamıştır (Tekelioğlu, 2006: 92). Burada, hâlihazırda Doğu’nun baskınlığı söz konusuken yönelim Batı’ya doğrudur ve Doğu’ya dair özellikler mümkün mertebe törpülenmeye çalışılır. Zira

⁹ Halk müziğinin bir yandan hem Türk milleti de dahil olmak üzere birçok milletin inşası esnasında araçsallaştırılmış olması (Balkılıç, 2015) hem de bu şekilde milliyetçi duygularla doğrudan ilintili biçimde kullanılabilmesi; hem de dünyanın çeşitli ülkelerinde sol partilerin de “halkın sesi” olarak en çok tercih edilen müzik türü olması – ki Harker, Enternasyonal Marşı’nda dahi halk müziğini hatırlatan pastoral öğeler bulunduğuna dikkat çeker (aktaran Cross, 2017) – dikkate değer bir husustur. Dolayısıyla geniş halk kitlelerine ulaşmakta pop müzik nasıl evrensel bir stratejiyse, halk müziğinin de benzer bir amaçla yalnızca sol değil, milliyetçi söylemleri iletme amacıyla da kullanımını beklemek yersiz olmayacaktır.

Batıcı/modernleşmeci akım Osmanlı'yı Türk'ün Türklük bilincini silen, “*gayri-millî*” bir özne olarak tariflemektedir (Aksakal, 2015: 154) ve Cumhuriyet'in müziğini klasik Doğu müziği (Bizans-Osmanlı) tınlarından arındırarak kurmaya çalışmaktadır (Balkılıç, 2015: 82; Ergur ve Aydın, 2006: 92).

Bu kapsamda Tarık Zafer Tunaya şöyle demektedir: “*Batı medeniyeti [...] tek medeniyettir... önüne geçilemeyeceğine göre ona katılmak hayati bir zorunluluktur*” (1964: 120-121'den aktaran Tekelioğlu, 2006: 101) Ziya Gökalp ise aynı düşüncüyü şöyle formüle eder: “*Halk musikisi milli kültürümüzün, Batı musikisi de yeni medeniyetimizin musikileri olduğu için her ikisi de bize yabancı değildir. O halde, milli musikimiz, memleketimizdeki Halk musikisiyle Batı musikisinin kaynaşmasından doğacaktır*” (1990: 146-147'den aktaran Tekelioğlu, 2006: 102). Müzik özelinde Batı'dan edinilmeye çalışılan temel öge çoksesliliklerdir. Ahmet Adnan Saygun, Ulvi Cemal Erkin, Cemal Reşit Rey, Hasan Ferit Alnar ve Necil Kazım Akses'ten oluşan ve “Türk Beşleri” adı verilen besteciler tarafından Türk Halk Müziğini temel alarak Klasik Batı Müziği tarzında besteler (“ulusal” operalar vb.) yapılmaya çalışılmıştır (Balkılıç, 2015: 66).

Erken Cumhuriyet döneminin batılılaşma ve modernleşme temasına uygun bir gelişim sergileyen müzik alanı, ilerleyen onyıllarda da batının müzik kültürlerini takip etme, model alma ve uyarılma şeklinde süreklilik arz etmiştir (Güven ve Ergur, 2014: 8). Ancak erken Cumhuriyet döneminin müzikal üretiminin bu alanda zengin bir içerik arz ettiği de söylenemez. Bu dönemde popüler alana ise tangolar damgasını vururken, 40'ların sonuna doğru caz yükselişe geçmiş ve “cazbantları” dinleme gitmek kentli eğlence kültürünün ayrılmaz öğelerinden biri haline gelmiştir.

2.3. Çok Partili Hayata Geçişten 12 Eylül'e

Küçükkaplan, 1950'lerden sonrasını “*hem müzik teknolojilerinin seyri bakımından hem de toplumsal ve siyasi gelişmelerin müziğe yansımaları açısından ayrı bir evre olarak ele almak gerektiğini*” ileri sürer (2016: 38). İstanbul ve Ankara gibi büyük şehirlerde yansıma bulan (a.g.e.) pop müziğin bugünkü anlamıyla çıkışı da bu döneme rastlar. 1955 yılında Deniz Harp Okulu öğrencileri (ki Cumhuriyet elitlerini yetiştiren kurum olarak tesadüfi değildir) ülkemizin ilk *rock n roll* grubunu kurar. Bu dönemde sayısı artan bu tür orkestralar, sevilen

Batılı şarkıları icra etmektedir. Dönemin yerli baskı plaklarının kalitesizliği hıştırtıya neden olurken, Türkçe şarkı söylemek de riskli olarak addedilmektedir. Hatta ve hatta, söylenen Batılı şarkıların yerlileştirilmesi dahi makbul görülmemekte, orijinal versiyona sadakat önem arz etmektedir (Meriç, 2006’dan aktaran Küçük Kaplan, 2016: 39). 1958’de Erol Büyükburç, modern Türk Pop’unun ilk örneği sayılabilecek, Türkiye’nin ilk hit’i “*Little Lucy*”yi yapar. Atilla Özdemiroğlu’na göre bu dönem tamamıyla Amerika’nın kültürel emperyalizminin göstergesidir, ancak aynı zamanda müzik (polifonik müzik kast ediliyor – H.S.) öğrenmemizi de sağlamıştır (Küçük Kaplan, 2016: 311).

Soğuk Savaş’ın başlangıcına denk düşen çok partili hayata geçişin ülkemiz müziğinde Batı etkisinin kendisini doğrudan taklit olarak hissettirdiği görülmektedir. İlginç olan, bu etkiyi emperyalizm olarak niteleyenlerin de, tam olarak böyle bir kültürel dönüşüm arzu etmeyen cumhuriyet seçkin sınıfının da bu taklitçilikten (ya da onu olumlamaktan) tam olarak kaçamamasıdır.

Görüldüğü üzere, 60’lara değin Türkiye popüler müziğinde özgün bir tür veya fikir arayışı bulunmaz (Küçük Kaplan, 2016: 41). 60’lardan itibaren ise popüler müzik yerleşme yoluna girer. Bu hem sözlerde, hem melodilerde, hatta müzisyenler sendikasının yabancı orkestraların yanında bir de yerli orkestra çalıştırılması zorunluluğunu getiren yasayı çıkarmadaki etkisinde görülecek ciddi bir değişimdir. İlk Türkçe sözlü pop şarkı “Bak Bir Varmış Bir Yokmuş” ise 61’de çıkar. 61’den sonra Türkiye’nin popüler müziğinde Türkçeleşme eğilimi başlar ve iki koldan ilerler:

1) Aranjman: Dönemin meşhur yabancı şarkılarına Türkçe söz yazıp söylemekten ibaret olan bu akım, yanlış ama yaygın kabul görmüş bir kullanımla “aranjman” olarak adlandırılmıştır.

2) Anadolu Pop: Halk müziğinden parçaları Batılı enstrümanlarla çok sesli biçimde yeniden yorumlama şeklinde tezahür etmiştir.

Anadolu pop, kurucularından Moğollar tarafından “modern ve milli bir müzik tarzı” olarak tanımlanmıştır. Gerçekten de, Türklerin halk müziğini Batı’nın çoksesli müzik tekniğiyle işleyip yeni Türk medeniyetine yaraşır bir müzik oluşturmayı amaçlayan erken Cumhuriyet kültür politikası; kent kültürüyle yetişmiş, eğitim ve gelir düzeyi yüksek kesimlerce büyük ölçüde benimsenmiş ve Anadolu pop, Cumhuriyet’in ilk yıllarındaki

yaklaşımın popüler müzikteki tezahürü gibidir (Küçükkan, 2016: 41). Özellikle Batılı bir müzikal olgu olarak çoksesliliğin Batı'ya şüpheyile yaklaşan isimlerce dahi (Cem Karaca, Atilla Özdemiroğlu vb.) hüsnükabul görmesi Cumhuriyet'in kültür politikasının maya tutmuşluğuyla ilişkilendirilebilir.

Bu iki kol arasındaki rekabette radyo kökenli kişilerce yapılan aranjmanların yine radyoda çokça çalınmasının ve bu durumun haliyle plak satışlarını da etkilemesinin belirleyiciliği Anadolu popun gelişimini bir süre engeller. Radyodaki bu dezavantajda, halk müziğinin çok sesli müzikle yapılamayacağı görüşünü savunan gelenekselci isimlerin varlığı da etkilidir. Bu noktada radyo ve televizyon yayıncılığında tekel olan TRT'nin (keyfi de olabilen) denetiminin belirleyici etkisinin 90'larda özel radyo ve televizyonların ortaya çıkışına kadar çok yoğun hissedildiğini de belirtmek gerekir. Bu ve başka nedenlerle 60'ların sonuna değin aranjman akımının, 70'lerden itibaren ise, siyasal içeriğinin dönemin ruhuna uygunluğunun da etkisiyle, büyük oranda Anadolu popun egemenliği söz konusudur. Küçükkan, Anadolu popun ortaya çıkışına değin (ve onu da tamamen dışarıda bırakmadan) Türkiye'de popüler müziğin ilk yıllardaki seyrinin büyük oranda hayranlığın beslediği bir tür taklitten ibaret olduğunu iddia eder (2016: 14). Cihan Sezer'e göre de aranjman akımı, *"kendi müziğimize tamamen yabancılaşma dönemidir"* (Küçükkan, 2016: 324). Anadolu pop ise, gerek müzikal tavrı gerekse de sözlerdeki siyasal duruşuyla özgün bir yapı oluşturmuştur.

1960'lar (tam tarihiyle 1963) taklitçilikten kurtulma, yerli değerler yaratma amaçlı müzik festivali organizasyonlarının da başladığı tarihtir. Bundan bir yıl sonra, Türkiyeli popçuların ilk uluslararası sınavı Balkan Melodileri Festivali ile verilir. Türkiye'nin elde ettiği şaibeli "birincilik olayı" müziğin uluslararası alanda bir rekabet olarak araçsallığının da oldukça erken bir miladıdır. O günden itibaren, en azından müzikal alanda, yeni Batılı kültürümüzü bizzat Batı ile yarışarak ölçme dönemi başlamıştır.

1960'lı yılların endüstri açısından dönüm noktalarından biri orkestra ağırlıklı olarak ilerleyen popun, şarkıcıları birey olarak öne çıkarmaya başlamasıdır. Bu durumun müzisyenlerin ek gelir kapısı olarak sahneye çıktığı gazinoların da sabit orkestralarını kurup yalnızca çıkacak şarkıcıya para ödemeyi daha kârlı bulmasıyla sektör için daha da anlamlı hale gelir. 70'lerde başlayan ve günümüze kadar bitmeyen sektörün korsan sorununun da bunda payı bulunduğu söylenebilir. Korsanın bu oranda yaygınlaşması sanatçıların para kazanabilmek için konser etkinliklerini ve medya ortamlarında boy göstermelerini gerekli

kılmıştır (Işık, 2015: 58). Böylece şarkıcılar, aynı zamanda şov dünyasının da gözdeleleri olmuşlardır. Aynı yıllar, show business'ın da müzik piyasasındaki öneminin kavranmaya başladığı, yerli ezgilerin uygun bir düzenleme yapılırsa yabancı ülkelerde de ilgi göreceğinin keşfedildiği, Coca Cola Amblem Müziği Yarışması ile Türk popunda sponsorluğun ilk kez gündeme geldiği; özetle gerek ulusal gerek uluslararası pazarın el yordamıyla keşfedilmeye başladığı dönemdir. Bundan böyle Batı ile entegrasyon/rekabet gerilimi, henüz emekleme döneminde de olsa “endüstriyel” alanda da kendini gösterecektir.

1964'te 45'lik teknolojisine geçilmeye başlanmış ve küçüklüğü ve sağlamlığıyla 78'lik formata göre çok daha tercih edilebilir olan bu format Tülay German'ın Burçak Tarlası'nı Türkiye'nin ilk çoksatarı yapmıştır. Burçak Tarlası plağının arka kapağı da dikkate değerdir, zira “doğmakta olan Türk popüler müziği”nin iki ödevinden bahsedilmektedir:

- 1) Halk türkülerini popüler müzik biçimleri içinde düzenlemek
- 2) Türk gerçeklerini anlatmağa çalışan yeni parçalar yazmak

1965 yılında Hürriyet gazetesi, işareti almış gibi Türkiye pop müziğinin gelişiminde büyük rol oynayacak olan müzik yarışmalarının ilkinin düzenlenmesi ve amacını da “Batı müziğinin zengin teknik ve şekillerinden faydalanılarak yine Batı müziği aletleriyle çalınmak suretiyle Türk musikisine yeni bir yön vermek” olarak açıklar. Buna paralel olarak 60'lı yıllar “Helvacı Helva”nın twist, “Karadır Kaşların”ın bossanova formlarında düzenlendiği ve oldukça popüler olduğu yıllardır. Aynı yılın Boğaziçi Müzik Festivali'ne ilk kez Türkçe beste mecburiyeti getirilirken, ilk kez bir Türkçe pop şarkısında “aydınlık yarınlar özlemi” dile getirilir (Tülay German / Yarının Şarkısı). Bu şarkıdan başlayarak, dönemin yükselen sol hareketlerinin etkisiyle özellikle Anadolu popta (ama onunla sınırlı kalmayarak) siyasal içeriğe -bir süre boyunca- yoğunlukla rastlanacaktır. Cihan Sezer'e göre de “*Anadolu pop yapıp da sağ olan çok şey yoktur*” (Küçükakaplan, 2016: 324).

60'lı yılların ilginç gelişmelerinden birisi de ünlü yabancı şarkıcılara Türkçe parça söyletmektir. Salvatore Adamo (“Her Yerde Kar Var”) veya Sacha Distel (“Kime Derler Sana Derler”) gibi dönemin ünlü sanatçılarına Türkiye'de plaklar basılır. Ajda Pekkan gibi yerli şarkıcılar dahi bu plakların çok satmasından etkilenerek Türkçe şarkıları yabancı aksanla söylemeye başlar. Yabancı şarkıcıların Türkçe aranjmanları aynı dönemde kimilerince “Türkçe'ye çevrildiğinde orijinalindeki zarafetlerini kaybettiği” için, kimilerince de “güzel

dilimize kişiliğini kaybettirdiği” için eleştirilmektedir. Bu ikinci eleştirinin enstrümantal aranjmanı kapsamaması dikkat çekicidir.

Bu dönemde (ve yalnızca bu dönemde) makro siyasal veya toplumsal durumlar Türkçe popta çoğunlukla karşılığını bulmuş, örneğin Almanya’ya giden gurbetçiler ya da Kıbrıs barış hareketıyla ilgili eserler verilebilmiştir.

Özetle 70’li yıllar;

- Müziğin imajla ilişkisinin kalıcı yer edinmeye başlaması (örneğin müzik tercihinin kılık kıyafette de yansımalarının gözlenmesi, magazin figürlerinin yaygınlaşması vb.),
- Türk pop müziğinin kendine yeni özgün sayılabilecek bir kimlik edinmesi
- Bununla bağlantılı olarak Türk pop müziğinin (ve piyasasının) kendini Batı’yla rekabete hazır hissetmeye başlaması
- Toplumsal olgu ve olayların (iç/dış göç, savaş, sosyal adalet talepleri vb.) müzikte kendine yer bulması ile belirginleşmiştir.

70’lerin en önemli vakası ise, arabeskin artık görmezden gelinemeyecek bir fenomen olarak öne çıkmasıdır. Bu on yıl boyunca Orhan Gencebay devlet tarafından tamamen görmezden gelinmiş, oysa plakları milyonlar satmıştır. 1971 gibi erken bir tarih, bir popçunun arabesk söylediği ilk yıldır. Yine 70’lerin ikinci yarısı, Selami Şahin’in “üstü arabesk, altı pop” tarzıyla sahneye çıktığı dönem olarak arabeskteki değişimin de sinyallerini verir. Bu yıllar, arabeskin yapısal özelliklerinin ve toplumsal anlamının şekillenmeye başladığı, dinleyici kitlesini genişleterek sektörde hâkim konuma geldiği dönemdir (Küçükkaplan, 2016: 73). Bu eğilim 70’ler boyunca (on yılın ikinci yarısında çok satan tür artık arabesk olmasına karşın) zayıf kalsa da, 80’lerle birlikte ayyuka çıkacak bir durumun başlangıcıdır. Dilmener, 1976 yılına dair şunu söyler: “*Zaman değişmiştir artık. [...] Türk popu hiçbir zaman uzak olmadığı oryantal ve arabeskin kollarına doğru hızla koşmaktadır*” (2014: 240).

2.4. 12 Eylül: Depolitizasyon, Neoliberalizasyon, Arabesk

80’li yıllarda kaset teknolojisinin girişiyle toplama kasetler yapılmaya başlamış, gittikçe kronikleşen enflasyonun da etkisiyle plak satışları yerle bir olmuştur. “80’lerin gelişi ile

birlikte [...] Türk popu tamamen ruhunu teslim edip derin bir uykuya çekilecektir” (Dilmener, 2014:173-174). Darbenin etkisiyle popun siyasal içeriğinden tamamen arınması, 70’lerin ünlü yıldızlarına verilen çeşitli cezalar (Cem Karaca, Bülent Ersoy vb.) gibi faktörler de bu anlamda etkilidir. 1983 Eurovision’unda Opera şarkısıyla alınan “0” puan bunun göstergesi olarak okunabilir. Yerli pop müzik dergisi Hey de tam bu dönemde yayın politikasını yabancı popa doğru çevirmiştir.

Barış Manço’nun bile plaklarını bastırmaya zorlanır hale geldiği 80’li yıllar pop için neredeyse bitiş anlamına gelmekteyken, Arabesk dinleyici beğenisini abluka altına almıştır ve yapımcılar şarkıcıları arabesk yapmaya zorlamaya başlamıştır. Bu noktada arabesk müzikle ilgili uzun bir parantez açmak faydalı olabilir.

“Arabesk kültür Türkiye’deki ilk özgün kent kültürüdür” (Işık, 2015: 54). Güngör, oldukça sancılı geçen Türkiye’nin batılılaşma sürecinde yukarıdan gelen değişimlerin belirli bir süreklilik arz etmemesi, bilakis birbirinin reddi şeklinde ilerlemesi sonucunda modern Türkiye kültürünün bir *“uyumsuz eklentiler yığını”* olarak oluştuğunu ve “arabesk” olarak adlandırılanın da bu olduğunu belirtir (1993: 13). Ona göre; kapitalizm öncesi geleneksel üretim biçiminde zihinsel karşılığı olan sanat biçimi ile, çarpık da olsa kapitalistçe bir üretim biçiminin getirdiği toplumsal ilişkilerin zihinsel üretimi olan sanat biçimi karşı karşıya gelmiş ve birbirine karışmış durumdadır [ve] bunun somut bir görünümü olarak köyle kent arasında, doğuyla batı arasında gidip gelen, ama hiçbirisinin de özelliklerini tam olarak taşımayan arabesk müzik ortaya çıkmıştır (a.g.e.: s. 15). Işık da, arabeski yalnızca bir müzik türü ile sınırlamayıp bir “kültür” olarak nitelendirir. Yine ona göre arabesk, *“modernleşme sürecinde Türk toplumunda geleneksel ve modern olanın gerilimi ile ilgili sosyolojik bir olgudur”* (Işık, 2015: 43). Arabeskin, biraz da bu nedenle ciddi çeşitlilikler içerdiği söylenebilir. Atilla Özdemiroğlu da, arabeskin içeriğine dair protest ve teslimiyetçilik arasındaki çelişkiye dikkat çekenlerdendir (Küçükkaplan, 2016: 319-320).

Atilla Özdemiroğlu’na göre Türkiye’de pop daha çok şehirli orta sınıf içinde yerini bulmuşken, arabesk köyden kente göç eden yeni sosyal sınıfa aittir ve bu iki kesim çok fazla çatışmıştır (Küçükkaplan, 2016: 320). Işık’ın iddiası da bu yöndedir. Ona göre arabesk, 1950’li yıllarda kırdan kente göç eden insanların kente ve modern kültüre adapte olamamaları sonucunda oluşan anlam dünyalarına tekabül eder. Göçmenler, kent hayatından pay alamama ve toplumda bir kimlik edinememe tehlikesi karşısında arabeske sarılmıştır (Işık, 2015: 43-

46) İlk kuşak göçmenler şehirde de yörelerinin türkülerini dinlerken, göçmenlerin çocukları için arabesk onların köylü olmadığının, kent içi bir kültürde konumlandıklarının simgesidir (a.g.e: s. 47). Dolayısıyla arabesk, kökünü geleneğe bağlayarak modernliğin yeniden üretilmesini sağlamıştır (a.g.e: s. 47). Yine benzer bir yoruma göre; “*kentte yönünü kaybetmiş, ne köylü ne de kentli olabilen hoşnutsuz geniş kitleler bu acılı deneyimlerini ifade edebilecek kültür kanallarına gereksinim duymaktaydılar. [...] Böylece, daha sonraları Arabesk olarak adlandırılacak olan, karma bir müzik üslubu biçimlenmeye başlamıştır*” (Güven ve Ergur, 2014: 13).

Tekelioğlu (2006: 21) da arabeski; popüler kültürün “çevre” kültürlerle şehir mekanında karşılaşması olarak ele alanlardandır. Ona göre Türkiye modernleşmesinin “halka rağmen, halk için” yaklaşımı yukarıdan aşağıya bir beğeni inşası politikasını beraberinde getirmiştir (a.g.e., s. 22). Işık’a göre de “Merkez”in belirlediği kurumlaşma ve rasyonalizasyon temelinde kendisini gösteren sistemdeki ayrımlaşma, Türk modernleşme sürecinin [...] temel sosyolojik eksenlerinden biridir (Işık, 2015: 50). Arabesk ise Cumhuriyet’in modernleşme projesine karşı aşağıdan (önce kırdan şehre, sonra şehrin varoşlarından merkeze yürüyen) bir “*alternatif modernleşme*” akımıdır (Tekelioğlu, 2006: 25). Ne var ki Işık (2015: 56), arabeskin git gide kültürel bir niteliksizleşme ve buna paralel bir apolitizasyona yol açtığını, bu sayede oluşan siyasal alandaki boşluğun kimlik siyasetleriyle doldurulduğunu iddia etmektedir.

Aslında ne üst sınıfların zevkinin aşağıninkini (ya da merkezin çevreninkini) kapsayacak şekilde genişlemesi, onu soğurması ya da asimile etmesi; ne de alt sınıfların yüksek tabakaların müziğine özenmesi veya onu taklit etmesi üst özgül, sıra dışı durumlardır. Siyahların müziği olan cazın bugün geldiği durum, ya da Yunanistan’da ötekilerin müziği olarak hor görülen ve radyolarda çalınması yıllarca yasaklanan rebetikonun bugün ülkenin neredeyse ulusal kimliği haline gelmiş olması arabeskin de merkezde gördüğü kabulü açıklayabilecek örneklerdir. Wicke ve Dalaman, Alman soyluların saraylarda düzenledikleri ve halkı taklit ederek “kurtlarını döktükleri” kostümlü balolardan söz ederek bu kapsamanın daha da erken tarihli bir örneğini de verirler (Wicke ve Dalaman, 2006: 10). Yine burjuvazinin aristokrasinin müziğine öykünmüşlüğü de arabesk müziğin icra ve takipçilerinin merkezin cazibesine kapılmasına tarihsel bir örnek olarak öne sürülebilir. Zaten birden fazla

ve sürekli [...] göç yaşayan toplumlarda hem bir beğeni çoğunluğu vardır, hem de beğeniler arası geçişkenlikler artar (Tekelioğlu, 2006: 59).

Muhafif sesler 12 Eylül sonrası dönemde artık kendini Anadolu pop içerisinde değil tınısal anlamda arabeske yakın protest tarzında ifade etmektedir. (Ne var ki bu müziğin öncü ismi denebilecek Ahmet Kaya'nın hapse girme arzusuyla sol içerikli bir albüm yapması, ancak verilecek cezanın çok olmaması için bir de Mehmet Akif Ersoy şiiri bestelemesi, sonrasında ülkeden sürgünüyle sonuçlanacak gelişmeler de düşünüldüğünde, dönemin siyasal ortamında protest müziğin imkânlarına dair fikir vermektedir.) Tevekkülü, sabrı yahut merkezden daha fazla pay almayı imleyen arabeskin toplumsal zemin bulması müzikte ifade bulabilen siyasi görüş yelpazedeki aşırı darlaşmayla da ilintilidir. Öyle ya da böyle, 1980'lerden sonra Türkiye'de dinamizme olan toplumsal ihtiyaç karşılığını arabeskte bulmuş ve bu nedenle bu müzik türü toplum tarafından büyük bir oranda sahiplenilmiştir (Ergur ve Aydın, 2006: 101).

Arabesk toplumda hızla yaygınlaşır ve piyasanın da ilgisi bu türe yönelirken, arabeskin sosyo-ekonomik arka planı, özellikle 1980 sonrası büyük değişikliklere uğramıştır (Işık, 2015: 54). Endüstrinin müdahalesi, 1980 sonrası pop ve arabeskin seyrinin piyasa tarafından denetlenerek merkezde sentezlenmesini beraberinde getirmiştir (Tekelioğlu, 2006: 38). Böylece arabesk, 80'lerden itibaren Türkçe poptan tınılar, sözler ve mesajlar edinmeye; arabesk şarkıcıları albüm kapaklarında ve video kliplerinde pop star stili kullanmaya başlamıştır. Arabeskin Batı müziğine aşına olanlar arasında da popüler olmaya başlamasının bir nedeni de arabeskteki bu değişimdir (Özgür, 2006 : 181). Ancak arabesk ve pop arasındaki yakınlaşma tek taraflı olmamıştır. 80'ler Nilüfer, Sezen Aksu gibi yeni isimlerin yükselişini ve bu pop müzisyenlerin parçalarında da arabesk ya da doğulu tınların varlığını beraberinde getirir. Bu eğilim, Küçükkaplan'a göre *"kimliğini bulamayan Türkiye popüler müziğinin kaçınılmaz olarak makamsal bir kimliğe bürünmesi"* olarak da okunmalıdır (2016: 133).

Arabesk daha ticari, daha merkezi ve daha pop olunca, şarkılar da daha az melodramatikleşmiştir. Aşk, 1980 sonrası arabesk şarkılarında da ana tema olmakla beraber, o zamana değin modern dünyaya ait olan kızın karşılık vermediği aşk teması değişime uğramıştır. 1990'larla birlikte arabesk şarkıcıları da modern kentli toplumun bir parçası haline gelmiş ve şarkıları artık sınıf, statü, kültür farkına dair içerik barındırmamaya başlamıştır (Özgür, 2006 : 182). Eski anlamıyla pop yok olurken, arabeskin poplaşması başlamıştır.

2.5. Soğuk Savaş Sonrası

80'lerin sonuna doğru Özal'ın tüketim toplumu vaatlerinin toplumda kabul görmesi, gam ve kederin artık eskisi kadar alıcı bulmamaya başlamasıyla arabesk hâkimiyetini sürdürse de pop yeniden yükselişe geçer. Özal dönemindeki kitleleri “*eleştirel siyasetten uzaklaştırma/soğutma*” temelli yayınlardan başlayarak, doksanlardaki özel TV ve radyoların kurulması ile ivme kazanan sürecin sonucu olarak yeni ve kalıcı bir kültürel kurgu oluşumu gözlenmiştir (Tekelioğlu, 2006: 35).

1990'lı yıllar; liberalleşmenin halk nazarında meşruiyet kazan(dırıl)dığı, piyasanın da genişlediği bir dönem olarak ve böylece çevrenin merkeze daha kolay sızmasını beraberinde getirmiştir (Işık, 2015: 54-55). Hızlı neoliberalleşme, müzik odaklı medyanın doğuşu ve bilgisayarın müzik üretimindeki yerini almasıyla birlikte popun da “patladığı” ve piyasayı çoğu niteliksiz (ya da içerdiği çok az şarkı iyi ama kalanı sadece kaseti doldurmak için üretilmiş olan) albümlerin doldurduğu dönemi beraberinde getirir. Çok değil birkaç sene sonra, Tayfun örneğiyle beraber hızla tüketilen “tek albümlük şarkıcılar” olgusu da hayatımıza girecektir. Sürekli olarak müzik yayını yapacak olan Kral TV de 1994'te yayın hayatına başlar. Bu gelişme müzik endüstrisinin klip ağırlıklı işlemesine de neden olmuştur. İmaj daha da öne çıkmış, hatta sesi önemsiz bir konuma itmiştir. 90'lı yıllarda imaj, müzik piyasasında ses kadar önemli bir konuma yükselir. 1990 yılında esen Aşkın Nur Yengi rüzgarıyla beraber müzik piyasasında “gençleşme” de (imajla paralel olarak) önemli bir olgu olarak ön plana çıkar. Bu durumun, Barış Manço'nun “Müsaadenizle Çocuklar” şarkısına, 10. Yıl Marşı'nın siyasal alana remix'iyle dönmesine zemin oluşturduğu söylenebilir. Aynı dönemde Hakan Peker'in “Hey Corç Versene Borç” şarkısı, sözlerdeki rastgelelik ve manasızlığın da ilk işaretçisi olarak değerlendirilmektedir.

Tüm bu gelişmelerde Amerikan kültürünün yoğun biçimde sirayet etmesinin de payı bulunmaktadır (Küçük Kaplan, 2016: 139). Kısacası, bilgisayarlaşma, neoliberalleşme, medyanın etkisi, uluslararası siyasal konjonktürün de tetiklemesiyle topyekûn bir hissizleştirme pop müziğin toplumsal etki alanı 1990'lı yıllardan itibaren belirginleşmiştir (Güven ve Ergur, 2014: 15). Bu da 90'larda, DJ'likten şarkıcılığa geçiş (Serdar Ortaç), ya da yeni formuyla Anadolu Rock'ın doğuşu, asi sözler söyleyen rock'çı kadınların popülerleşmesi

gibi müzikal üretim anlamında da pop eksenli bir genişlemeyi beraberinde getirmiştir. Bu şartlar altında, arabesk de piyasadaki hakimiyetini popa bırakmak zorunda kalmıştır.

Dilmener'in ifadesiyle 1990'larla beraber “*o güne kadar popun kıyısından geçmeyen*” arabeskçi isimler pop-arabeskin kapılarını açmıştır ve “*zamanla müzik türleri arasındaki keskin ayrımlar törpülenecek*”tir (Dilmener, 2014: 368-369). Esasen, ‘80’lerin sonlarında başlayan dönüşüm hız kazanmıştır. Tekelioğlu, bu değişimi, çevre kültürünün merkezileştikçe direnen tarafını yitirmesi olarak okur ve şu anki haliyle popüler kültürün “*yeni şehir mekânında muhafazakârlığın en önemli kaynak ve dayanaklarından biri*” olduğunu iddia eder (2006: 33). Bu kapsamda örneğin bir tür protest müzik olan İslami müzik de bu amalgamlaşmadan nasibini almış ve İslami müzik de 90'larda diğer tüm müzik türleri gibi poplaşma eğilimleri göstermiştir. Sadık Albayrak'ın “yeşil pop” olarak (aktaran Taş, 2014: 377) tanımladığı bu yeni müzik türü *light* İslami müzik olarak tarif edilmektedir (a.g.e.) Oysa İslami düşünceye göre – ilahiler hariç – müzik günah sayılmaktadır (Reşit Galip'ten aktaran Öztürkmen, 2006: 82) ve 90'ların ortalarından önceki İslami/İslamcı etkinliklerde söylenen şarkılar bittikten sonra şarkıcıların alkışlanmasının yasak olmasının temel sebebi de bu şarkılara ilahi bir misyon yüklenmesidir (Taş, 2014: 375).

‘90’lı yıllarda başlayan arabesk-pop kaynaşması sonucunda, 2000 sonrasında arabeskin “*popu işgal ettiği*” ya da “*her şeyi içine alıp tekrar büyümeye başladığı*” söylenmektedir (Çelik, 2012: 61, Küçük Kaplan, 2016: 347 ve Tekelioğlu, 2006: 114). 2000’lerde arabesk, artık sadece çevrenin bir kültürel kodu olarak değil merkezin içine yuvalanmış bir dil olarak da meşruiyet kazanmış ve günümüzde etrafımızı saran siyasetsiz toplum anlayışını daha da körükleyen bir anlam dünyası olma işlevini sürdürmektedir (Işık, 2015: 63) ve bu yüzden arabesk ve popu artık birbirinden ayırmak neredeyse imkânsızlaşmıştır. Her şey birbirine girmiş, dönüşmüş, sonunda da bütün ihtişamıyla bugünkü Türk popu ortaya çıkmıştır (Tekelioğlu, 2006: 234).

Bu kapsamda, 2000’lerde artık arabesk dahil bütün müzik akımları pop başlığı altında erimeye başlamıştır. Bu daha çok aynışma üzerinden okunan bir durumdur. Örneğin 2002 yılında Aktüel dergisi şöyle yazmaktadır: “*Teoman okuyunca rock, Müslüm Gürses okuyunca arabesk oluyor. [...] Şu anda değişik bir sound’a rastlamak imkânsız. Hepsi aynı...*” (Dilmener, 2014: 395). Buna paralel olarak Küçük Kaplan 2000’ler sonrasını “*dünyanın hemen her yerinde hakim olan tektipleştirici pop sound’unun tümüyle etkisi altına*” girilen dönem

olarak görürken (2016: 15), Tekelioğlu da günümüzü “*kapitalizmin kültür endüstrisi ile tamamen entegre olmakta olduğu, tüm kültürel beğenilerin popüler kültürle tarif edildiği bir dönem*” olarak tanımlar (Tekelioğlu, 2006: 43). Turhan Yükseler ise arabesk-pop kaynaşmasını “*bugün hit olan parçalara bakın; [...] aslında makamsal olarak bize ait olan ve birbirine benzeyen melodik yapılanmalara Batı’nın şahane teknolojisini ilave etmektir. Bir bulamaçtır.*” Sözleriyle ele almaktadır (Küçük Kaplan, 2016: 443).

2000 sonrası popta hangi unsurun öne çıktığı üzerinde tam olarak uzlaşmamaktadır. Cihan Sezer “imaj”a (Küçük Kaplan, 2016: 357), Nino Varon sektörün hızına (a.g.e., s. 409), Atilla Özdemiroğlu nostaljiye (a.g.e, s. 324), Tekelioğlu ise günümüz popüler kültürünün arabesk tarafından ele geçirilmişliğiyle bağlantılı olarak (2006: 85) “muhafazakârlığa” dikkat çekmektedir.

Öte yandan, popüler müziğin değişmez konusu olan “aşk” algısı ilginç bir seyir izlemektedir. Çelik, 2012 yılının Türkçe pop müzik içeriği üzerine çalışmasında neredeyse tamamının aşk teması üzerine kurulu olduğunu ve gündelik yaşama hızlı, tüketilebilir bir aşk algısı empoze ettiğini belirtir (2012: 63-65). Aynı doğrultuda; Kuyucu, Türkiye’nin en çok dinlenen ulusal radyo kanallarında 27 Temmuz – 02 Ağustos 2015 tarihlerinde en çok yayınlanan on şarkının sözlerini incelemiş, bu şarkılarının tamamının aşk üzerine olduğunu, egosantrik bir bakış açısına sahip olduğunu, şiddet içerikli ifadelerle sıkça yer verdiğini tespit etmiştir (2016).

Konu üzerine fazla sayıda araştırma olmamasına karşın arabesk ile dünyaya bir “ezilen müziği” olarak yayılan, ancak kısa sürede sınıfsal özünü kaybeden hip hop ilişkisine de dikkat çeken çalışmalar bulunmaktadır (Işık, 2015: 63). Gerçekten de, özellikle sosyal medyada kendi müziklerini üreten genç arabesk-rapçilere daha sık rastlanır olmuştur. 2000’ler popüler müziğinin bir başka öne çıkan teması da, poplaşan arabeske karşı yeni bir “çevre” kültürünün arabesk-rap özelinde doğuşu olsa gerektir. Zira Tekelioğlu’nun da ifade ettiği üzere, “*Türkiye’nin siyasi ve kültürel geleceği, ileride yeniden biçimlenecek “yeni merkez-yeni çevre” dinamiklerinde şekillenmek zorundadır*” (2006: 87).

3. TÜRKİYE’DE SEÇİM KAMPANYALARI VE ŞARKILARI

Bir önceki bölümde de gösterildiği üzere, Türkiye’de müziğin gelişimi ile siyasetin çok yakın bir ilişkisi bulunmaktadır. Dolayısıyla geç modernleşen ve bu nedenle romantik devrini tamamlayamadığı için “ölüleri canlılarla sürekli olarak konuşturan” ve “büstlerle, heykellerle, *marşlarla* ve *şiiirlerle sürekli bir ayin halinde* (vurgu bana ait – H.S.)” olan (Aksakal, 2015: 280-287) Türkiye Cumhuriyetinde bu “ritüel” halinin belki de en yoğunlaştığı anların seçim dönemleri ve bilhassa da seçim mitingleri olagelmesi doğal bir durumdur. Zira mitingler, standlar ve sokaklarda dolaştırılan arabalar vasıtasıyla seçim şarkıları halka dinletilerek hedef kitlede belirli “*imajlar, duygulanımlar ve çağrışımlar*” uyandırılır (Street, 2003: 114).

Türkiye’de seçim kampanyalarına ilişkin belirli bir literatür oluşmuş olsa da seçim şarkılarının tarihinin derinlemesine çalışıldığı eserlere rastlanmamaktadır. Tanyıldızı’nın (2012) ve Eygi’nin 2011 genel seçimleri, Önürmen ve Temel’in (2014) 2014 yerel seçimleri, Yavuz ve Sezer’in (2018) 2015 genel seçimleri üzerine çalışmaları 2000 sonrasına odaklanmakta, seçim kampanyalarının tarihi 1950 seçimlerine değin uzansa da (Özkan, 2002: 27) 1965’e gelinceye değin yerelde gerçekleşen seçim çalışmalarında, mitinglerde vb. etkinliklerde müziğin kullanımına dair bilgiye rastlanmamaktadır. Literatürde seçim şarkılarının yurt sathında ve geniş çapta kullanımına 27 Mayıs sonrası dönemde rastlanmaktadır. Müzik kullanımına rastlanmamış veya kampanya dönemindeki müzik kullanımı detaylı biçimde araştırılmamış olsa da bu tezin konu edindiği 31 Mart 2019 İstanbul yerel seçim şarkılarına olan etkileri bakımından Türkiye tarihindeki bütün seçim kampanyalarına kısaca göz atmak faydalı olacaktır. Kampanya tarihi “Profesyonellik Öncesi Dönem” ve “Profesyonel Dönem” olarak iki ayrı alt başlıkta incelenecektir. “Profesyonellik Öncesi” olarak adlandırılan 1950-1983 arası dönemde siyasal partilerin çoğunlukla siyasal iletişim kampanyalarını kendi kaynaklarıyla yürüttükleri, istisnai olarak belirli bir reklam ajansıya çalışmayı tercih ettikleri görülmektedir. 1983 sonrasında ise partilerin çoğunun

siyasal iletişim çalışmalarının tasarımıyla reklam ajanslarından hizmet aldığı “Profesyonel Dönem” gelmektedir.

Aksi belirtilmedikçe kampanyalar hakkında verilen bütün bilgiler Özkan’ın (2002) çalışmasından alınmıştır.

3.1. Profesyonellik Öncesi Dönem (1950-1983)

Ülkemizdeki seçim çalışmaları “kampanya” denilebilecek olgunluğa çok partili hayata geçildikten sonraki ikinci seçim olan 1950 seçimlerinde ulaşmıştır. İletişim teknolojilerinin oldukça yetersiz olduğu, yaygın medya olarak yalnızca radyonun ve gazetelerin yer aldığı bir dönemde gerçekleşen seçimlerde bu nedenle kampanyalar daha çok mitingler ve afişler üzerinden yürümüştür. Bu seçimler öncesinde yapılan düzenleme ile tek başına iktidarda olan CHP, rakibi Demokrat Parti (DP)’nin radyo yoluyla propaganda yapmasına imkan vermiştir. DP’nin seçimlerden galip çıkmasında bu imkanın rolünün büyük olduğu söylenmektedir. Ancak bu kampanyada DP çok yoğun biçimde afişleme de yapmış ve siyasal iletişim tarihimizin ilk ve en etkili sloganı olan “Yeter! Söz milletindir!” sloganını kullanmıştır. Bu slogan, sonrasında kendini DP geleneğinin devamı sayan Adalet Partisi, Doğruyol Partisi ve Anavatan Partisi gibi partiler tarafından da kullanılacaktır.

Yapılan literatür taramasında 1950 seçimleri ile 27 Mayıs 1960 darbesi arasında gerçekleşen seçim dönemlerine dair herhangi bir kampanya bilgisine ulaşılamamıştır. Sonrasındaki 1977 seçimlerine kadarki süreçte ise “profesyonel” bir siyasi iletişim çabasına rastlanmadığını ifade eder (Özkan, 2002: 36). Yalnızca “Demir Kırat” figürünün Adalet Partisi tarafından kullanılarak Demokrat Parti geleneğinin sembolik olarak devralınmasını ve dönemin CHP liderlerinden Bülent Ecevit için “Karaoğlan”, Süleyman Demirel içinse “Çoban Sülü” lakaplarının bulunmuş ve kullanıma alınmış olmasını önemli detaylar olarak öne sürülmektedir. Özkan, Bu dönemde 1965 yılında Türkiye İşçi Partisi’nin (TİP) Tülay German tarafından seslendirilen “Yarının Şarkısı”nı seçim kampanyasında kullanması (Budak, 2018: 35; Önürmen ve Temel, 2014: 53) ile başlayan “seçim şarkısı” geleneğini görmezden gelmiştir. Ancak 1973 seçimlerinde “Hayat Bayram Olsa” şarkısının CHP mitinglerinde çalınmasını popüler müzik – siyaset ilişkisindeki dönüm noktalarından biri olarak kaydeder.

1970'ten itibaren ülke sathında televizyon izlenebilir hale gelmiştir. 1977 seçim dönemindeyse siyasi partilere radyonun yanı sıra televizyondan da ilgili mevzuat çerçevesinde seçmenlerine ücretsiz ulaşabilme hakkı tanınmıştır. 1977 seçim dönemi, bir siyasi partinin (Adalet Partisi) bir reklam ajansı (Cenajans) beraber çalışmasıyla ilk profesyonel seçim kampanyasına tanıklık etmesiyle tarihe geçmiştir. Bu kapsamda Cenajans Adalet Partisi için *Hürriyet* gazetesi gibi basılı yayınlara verilmek üzere çeşitli ilanlar hazırlamış, afişlemeler yapılmış, el ilanları dağıtılmış ve Süleyman Demirel'in siyasi konuşmasını içeren bir kaset doldurularak yirmi bin adet kopyası üretilmiştir. Bu ilanlar kapsamında Adalet Partisi'nin “*Biz İstanbul'a gerdanlık taktık, onlar (1973 seçimlerinde İstanbul belediyesini devralan CHP kast ediliyor – H.S.) çöpünü bile temizlemedi*” söylemine yer verilmiş, “Yedi Küpeli Gelin” ilanı ile de AP'nin başlattığı GAP ve Urfa tüneli gibi projelere vurgu yapılmıştır. Yatırım yapılan bölgelerin dışlaştırılması dikkat çekicidir. Bir başka AP ilanındaysa 1977 seçimlerinin yalnızca ülkeyi yönetecek partiyi değil, rejimi de belirleyeceği söylenmektedir.

Özkan, popüler sinema oyuncusu Öztürk Serengil'in seslendirdiği “Milliyetçi Zühtü” parçasının Adalet Partisi tarafından 1977 seçimlerinde kullanılmasının (Önürmen ve Temel, 2014: 53) da Cenajans'la yapılan işbirliği faaliyetleri çerçevesinde olup olmadığına değinmemektedir. “Zühtü” adlı bir vatandaşa seslenilen ve döneminde popüler bir Ankara oyun havası olan “Zühtü” türküsünün melodisi üzerine yeni sözler yazılarak söylenen bu şarkıda milliyetçi bir vatandaş olan Zühtü'ye komünistlere kanmaması, aksi takdirde arını, namusunu, dinini, imanını kaybedeceği, ecdadını ve yapılan yatırımları hatırlayarak Adalet Partisi'ne oy vermesi gerektiği söylenmektedir¹⁰.

Özkan 1977 seçimlerinde CHP'nin yürüttüğü kampanyaya hiç değinmemekle birlikte kimi afişlere yer vermiştir. CHP'nin “ortanın solu” söylemini benimsediği bir dönemin ürünü olan bu afişlerde “halk” vurgusu ile “Tek Yol Devrim” sloganına atıfla “Tek Yol Oy” gibi ifadelerin kullanması dikkat çekmektedir. Yine aynı seçim döneminde CHP “Yeni Bir Türkiye” isimli bir şarkı kullanmıştır (Önürmen ve Temel, 2014: 53). Elektro gitarın kullanıldığı ve rock formundaki parçada CHP bu şarkıda ezenin ezilenin olmadığı, işkencesiz, kalkınan ve bağımsız bir “halk iktidarı” vaat etmektedir¹¹.

¹⁰ <https://www.youtube.com/watch?v=Pb7qJ65wQ9Q> (Son Erişim: 13.12.2019)

¹¹ <https://www.youtube.com/watch?v=vDB3cG4WAOY> (Son Erişim: 13.12.2019)

3.2. Profesyonel Dönem (1983-2019)

12 Eylül 1980 darbesinden sonra gerçekleşen ilk seçim olma özelliğini taşıyan 1983 seçimlerine 1980 öncesindeki birçok siyasetçi yasaklı olduğu için katılamamıştır. Bu dönemde partilerin gazetelere paralı ilan vermesinin yasal altyapısı oluşturulmuştur. Seçime giren üç partiden Milliyetçi Demokrasi Partisi (MDP) ile Anavatan Partisi (ANAP) birer reklam ajansı ile çalışırken Halkçı Parti böyle bir tercihte bulunmamıştır. Çalıştığı ajansın yetkilerini düşük tutan MDP'nin seçim kampanyası etkisiz kalmış, ANAP ise bütün kampanya stratejisini ajansa devrederek başarılı olmuştur. Söz konusu ajans, 1980'lerle birlikte yükselişe geçen “*star stratejisini*” (partilerin yerine liderin popülaritesini öne çıkarma) uygulayarak partinin lideri Turgut Özal'ın görünürlüğü üzerinden bir kampanya yürütmüştür. Bu kapsamda o dönemde yaygınlaşmaya başlayan video teknolojisi de kullanılarak çeşitli Özal videoları çekilip vatandaşlara izletilmek üzere kiraathanelere ulaştırılmıştır. Özkan, 1983 seçimlerini ANAP'ın bir reklam ajansına tam yetki vermiş olması ve “star stratejisi” kullanılmış olmasıyla kampanya tarihimizde bir milat olarak ele alır. Ne var ki Özkan ANAP'ın bu seçimlerde “Arım Balım Peteğim” şarkısını kullandığına (Derci, 2014'ten aktaran Önürmen ve Temel, 2014: 53) yine değinmemektedir. Dönemin popüler aşk şarkılarından olan bu parçanın tercih edilmiş olması vatandaş – parti ilişkisini aşk ilişkisi olarak göstermenin de önemli bir örneğidir. ANAP o günden sonra girdiği tüm seçimlerde popüler şarkıları tercih edecektir. 1984 seçimleri de bir öncekine benzer şekilde ANAP dışında hiçbir partinin profesyonel bir siyasal iletişim hizmeti almadığı bir seçim olmuştur. Bu seçimde ANAP “iş bitiricilik” vurgusu yaparken, SODEP'in sloganı “SODEP'e Evet” olmuştur. Arkasında Süleyman Demirel'in bulunduğu merkez sağın yeni partisi Doğru Yol Partisi ise vatandaşlara DYP'nin “*Büyük Türkiye* davasının gerçek sahibi olduğunu anlatmaya çalışmaktadır – (Vurgular orijinal metne ait – H.S.)” (Özkan, 2002: 76).

1987 seçimleriyse 12 Eylül öncesindeki merkezi siyasal odakların (DYP ile Süleyman Demirel, RP ile Necmettin Erbakan, MÇP ile Alparslan Türkeş ve DSP ile Bülent Ecevit) yeniden sahneye çıktığı, buna paralel olarak 12 Eylül yönetiminin gölgesinde kurulan partilerin tasfiye olduğu (MDP kendini feshederek, Halkçı Parti SODEP'le birleşerek) önemli bir dönüm noktası olmuştur. Ayrıca bu seçimlerden önce ilgili kanunda yapılan değişikliklerle birlikte siyasal partilere kendilerine ayrılan televizyon yoluyla propaganda süresinin bir bölümünde görüntülü propaganda imkanı tanınmıştır. Bu seçimin bir başka önemli özelliği ise

“şarkılı, türkülü, konserli [...] *Amerikan tarzı seyirlik kampanyalar* (Vurgu orijinal metne ait – H.S.)” ile tanışılmasıdır (Özkan, 2002: 84). 1987 genel seçimlerinde dikkat çeken kampanya SHP’nin “Beş yıl daha limon gibi sıkılmaya var mısınız?” kampanyası olurken referandumda da 1989 yerel seçimlerinde de siyasi partiler öne çıkan bir siyasal iletişim kampanyası yürütmemiştir.

1991 yılı, Türkiye’de ilk defa seçimlere katılan bütün partilerin reklam ajanslarıyla çalıştığı yıl olarak tarihe geçen bir dönemdir. Özkan, bu seçimlerde “imaj yarışı” yapıldığını (2002: 113) ve kampanyaların “seyirlik” niteliğinin doruğa ulaştığını belirtir (a.g.e., s. 115). Bu nedenle partiler pop şarkıcılarının popüler parçalarını seçim kampanyalarında kullanma konusunda da bir rekabete girmişlerdir. 90’lar boyunca merkez sağ partiler popüler şarkıları tercih ederken (yalnızca 1999 seçimlerinde Doğru Yol Partisi’nin halk müziğine kaydığı görülmüştür) Refah Partisi ve Milliyetçi Hareket Partisi gibi “doktriner” partilerin kendi müziklerini yaptırmış olması dikkat çekicidir (Önürmen ve Temel, 2014: 53-54). Merkez solda yer alan Demokratik Sol Parti ise kendisiyle özdeşleşen “Gözün Aydın Türkiyem” şarkısını ilk kez 1991 seçimlerinde kullanmış ve 2019 itibarıyla da kullanmaya devam etmiştir.

1994 yerel seçimlerinde İstanbul, Ankara gibi büyükşehirleri elinde bulunduran SHP, metro gibi icraatlarını ön plana çıkararak oy isterken ANAP yerel seçimleri bir genel seçim havasına büründürmek istemiş ve kampanyasını bu yönde yürütmüştür. DYP “Bize Güvenin” sloganını kullanırken RP “Türkiye’nin Teminatı” sloganı eksenli bir kampanya yürütmüş, seçimin kazananı RP olmuştur.

1995 genel seçimlerine gelindiğinde Refah Partisinin yükseliş trendi sürmüştür. CHP İngiltere İşçi Partisi’nin uzun yıllardan sonra “yeni sol” söylemiyle başarıya ulaşmasından ilham alarak “Dünya’da Yeni Sol, Türkiye’de Yeni CHP” sloganını benimsemiştir. Bu söylem bu seçimlerle sınırlı kalmayacak ve Deniz Baykal 1998 yılında düzenlenen CHP kurultayında sahneye dönemin uluslararası pop yıldızlarından Ricky Martin’in bir şarkısı eşliğinde çıkarak gençlik ve dinamizm mesajı verecektir (Demir, 2011: 7). DYP’nin kampanyası “Haydi Türkiyem İleri!” olurken, ANAP “Bu İş Biz Çözeriz”, “Yalandan Usandık, İşte Sandık”, “Bu Ülke Hepimizin” gibi çeşitlilik içeren sloganları tercih etmiştir. Refah Partisi slogan olarak “Türkiye Yeniden Doğacak”ı seçmiştir. DSP ise “Bize Güven

Türkiye” kampanyası çerçevesinde Bülent Ecevit’in dürüst ve güvenilir kişiliğini ön plana çıkaran bir strateji izlemiştir. MHP’nin bu seçim için sloganı da “Biz Sözümüzün Eriyiz”dir.

1999 seçimlerini DYP’nin “Yeter! Hak Milletindir” sloganının dikkat çektiği, ANAP’ın “Sessiz Çoğunluk” olarak tanımladığı vatandaşların sözcülüğüne aday olduğu; kapatılan RP’nin yerine kurulan Fazilet Partisi’nin “Özlediğin Türkiye İçin Ancak Fazilet” ve MHP’ninse “MHP: İktidar Oluyor” kampanyalarını yürüttüğü seçimleri profesyonel bir ajansla çalışmayan, hatta standart bir iletişim diline sahip olmak şöyle dursun bir tipografik standardı bile olmayan DSP kazanmıştır. Zira bu seçimlerin hemen öncesinde PKK lideri Abdullah Öcalan’ın yakalanması DSP’nin azınlık iktidarı dönemine denk gelmiş ve bu durum DSP lehine en etkili seçim faktörü olmuştur.

2000’lere gelindiğinde partilerin şarkı tercihlerinin çeşitlendiği gözlemlenmektedir (Yavuz ve Sezer, 2018: 30). Örneğin halk müziği ve popüler müziğin yanına rap gibi türlerin eklenmesi, yörelere göre şarkıların yapılması bu dönemde söz konusudur. 2002 seçimlerinden başlayarak (Alemdar ve Köker, 2011: 237) özellikle de 2007 seçimlerinden sonra (Toruk, 2008) diğer mecralarla birlikte internetin de siyasal reklam amaçlı kullanımının dikkat çekici boyutlara varması her bir partinin seçim kampanyasını ana hatlarıyla da olsa özetlemeyi bu tezin kapsamının çok ötesine taşıyacağından ve aynı zamanda dönemsel yakınlık nedeniyle yapılmış çalışmaların da azlığı dolayısıyla, 2002 ve sonrasındaki seçimler için yalnızca AK Parti’nin kampanyaları değerlendirilecektir.

AK Parti tek başına iktidara geldiği 2002 seçimlerinde başında Erol Olçok’un bulunduğu Arter Ajans ile çalışmış, “Her Şey Türkiye İçin” sloganıyla kampanya yürütmüştür. Kampanyada partinin genel başkanına yönelik kamuoyu ilgisinden faydalanılmak üzere Recep Tayip Erdoğan imajı öne çıkarılmış olup Erdoğan’ın “halkın içinden biri” olduğuna yönelik özel çalışma yapılmıştır (Güdekli, 2008: 65-66). Bu seçimde meclise girebilen iki parti olan AK Parti ve CHP’nin seçim döneminde Uğur Işılak’ın “Haydi Anadolu” şarkısını kullanma konusunda rekabete girmiş olması (Önürmen ve Temel, 2014: 54) dikkat çekicidir.

2007 yılına gelindiğinde yine Arter Ajans’tan profesyonel destek alan ve sloganlarını “Güven ve İstikrar İçinde Durmak Yok Yola Devam” ve “Her Şey Türkiye İçin” olarak belirleyen AK Parti’nin (Balcı ve Bal, 2007: 13) kampanyasını hedef kitledeki çeşitliliğe göre geniş tuttuğu, rakiplerine karşı negatif bir kampanya yürütmediği, “Birlik ve beraberlik” ile

“güven ve istikrar” temalarına ağırlık verdiği, kendisinden önceki dönemde ülkenin kötü yönetildiği, kendisinin “icraatçı” yanını ön plana çıkardığı, mitinglere özel önem verdiği ve kendisini “milletin sesi” olarak nitelendirdiği (Tokat, 2009: 111-112) görülmektedir. Bu kampanya döneminde AK Parti lideri Erdoğan’ın imajından faydalanılmış olmakla beraber kişisel özellikleri ön plana çıkarılmamıştır (Balcı ve Bal, 2007: 16). AK Parti, seçim şarkısı olarak ise Özhan Eren’in “Her Şey Millet Bu İçin” ve “Yeniden” isimli şarkılarını tercih etmiştir (Önürmen ve Temel, 2014: 54). 2011 seçimleri AK Parti’nin kampanyasındaki milliyetçi tonunu eskiye oranla çok daha fazla artırdığı, süregiden ekonomik istikrarı vurguladığı, Avrupa Birliği’ne katılımın ise artık söylemsel ağırlığının azalmaya başladığı bir dönem olmuştur (Cengiz ve Hoffmann, 2011: 261-263-266).

2014 yılı yerel ve cumhurbaşkanlığı seçimlerine sahne olmuş, bu seçimlerde AK Parti kampanyasında Recep Tayyip Erdoğan’ın tercihleri belirleyici olmuştur. Konuşmalarında 2023 yılında Türkiye’nin küresel anlamda kilit önemdeki bir ülke olacağı yönündeki vaat en önemli maddeyi oluşturmuş, Türkiye için önerilen başkanlık sisteminin önemi anlatılmış, “paralel devlet” üzerinden dış düşmanlar ve yerli işbirlikçilerine karşı Türkiye’yi savunma söylemi ön plana çıkarılmıştır (Grigoriadis, 2015: 106-107). Aynı zamanda İslami ve milliyetçi duygular, Yüksek Seçim Kurulu’nun bir AK Parti reklamını yasaklamasıyla sonuçlanacak kadar had safhada kullanılmıştır (a.g.e., s. 108). AK Parti seçim şarkılarında “lidere en çok vurgu yapan” parti olmuştur. Bu şarkılarda Recep Tayyip Erdoğan’ın şahsi karizmasının etkisinden faydalanılmış, milliyetçi mesajlar ön plana çıkarılmıştır. Seçim şarkısı olarak Uğur Işılak tarafından Arslanbek Sultanbekov’un “Dombra” adlı şarkısından uyarlanan “Recep Tayyip Erdoğan” kullanmıştır (Önürmen ve Temel, 2014: 56).

2015 yılında gerçekleşen seçimlerde AK Parti seçim kampanyasının merkezine başkanlık sistemi tartışmalarını oturtmuş, icraatlarını öne çıkarmayı ve 1990’ların Türkiyesini ekonomi, özgürlükler ve afet yönetimi gibi alanlardaki kötü uygulamaları üzerinden hatırlatmayı da tercih etmiş (Kemahlıoğlu, 2015: 451) ve diğer tüm partiler gibi lider imajını ön plana çıkarmıştır. “Bize her yer Türkiye, Söyle var mısın, Selam olsun, Aşk ile Seveda ile, Haydi bir daha” şarkılarını kullanmıştır (Budak, 2018: 35). Televizyona verdiği bir reklamda “millet”in AKP ile özdeşleştirildiği dolayısıyla “*millet kavramına yüklenen anlamların partiye yüklendiği*” görülmektedir (Vodinalı ve Çörok, 2015: 506). “İstikrar”, “güven” ve “birlik ve beraberlik” vurgusu yapmaktadır (a.g.e., s. 512-527).

2018 seçimlerinde Ak Parti on seçim şarkısı kullanmıştır. Bu şarkılar Kürtçe bir parça olan “Wexta Türkiye”, “Türkiye Vakti”, “Erdoğan Marşı”, “Milletin Adamı”, “Haydi Gel”, “Birlikte Türkiye”, “Tek Yürek Erdoğan”, “Eroğlu Erdoğan”, “Adalet ve Kalkınmayı Hedef Bildik”, “Cumhurun İttifakı” ve “Hasat Vakti”dir. Ayrıca seçim reklamlarında “Şimdi Şahlanma Vakti” adlı bir parçaya daha yer verilmiştir. Adında “Erdoğan” geçen parçalar Recep Tayyip Erdoğan’a övgüler içermekte, bu şarkılarda Erdoğan’ın vatan ve millet sevgisi, halkın içinden olması ve “dünyaya kafa tutması” gibi olumlu özellikleri ön plana çıkarılmaktadır. Erdoğan’ın eski Türk-İslam liderleriyle (örneğin Ertuğrul Gazi) ile eş tutulması, onun bütün Dünya mazlumlarının ve Müslümanlarının umudu olması gibi unsurlar da söz konusudur. AK Parti parçalarında en büyük vurgu dini ve milli duygular üzerine yapılmıştır. “Birlik ve kardeşlik”, “ecdat” ve “icraat” gibi vurgular da göz önündedir. Kürtçe söz içeren bir parçaya yer vererek “Kürt seçmeni de kucaklayan” bir tavır sergilemiştir. Erdoğan’ın konuşmalarında yer verdiği “tek vatan, tek bayrak, tek millet, tek devlet” söylemi şarkılarda da yer bulmaktadır. Bu bağlamda “ülkenin bölünmez bütünlüğü” gibi milliyetçi söylemlerin de altı çizilmektedir (Budak, 2018: 36-37).

4. ARAŞTIRMA

4.1. Yöntem

Yukarıdaki bölümlerde ortaya konan üç önemli husus şu şekildedir: Birinci olarak, kimlik oluşumunda müziğin önemli bir role sahip olduğu ve belirli müzik türlerinin belirli kimliklerle eşleştirilebileceği, bu nedenle de siyasal aktörlerin siyasal iletişim çalışmalarında kitlelerle bir ortak aidiyet bilinci oluşturmak üzere bu tür müzikleri kullanabileceği görülmüştür. İkinci olarak, müzik parçaları da yazılı metinler gibi “okunabilmekte”, alımlayıcısı tarafından deşifre edilecek kimi mesajlar barındırabilmektedirler. Üçüncü olarak ise belirli siyasal söylemlerin kitleler nezdinde daha kolay kabul görmesi için müzik vasıtasıyla şarkı sözü formunda iletilebildiği ifade edilmiştir. Bu nedenle siyasal iletişimde şarkı kullanımı incelenirken bu şarkıların hem türlerine, hem kullanılan enstrüman, ritm tipi gibi unsurların göstergesi oldukları anlamlara, hem de bizzat şarkı sözlerinde yer alan siyasal söylemlere beraber bakmak gerekmektedir.

Morley ve Robins (2011: 18), başta internet olmak üzere oluşan yeni dijital iletişim coğrafyasının ulusal alanda artan bir bunalımla çakıştığını tespit ederek “*yeni bölgesel ve yerel etkinlik biçimleri*”nin ortaya çıktığına ve bu bağlamda “*yer ve mekan duyularımızın önemli ölçüde yeniden şekillendiğine*” vurgu yapmaktadır. Bu bağlamda, Castells’in akışlar uzamı tespitiyle (1989) çakışacak biçimde, en kalabalık siyasal toplaşmaların (her iki anlamıyla da “miting”lerin) belli bir süredir başta Youtube¹² olmak üzere dijital ortamlarda gerçekleştiğini söyleyebiliriz. Bu nedenle şarkılar üzerinden kurulan siyasal iletişimin artık miting meydanlarındaki hoparlörler ya da sokaklarda dolaştırılan minibüsler vasıtasıyla değil internet üzerinden gerçekleştiğini görülmektedir. Bu nedenle bu araştırma süresince Cumhuriyet İttifakı Yenikapı mitinginde ve çeşitli parti standlarında çeşitli gözlemlerde bulunulmuşsa da yapılan inceleme sahada gözlemlenen şarkı kullanımı üzerinden yapılmamış, AK Parti’nin

¹² Alexa verilerine bakıldığında 13.12.2019 rakamlarına göre Youtube Türkiye’de Google’dan sonra en çok ziyaret edilen ikinci web sitesidir. Kaynak: <https://www.alexacom/topsites/countries/TR>.

2019 Yerel Seçimleri için hazırladığı resmi site olan <http://akadaylar.com> adresinde yer alan şarkılar analize tabi tutulmuştur.

İncelemenin yöntemi “söylem analizi” olacaktır. Philips ve Hardy’ye göre (2002:6) geleneksel nitel yaklaşımlar belirli bir dünyayı hazır bir biçimde varsayar ve buradan anlam(lar) devşirmeye çalışır; oysa söylem analizi bizzat bu anlam dünyasının nasıl kurulduğunu ve kendini nasıl idame ettirdiğini araştırır. Hal böyleyken, söylemsellik olmadan toplumsal gerçeklik ne anlaşılabilir ne de zaten kurulabilir. Van Dijk’a göre de (2010:13) ideolojilerin kendilerini yeniden üretmesinde söylemin payı çok büyük olup, söylemin üretilmesi ve/veya üretiminin kontrolü vasıtasıyla toplum da kontrol edilmektedir.

Söylem Analizi’nin bir reçete gibi somut ve katı bir uygulama yolu bulunmamakta, bunun yerine “prensipleri” bulunmaktadır. Bunlardan başlıcaları olarak “*söylemin bağlamını incelemek*”, “*hangi grupların, iktidar ilişkilerinin ve ihtilafların bulunduğu çözümlemek*”, “***biz ve onlar** hakkındaki olumlu ve olumsuz görüşleri ortaya çıkartmak*” (vurgu bana ait – H.S.), “*önvarsayımları ve ima edilenleri açığa çıkartmak*” ve “*kutuplaştırılmış grup kanaatlerini vurgulayan tüm biçimsel yapıyı incelemek*” sayılabilir (Van Dijk’tan akt. Durna ve Kubilay, 2010:71). Fairclough (1995) ve (Wodak, 2001) ise araştırmacının incelediği veriye karşı kendi şahsi tavrına dair farkındalığını da söylem analizine dahil etmesi gerektiğini ifade etmektedirler.

Seçilen yöntemin uygulanmasının bir örneği olarak van Dijk, haber metinlerini inceleyerek toplumda hangi söylemlerin hâkim olduğunu ortaya çıkarmıştır (İnal, 1996:67). Van Dijk, bu yöntemle analiz ettiği haberleri “makro” ve “mikro” olarak iki farklı boyutta incelemeye tabi tutmuştur. Buna göre “makro” haberin (metnin) bağlamı, yani parça bütün ilişkisi içerisinde metnin yer aldığı zaman ve mekânsallıkla (örneğin bir gazete haberi için haberin yer aldığı sayfadaki diğer haber ve görsellerle, muhabirin toplumsal imajıyla vb.) ilişkisidir. Haberin aynı zamanda tarihsel ve toplumsal bağlamı da bulunmaktadır (Philips ve Hardy, 2002:4). “Mikro”ysa kelime tercihi, cümlelerin yapıları, cümlelerin birbirleriyle ilişkilene biçimi, metaforlar, çağrışımlar vb. gibi metin içi unsurlardır.

Habermas, “iletişimsel rasyonalite”nin, dolayısıyla tartışmacı demokrasinin vuku bulacağı kamusal alanın kurulumunda kültür ve sanatın da kurucu unsurlardan olduğunu tespit etse de (1991) müzik siyasal iletişimde yalnızca “sözler” vasıtasıyla etkili olmaz. Nietzsche de

müziği diğer sanat dallarıyla kıyaslarken onun gerçekliği temsil iddiasının olmayışını öne çıkararak (Megill, 2008: 286) onu yalnızca sözsüz değil, “*söze dökülemeyen*” bir iletişim alanına yerleştirmiştir. Dolayısıyla müziğin önemli bir bileşeni de “sözsüz” boyutudur. Zira müziğin insanları harekete geçiren, inandıran, farklı hissettiren en önemli faktörlerinden biri de onun bir estetik zevk kaynağı olmasıdır (Street, 2003: 128). Bu anlamda, nasıl ki sözlü bir metnin söylem analizi mümkünse müziğin de aynı şekilde sistematik bir analizi mümkün olduğundan (Machin ve Richardson, 2012; Tarasti, 2012) şarkılarda kullanılan müzik türleri, enstrüman tercihleri, şarkıların temposu vb. gibi müzikal unsurlar da bu çalışmada incelemeye tabi tutulacaktır.

Diğer bir değişle bu tezde gerek şarkı sözleri, gerekse de şarkılardaki müzikal unsurlar incelenirken hem mikro (bu unsurların kendi aralarındaki etkileşimleri) hem de makro (tarihsel, toplumsal bağlamları) boyutlar göz önünde bulundurulacaktır. Araştırmacının akademik altyapısının elverişli olmaması nedeniyle mikro analizin enstrümantal kısmı örneğin Yiğit Aydın ve Ali Ergur’un “Nationalizing the harmony? A system of harmony proposed by Turkish composer Kemal Ilerici” (2004) adlı çalışmalarında olduğu gibi makam vb. müzikal örüntülerin analizini içermeyecektir. Tezin “müzikal semiyotik” boyutu (Tarasti, 2012) bu nedenle geliştirilmeye açıktır. Ayrıca müzik türlerinin sosyolojik karşılıkları bulunduğu incelenen şarkılardaki tür tercihleri bu tez için önem arz etmekteyse de türlerin tespitinde de yine müzikal semiyotik bir yöntem kullanılmamıştır. İncelenen şarkıların türleri, tür sınıflandırmasının subjektif olduğu genel kabul görmüş bir husus olduğundan (Craft vd., 2007) kullanılan enstrüman, vokal tekniği, ritm gibi unsurlara dayanarak araştırmacının kendi tespitlerine dayanılarak belirlenmiştir. Makro analiz içinse literatür taraması yapılarak Türkiye müzik tarihi, Türkiye seçim kampanyaları tarihi ve popüler müzik gibi konular araştırılmış ve tezin yukarıda ele alınan bölümlerinde bu araştırmanın sonuçları paylaşılmıştır. Yine bu çerçevede literatür taraması yoluyla ulaşılan AK Parti’nin tarihine ilişkin bilgilere de bir sonraki alt başlıkta yer verilmektedir. Ayrıca 2019 Yerel Seçimleri kampanya dönemi sahada ve medya yoluyla gözlemlenmiş, bunun yanında araştırmayla ilişkili olabilecek (“beka sorunu”, “AK Parti millet aşkı”, “seçim şarkıları”, “seçim kampanyası” gibi) arama terimleri kullanılarak medya taraması yapılmıştır. Medya taramasıyla erişilen anlamlı bulgular dipnotlarda paylaşılmıştır.

Şarkılar alfabetik olarak tek tek analiz edilecek, incelemeyi kolaylaştırma adına belirli bir tematik (örneğin türlerine göre vb.) gruplandırmaya gidilmeyecektir. Bunun sebebi parçalar arasında birbirini yatay kesen pek çok farklı nokta bulunması nedeniyle yapılacak her bir kategorizasyonun diğer bazı paralellikleri gözden kaçırarak olmasıdır. Yapılan analiz neticesinde öne çıktığı tespit edilen ortak noktalar “Bulgular” bölümünde gruplandırılarak tartışılacaktır. Bu gruplandırma araştırma sonuçlarının ortaya konması bakımından faydalı olmakla birlikte ayrı ayrı tartışılan kimi unsurların aslında birbiri üzerinde belirleyici olduğunu belirtmek gerekir. Örneğin sözel bir tema olan “karşılıksız aşk” arabesk müziği pop müzikten ayıran önemli bir unsur olup hem sözlerin hem de müzikal unsurların analizinde yer alması gerekecektir.

4.2. AK Parti ve 2019 Yerel Seçim Kampanyasının Genel Çerçevesi

31 Mart 2019 yerel seçimleri (ve İstanbul Büyükşehir Belediye Başkanlığı seçiminin YSK kararıyla iptal edilmesi sonrasında 23 Haziran 2019 İstanbul seçimi) 2023 yılından önceki son seçim olmuştur. Dolayısıyla seçimlerden önceki tabloya göre, AK Parti ve MHP’den oluşan Cumhur İttifakı’nın 24 Haziran 2018 tarihinde gerçekleşen Cumhurbaşkanlığı ve 27. Dönem Milletvekili Genel Seçimi gibi bu seçimden de galip çıkması durumunda siyasi iktidarın 2023 yılına kadar sarsıntısız biçimde ilerleyeceği görülmekte, bu nedenle her iki siyasi ittifak da seçime büyük önem atfetmektedir. Ayrıca 2019 yerel seçimleri kampanyasının önemi, Cumhur İttifakı karşısında CHP ve İyi Parti tarafından kurulan Millet İttifakı’na belirli şehirlerde HDP’nin de destek vermesi nedeniyle belediye seçimlerinin de tıpkı başkanlık yarışı gibi “%50 artı bir oy” alma yarışına dönmesiyle daha da artmıştır. Bu nedenle bu seçim döneminde özellikle Cumhur İttifakı tarafından 31 Mart’ın yalnızca yerel yönetimleri belirlemeyeceğini, söz konusu olanın “milli güvenlik”¹³¹⁴ ve “devletin bekası”¹⁵¹⁶ olduğuna

¹³ “MHP lideri Bahçeli: Zillet ittifakı milli güvenlik sorunu haline geldi” - Akşam <https://www.aksam.com.tr/siyaset/devlet-bahceli-etimesgutta/haber-830031> (Son erişim: 13.12.2019)

¹⁴ “AKP’li Ünal: CHP milli güvenlik sorunu haline dönüştü” - Aydınlık <https://www.aydinlik.com.tr/akp-li-unal-chp-milli-guvenlik-sorunu-haline-donustu-politika-mart-2019> (Son erişim: 13.12.2019)

¹⁵ “Bahçeli: Cumhur İttifakı 31 Mart’tan sonra da yaşayacak, yaşatılacaktır” - NTV https://www.ntv.com.tr/turkiye/bahcelicumhur-ittifaki-31-marttan-sonra-da-yasayacak-yasatilacaktir.FYeUCW70GkGudX_bZlHnJg (Son erişim: 13.12.2019)

¹⁶ “Başkan Erdoğan: 31 Mart bir beka seçimidir” - Takvim <https://www.takvim.com.tr/guncel/2019/01/28/baskan-erdogan-31-mart-bir-beka-secimidir> (Son erişim: 13.12.2019)

yönelik açıklamalar sıklıkla yapılmış ve bu kapsamda seçmenlerde devletçi/milliyetçi hisler uyandırılmaya çalışılmıştır.

Türkiye'nin “sadece bir seçim” olmanın ötesinde anlamlar taşıyan bir yerel seçim dönemi geçirdiğine yönelik bu ifadeler Türkiye için yeni değildir. Örneğin Özkan'ın aktardığına göre (2002: 54) Adalet Partisi'nin 1977 seçimleri için verdiği bir gazete ilanında seçmenlerin yaklaşmakta olan seçimde “yalnızca ülkeyi yönetecek partiyi değil, rejimi de belirleyeceği” söylenmekteydi. Bu tezde yapılan medya taramasında da daha yakın tarihli farklı seçim dönemlerinde de benzer stratejilerin uygulandığı tespit edilmiştir. Örneğin dönemin AK Partili Kalkınma Bakanı Cevdet Yılmaz, Bitlis'in Güroymak ilçesinde tekrar edilecek yerel seçimler için 2014 yılında yaptığı açıklamada “Bu seçimler yerel seçimlerin ötesinde bir seçim”¹⁷, dönemin başbakanı Ahmet Davutoğlu 2015 yılında genel seçimleri işaret ederek “Bu seçim kader seçimi”¹⁸, CHP yöneticisi Haluk Pekşen 2017 yılında “Bu referandum Misak-i Milli sorundur”¹⁹, CHP genel başkanı Kemal Kılıçdaroğlu “Artık 24 Haziran seçimine kimse parti seçimi olarak bakmamalı. Bu parti meselesi değil, Türkiye meselesi, ülkenin meselesidir”²⁰ demiştir. Kökenleri Osmanlı İmparatorluğu dönemine dek uzanan (Kiriş, 2011; Somer, 2019: 45), Türkiye’de “*toplumun bütün katmanlarına yayılmış*” ve “*eşi benzeri görülmemiş*” bir kutuplaşmanın (Keyman, 2014: 19) sonucu olan bu söylemlerin Türkiye’deki siyasal partilerin 2019 yılı yerel seçimleri için hazırladığı seçim şarkılarında da kendini göstermesi beklenebilir. Nitekim kutuplaşma, “*Türk siyasi yaşamını son yıllarda analiz eden*” bütün çalışmaların “*üzerinde uzlaşmaya vardığı bir kavram*”dır (Vona Kurt, 2015: 194) ve Türkiye’nin “*dünyanın en kutuplaşmış ülkelerinden*” biri olduğu söylenmektedir (Somer, 2019). Literatürde Türkiyeli siyasilerin “biz” ve “onlar” ayırımına dayalı söylemler kullandığını gösteren kimi çalışmalara da bu anlamda rastlanmaktadır (Değer, 2018; Şen ve Cengiz, 2018).

¹⁷ “Kalkınma Bakanı Cevdet Yılmaz Güroymak’ta” – Beyaz Gazete <http://beyazgazete.com/haber/2014/5/23/kalkinma-bakani-cevdet-yilmaz-guroymak-ta-2242878.html> (Son Erişim: 13.12.2019)

¹⁸ “Oyunu kullanan kimse binalarda kalmayacak” - Milliyet <http://www.milliyet.com.tr/oyunu-kullanan-kimse-binalarda/siyaset/ydetay/2140552/default.htm> (Son Erişim: 13.12.2019)

¹⁹ “Gölbaşı’da CHP üyelerine 'Hayır' paneli” - Hürriyet <http://www.hurriyet.com.tr/golbasida-chp-uyelerine-hayir-paneli-40377525> (Son Erişim: 13.12.2019)

²⁰ “Kılıçdaroğlu baskın seçim kararı sonrası ilk görüşmeyi Karamollaoğlu ile yapacak” – T24 <https://t24.com.tr/haber/kilicdaroglu-baskin-secim-karari-sonrasi-ilk-gorusmeyi-karamollaoğlu-ile-yapacak.609793> (Son Erişim: 13.12.2019)

2019 yerel seçimleri öncesinde de “Bu seçimin sıradan bir seçim olmadığı” yönündeki söylemler değişmemiş olmakla beraber seçim kampanyalarını etkileyecek önemli bir değişim gerçekleşmiştir. Cumhurbaşkanı ve AK Parti genel başkanı Erdoğan bu yerel seçim kampanyasında “görüntü ve gürültü kirliliğine izin vermeyeceklerini” ifade etmiş²¹ ve “siyasetin dijital boyutuna” dikkat çekmiş; buna paralel olarak AK Parti genel başkan yardımcısı Mahir Ünal da “artık seçim gündeminin, söyleminin sanal coğrafyada oluştuğunu” belirterek²² esas kampanyanın internette yürüyeceğinden söz etmiştir. Öte yandan Türkiye’de 1965’lere dek uzanan “seçim şarkısı” kullanma geleneği (Önürmen ve Temel, 2014: 53) devam etmiştir. Bu kapsamda AK Parti, adaylarının seçim kampanyalarında faydalanması için oluşturduğu, <http://akadaylar.com> adresinde yer alan web sitesinde on dokuz adet parçaya yer verilmiştir. Bu parçaların tamamı kısmi ve/veya bütünsel olarak Youtube, Twitter, Facebook gibi sosyal medya platformlarında da resmi ve gayri resmi kanallardan seçim dönemi boyunca paylaşılmıştır.

Miting meydanlarında ve medyada “beka” söylemi sürerken AK Parti 2019 seçim kampanyasını “aşk” teması üzerine kurmuş ve “İstanbul Benim Aşkım – [X ilçesi] Benim Sevdam” sloganını benimsemiştir. AK Parti ile Türk milleti arasındaki ilişkinin “aşk” olduğuna dair söylem bu kampanyada özel olarak ön plana çıkarılmış olmakla beraber yeni bir söylem değildir²³. Örneğin Recep Tayyip Erdoğan’ın konuşmalarında sık sık dile getirdiği²⁴ bir benzetmeye göre AK Parti Ferhat’ın Şirin’e âşık olduğu gibi Türk milletine âşıktır ve bu aşkın coşkusuyla “dağları delmekte”, yani yollar, tüneller vb. icraatlar yapmaktadır. Bu doğrultuda AK Parti İstanbul’daki birçok ilan panosunu “Memleket İşî Gönül İşî” ve (“X” yerine bir ilçe gelecek şekilde) “İstanbul Benim Aşkım X Benim Sevdam” afişleriyle donatmıştır. Böylece bir tarafta karşı tarafın “beka” söylemi ile ötekileştirildiği, bir

²¹“Cumhurbaşkanı Erdoğan: Seçim kampanyamızda gürültü ve görüntü kirliliğine izin vermeyeceğiz” <https://www.sabah.com.tr/webtv/turkiye/cumhurbaskani-erdogan-secim-kampanyamizda-gurultu-ve-goruntu-kirliligine-izin-vermeyecegiz> (Son erişim: 13.12.2019)

²² “AK Partili Ünal: Sanal dünyada genel merkez oluşturduk” <https://tr.sputniknews.com/turkiye/201812071036525368-mahir-unal-akparti-sanal-dunya-genel-merkez/> (Son erişim: 13.12.2019)

²³ “AK Parti milletin aşk hikâyesidir” <https://www.sabah.com.tr/gundem/2017/08/15/ak-parti-milletin-ask-hikyesidir> (Son Erişim: 13.12.2019)

²⁴ Örneğin <https://www.dailymotion.com/video/x8nwl3> (Son Erişim 13.12.2019)

taftaysa “aşk”tan, “gönül”den bahsedilen ve (KONDA genel müdürü Bekir Ağırdır’ın “*sahicilik yitimi*” olarak tanımladığı)²⁵ ikili bir AK Parti kampanyası yürütülmüştür.

Analize geçmeden önce AK Parti’nin tarihinden de kısaca bahsetmek faydalı olacaktır. Türk siyasal tarihinde yer alan, Millî Nizam Partisi’nden Fazilet Partisi’ne değin Necmettin Erbakan’ın siyasi ve/veya ideolojik önderliğinde faaliyet yürütmüş (Landau 2008: 193) tüm partiler AK Parti’nin öncülleri olarak görülmektedir (Özbudun ve Hale, 2010). AK Parti’nin öncülü olan ve “*devletçi, küreselleşme karşıtı*” ve “*İslami referanslı*” (Bölükbaşı, 2012: 180) olan bu partiler “*taşralı küçük müteşebbisin sınıfsal çıkarlarını dinsel-kültürel bir siyasal söylem aracılığıyla geniş kitlelere ulaştırmayı*” hedefleyen “*milliyetçi ve mukaddesatçı*” bir yapıdadırlar (Bakırezer ve Demirer’den aktaran a.g.e, s. 168).²⁶

AK Parti tarihini bu geleneğin bir parçası olarak kurulan Refah Partisi’nden başlatmak yeterli olacaktır. Zira 12 Eylül askeri darbesi sonrasında kurulan partilerden biri olan Refah Partisi de öncülleri gibi “*Milli Görüş*” olarak bilinen ve yukarıda ana hatlarıyla özetlenen ideolojiye sahip olup, AK Parti dönemine kadar süren kopuş ve süreklilikler bu partinin geçirdiği süreçlerden sonra başlamaktadır. Refah Partisi, kapitalizme de sosyalizme de karşı olma iddiasında olan ve “*Adil Düzen*” adındaki, serbest piyasa kapitalizmiyle devlet kontrolü arası bir yapıya faizsiz bankacılık gibi İslami uygulamaların da eklenmesiyle oluşturulmuş (Öniş 1997: 753) kendi ekonomik programını öneren bir partidir. 1998 yılında adını (partiye siyasal açıdan zor durumda bırakan çeşitli kararların alındığı) bir Milli Güvenlik Kurulu toplantısının tarihinden alan “*28 Şubat süreci*” içerisinde “*laiklik karşıtı faaliyetlerin odağı haline geldiği*” gerekçesiyle (Özbudun ve Hale, 2010: 4) kapatılmıştır. Çeşitli kaynaklar bu partinin “*İslamcı*” olduğu (Yılmaz vd., 2017), daha spesifik bir ifadeyle “*radikal İslamcılığın Türkiye’deki temsilcisi*” olduğu (Landau 2008: 192) konusunda birleşmektedir.

Milli Görüş geleneğinde ilk değişime Refah Partisi’nin kapatılmasının ardından kurulan Fazilet Partisi’nde rastlandığı söylenebilir. Zira parti, öncülüne göre bilhassa Batı karşıtlığı anlamında daha ılımlı bir çizgi izlemektedir (Özbudun ve Hale, 2010: 5). Partinin bu bağlamda Avrupa Birliği üyeliğini ve serbest piyasa ekonomisini desteklemesi gibi özellikleri

²⁵ “Bekir Ağırdır ile “Yeniden İstanbul Seçimleri”: Değişenler ve değişmeyenler” <https://medyascope.tv/2019/06/17/bekir-agirdir-ile-yeniden-istanbul-secimleri-degisenler-ve-degismeyenler/> (Son Erişim: 13.12.2019)

²⁶ Bu bağlamda AK Parti’yi sistemin ‘çevre’sinden ‘merkez’ine ilerleyen Anadolu sermayesinin başarısının sonucu ve ürünü olarak gören pek çok çalışma da (örneğin Koçal, 2012: 84) da bu düşünceye yaslanmaktadır.

onun Refah Partisi'nden bir kopuş olarak görülmesini de beraberinde getirmiştir (Yıldız, 2003). Tüm bunlara karşın bu partinin de öncülü olan Refah Partisi gibi “laiklik karşıtı faaliyetlerin odağı” olduğu gerekçesiyle 2001 yılında kapatılması üzerine partide “Yenilikçiler” ve “Gelenekçiler” olarak adlandırılan iki farklı grup ortaya çıkmıştır (Özbudun ve Hale, 2010: 5). “Yenilikçiler” grubu kısa bir süre sonra AK Parti'yi kurmuş ve resmi olarak faaliyete başlamasının üzerinden yalnızca 15 ay sonra tek başına iktidara gelmiştir (Bekaroğlu, 2015: 112).

AK Parti kuruluş sürecinde kendini bu partilerden ayırıştırarak yerini “*muhafazakârlığa*” doğru çekmiş (Özbudun ve Hale, 2010: 57) ve demokratik çoğulculuk, laiklik konularında da daha pozitif bir yaklaşım izlemiştir. Böylece AK Parti yeni bir 28 Şubat sürecinden kaçınmak üzere “*kabul edilebilir sınırlar*”a çekilerek “*Kemalist düzenin reddi yerine makul bir eleştirisini benimsemiş*” (Bölükbaşı, 2012: 166) bu sayede sivil-asker bürokrasiden oluşan (a.g.e., s. 181) statükoyu geriletmek üzere “*gerek iç gerekse de dış ittifaklar geliştirmeyi başarmıştır*” (a.g.e., s. 179). Bu kapsamda AK Parti kendini “muhafazar demokrat” olarak lanse etmiş ve “Milli Görüş” mirasını reddetmiş (Özbudun ve Hale, 2010: 20), bu nedenle de (en azından belirli bir süre için) öncüllerinden farklı olarak “merkez sağ”da değerlendirilmiştir (a.g.e., s. 58). Bu bağlamda AK Parti'yi Anavatan Partisi geleneğinin taşıyıcısı olarak ele alan görüşler de bulunmaktadır (Oğuş, 2010; Bölükbaşı, 2012: 180). Yine de, partinin Milli Görüş geleneğinden kısmi olarak ayrıştığını ve kuruluşundan beri bariz İslami öğeler barındırdığını iddia eden çalışmalar da bulunmaktadır (Kalaycıoğlu, 2010).

Ne var ki AK Parti 2013'te yaşanan Gezi Parkı olayları ile birlikte “*Müslüman demokrasinin faydalarını görememeye başlamış*” ve yeniden İslamcı kökenlerine geri çekilmiştir (Yılmaz vd., 2017: 49). Bu bağlamda AK Parti'ye yönelik otoriterleşme/totaliterleşme eleştirileri 2013 sonrasında artmış (Brownlee, 2016) olup²⁷ AK Parti Türkiye'si bugün çeşitli akademisyenlerce “çoğunlukçu demokrasi”, “ağır İslami tınlı liberal olmayan demokrasi”, “seçimli otoriterliğe doğru giden” bir siyasal rejim gibi niteliklerle tarif edilmektedir (Esen ve Gümüşçü, 2016: 1583). Bugün Ulusal üst kimliği Müslümanlık olarak gören (Esenkar, 2017), “*düşünce dünyası İslam medeniyeti merkezli*” olan ve Türkiye'yi “*Osmanlı'nın halefi olarak*” gören bir oluşum olarak AK Parti bu nedenle bazı araştırmacılara göre “*ulusal sınırları*” aşan bir söyleme sahiptir (Aktoprak, 2016: 10-11).

²⁷ Buna karşın AK Parti'de demokrasiden İslami söylemlere ve otoriterliğe doğru bir savruluşun 2013 öncesi emarelerine işaret eden akademik çalışmalara da rastlanabilmektedir. Bkz: Jenkins (2012) ve Hintz (2016).

4.3. AK Parti Seçim Şarkıları

4.3.1. AK Parti Benim

Şarkının “yeşil pop” tarzında (Albayrak’tan aktaran Taş, 2014: 377) olduğu söylenebilir. Bu parça da ritmik ve tınısal olarak pop tarzında olmakla birlikte temposunun danstan çok zikre elverişli olması ve sözleri bakımından anaakım poptan ayrıldığı açıktır. Zaten şarkıyı seslendiren ve aynı zamanda AK Parti genel başkanı ve cumhurbaşkanı Erdoğan’ın danışmanlığını da yapmış olan Mustafa Kamacı ilahiyat fakültesi mezunu bir İmam Hatip lisesidir²⁸.

“AK Parti Benim” şarkısının sözleriye şu şekildedir:

*“Hayallerim, mazim ve ben necip bir milletim
Hedeflerim, azmim ve hikmete sahibim
Seçimlerim hakkım benim ben söz sahibiyim
Mühürlerim doğru yolu Ak Parti benim
Hele gelsin oluk oluk Erdoğanlar
Dile gelsin taş üstüne taş koyanlar
Başa gelsin millete hizmetkarlar
Baka kalsın halka tepeden bakanlar
Tevazuyla, samimiyet, gayretle AK Parti
Önce millet, memleket derdiyle dertli”*

Parça birinci tekil kişinin ağzından söylenmekte, bir vatandaşın ağzından konuşan “millet” neden AK Parti seçmeni olduğuna yönelik gerekçelerini açıklamaktadır. “Necip” olmakla övünen “millet” hayalleri, mazisi ve kendisi arasında bir köprü kurmaktadır. Dolayısıyla geleceğe giden yolda “mazi”ye kurucu bir önem atfedilmektedir. Milletin hedefleri ve bu hedefe ulaşmak için azme ve “hikmet”lere sahip olduğu ifade edilmektedir. Hikmet; “bilgelik”, “felsefe” gibi anlamlara gelen Arapça bir kelime olup söz konusu bilgelige İslami referans ekleyen bir kelime tercihidir. İslam felsefesi profesörü Kutluer

²⁸ Kaynak: <http://www.haber7.com/roportaj/haber/2285356-mustafa-kamaci-erdogan-benim-kahramanim> (Son erişim 13.12.2019)

“İslam'ın Klasik Çağında Felsefe Tasavvuru” adlı çalışmasının ilk bölümünü “Hikmet Olarak Felsefe” adını vermiş olması (2001) buna örnek olarak gösterilebilir.

Bu doğrultuda, AK Parti Benim şarkısında kişileştirilerek konuşturulan Türk Milleti’nin bu şarkıda kendisini tanımlamak için aynı anlama gelen “asil”, “soylu” kelimeleri yerine “necip”i tercih ederek ve bilgelik ve felsefedense “hikmet”e sahip olduğunu ifade ederek işaret ettiği mazinin İslami bir mazi, kimliğinin de İslami bir kimlik olduğu iddia edilebilir. Dolayısıyla ilk mısırda geçen “hayal”lere, ikinci mısırda geçen “hedef”lere ve üçüncü mısırda milletin hakkı olduğu ifade edilen hakimiyete rengini verenin de bu kimlik olduğu beklenmelidir.

Şarkının dördüncü mısrasında da bu yönde bir çağrışma yer verilmekte ve AK Parti’yi tercih etmek “doğru yolu” mühürlemek olarak ifade edilmektedir. Kuran’ın ilk suresi olan Fatiha’nın son iki ayeti şu şekilde tercüme edilebilir (Ethem, 2015: 81): “*O halde ey Rabbimiz! Sen bizleri **doğru yolda**; nimet verdiklerinin yolunda daim kıl: çünkü onlar senin gazabına yol açacak eylemlerde bulunmayanlar ve inanç konusunda **doğru yoldan sapmayan kimselerdir***” (vurgular bana ait - H.S.). Dolayısıyla Türk milleti AK Parti’yi seçerek aynı zamanda “Allah’ın gazabına yol açacak eylemlerde bulunanlardan ve inanç konusunda doğru yoldan sapanlardan” da ayrılmaktadır.

Şarkının giriş ve nakaratı arasında yer alan köprü bölümünde belediye yönetimlerine aday olan gruplar arasındaki ayrıma vurgu yapılmakta, AK Partili adaylar partinin kurucu lideri ve cumhurbaşkanı olan Erdoğan’la özdeşleştirilmektedir. Bu adayların başa getirilmesi mazide “taş üstüne taş koyanları”, yani imar ve inşada bulunmuş, böylece millete hizmet etmiş ecdadı dile getirecektir. Diğer adaylar ise “halka tepeden bakanlar”dır. Nakarat kısmında da AK Parti adaylarının tevazu, samimiyet, gayret, milleti ve memleketi önceliklendiren olumlu özelliklerine dikkat çekilerek liyakat vurgusu yapılmaktadır.

Nakarattan sonra Recep Tayyip Erdoğan’ın sesi girerek nakarattaki vurguyu tekrar etmekte “Tevazu, samimiyet, gayretle önce millet, önce memleket” demektedir. Parçanın ikinci yarısında şarkı yeni baştan söylenmektedir. Recep Tayyip Erdoğan’ın girişi Erdoğan’ın şahsi karizmasının yardımıyla sevenleri nezdinde şarkının mesajını güçlendirici etki yapmakta, Nisbett ve Wilson’ın sözünü ettiği “*halo etkisi*”ni eklemektedir (1977).

4.3.2. Birlikte Türkiye Olduk

Bağlama girişiyle açılan ve ana enstrümanın müzikteki “ulusal sembolümüz” bağlama olduğu bir parçadır. Buna ek olarak kaval gibi yöresel enstrümanlar da şarkıya yer yer girmektedir ve parça piyano partiteleriyle de süslenmiştir. Dolayısıyla “Birlikte Türkiye Olduk” parçasının modern (çoksesli) bir düzenlemeye sahip halk müziği formunda bir parça olduğu söylenebilir. Şarkının bestecisi Murat Ceyhan Çelikten daha önce de AK Parti taraftarı parçalar bestelemişliği bulunan profesyonel bir müzisyendir.

Birliktelik vurgusunu güçlendirmek için biri kadın biri erkek iki vokalistin seslendiği parçanın sözleriye şöyledir:

*“Bağı bahçeyi birlikte ektik
Toprağı sürdük besmele çektik
Acısında tatlısında düşmanın karşısında
Söğüt’ten Çanakkale’ye hep biz vardık
Yurdumun Toprağında
Aynı bayrağın altında
Kardeş olduk eş olduk
Evlat olduk torun olduk
Biz Türkiye olduk
Biz kocaman bir aile
Kocaman millet olduk
İyi günde kötü günde
On altı yıldır biz el ele birlik olduk
Biz Türkiye olduk”*

“AK Parti Benim”de de olduğu gibi yine Türk milletinin ağzından söylenen parça, halk müziğinin kırsal temasına uygun olarak “bağı bahçeyi birlikte ekme” ve “toprağı sürme” vurgusuyla açılmakta, (kafiye kaygısı nedeniyle toprağı sürmeyi öncelemesi gerekirken sonraya bırakılmış olsa da) “besmele çekme” ifadesiyle de taşra insanının dindar eğiliminin altı çizilmektedir. Sonrasında acısında ve tatlısında, düşmanın karşısında birlik olma durumu

söz konusu edilirken Osmanlı'nın kurulduğu Söğüt'ten Osmanlı'nın son büyük zaferi Çanakkale'ye kadar olan ortak mazi hatırlatılmaktadır. Bu bağlamda Osmanlı'nın kuruluşu ortak hafızanın miladı haline gelmekte, düşmanın karşısındaki birlik penceresi ise (Kurtuluş Savaşı, Kıbrıs Barış Harekatı gibi daha sonraki sıcak savaş tecrübelerinin varlığına karşın) Çanakkale'de kapanmaktadır. Daha sonra bu “biz” yani millet olma hali büyük bir aile ile özdeşleştirilmekte, bu durumun (yeniden) gerçekleştiği dönem olarak ise on altı yıllık AK Parti iktidarına işaret edilmektedir. Dolayısıyla AK Parti dönemi ile Osmanlı arasında paralellik kurulmakta, bu iki dönemin arasındaki parantezden söz edilmemektedir.

4.3.3. Biz Size Söz Verdik

Bu parçanın bestecisi de “*Birlikte Türkiye Olduk*” gibi Murat Ceyhun Çelikten'dir ve buna paralel olarak iki parça arasında içerik ve üslup anlamında çeşitli benzerlikler bulunmaktadır. Bu şarkı da kadın ve erkek vokaller tarafından seslendirilerek çeşitlilik ve aile hissiyatı sağlanmaktadır. Yine bu şarkı da bağlamayla açılmaktadır. Öte yandan önemli farklılıklar da göze çarpmaktadır. Sözlerin başlamasından sonra Ege zeybeklerinde çalınan zurna duyulmakta, nakarata geçildiğinde ise türkü formu tamamen terk edilerek pop tarzına dönülerek “köy enstrümanı” bağlama yerini elektro gitara bırakmaktadır. Nakarattan sonra ise bu kez önce bir süre tek başına dombra çalmaktadır. Bu esnada hem dombra tınlarıyla hem de ona eşlik eden vokalle Uğur Işılak tarafından Arslanbek Sultanbekov'un aynı adlı şarkısından Recep Tayyip Erdoğan için aynı adla uyarlanan – ve devlet törenleri de dahil olmak üzere AK Parti yetkililerinin dahil olduğu hemen her etkinlikte çalınması gelenek haline gelen (Carney, 2018: 95) – “Dombra” şarkısına açık gönderme yapılmakta, dolayısıyla dinleyicilerin aklına Recep Tayyip Erdoğan getirilmektedir. Ardından bağlama ve elektro gitar eşzamanlı olarak girerken kadın ve erkek vokallerden oluşan koro “Hey!” nağmeleriyle şarkıya coşku eklemektedir.

Şarkının sözleri şu şekildedir:

“Sokak sokak hizmet etmeye

Herkesi bir bir dinlemeye

Bir bardak çay içmeye

Hasbıhal etmeye geldik

Kardeş olup el ele vermeye

Çalışıp alın teri dökmeye
Gönülleri fethetmeye
Kapınıza aşk ile geldik
16 yıldır bugünlere biz
Birlikte geldik
Daha yolumuz var yediden yetmişe
Biz size söz verdik
Ferhat gibiyiz canla başla
Dağları bile deleriz evelallah
Bitmeyen aşkla
Durmayız asla
Bu vatana söz verdik
Milletimizle omuz omuza
Dünden bugüne yarınımıza
Dalgalanan al bayrağa
Hizmet etmeye geldik
Yeşiliyle bahçesiyle
Yaşlısıyla genciyle
Her köyünden her şehrine
Tarih yazmaya geldik”

“Biz Size Söz Verdik” adlı şarkı incelenen ilk iki parçadan farklı olarak milletin değil, AK Parti’nin ağzından söylenmekte, partinin millete hizmet etme arzusu anlatılırken nasıl hizmet ettiği de tariflenmektedir. AK Parti’nin hizmeti “sokak sokak”, detaylı biçimde planladığı ve herkesi dinleyerek, vatandaşların kendisinin dile getirdiği reel ihtiyaçlarına binaen gerçekleştirdiği söz konusu edilmektedir. Vatandaş dinleme eyleminin de vatandaşın yetkililere giderek taleplerini anlattığı hiyerarşik bir biçimde değil, AK Partililerin vatandaşın kapısına gidip bir bardak çayını içerek vatandaşla “hasbıhal” ettiği samimi ve eşit bir ortamda (bir hiyerarşi varsa da vatandaşın kapısına gidildiği için onun lehine olacak şekilde)

gerçekleştiği ifade edilmektedir. “Kardeş olup el ele vermeye” diyerek yine birlik beraberlik vurgusu yapıldıktan ve çalışkanlık vaat edildikten sonra “gönülleri fethetme” amacından söz edilerek “ilan-ı aşk” edilmektedir. Bu noktada fethedilen gönüller de olsa “fetih” ifadesinin altını çizmek gerekir. AK Parti’nin popülizm stratejisinde bir asr-ı saadet dönemi olarak Osmanlı nostaljisinin özel bir yeri bulunmaktadır ve İstanbul’un fethi başta olmak üzere “fetih” nosyonu bu nostaljinin temel yapıtaşlarından biridir (Karakaya, 2018). Nitekim Recep Tayyip Erdoğan da İstanbul’un fetih yıldönümüne yönelik yaptığı bir açıklamada²⁹ “Suriye’de, Mısır’da, Irak’ta, Libya’da işte bu anlayışla hareket ediyoruz. Kıbrıs’taki, Kırım’daki soydaşlarımıza, Balkanlardaki kardeşlerimize bu hissiyatla el uzatıyoruz. Türkiye, Afrika’da işte bunun için var. Biz biliyoruz ki asıl fetih gönüllerin fethidir,” diyerek kendisinin dış politikasını “fetih”le ilişkilendirmekte, fakat fethin esasen şarkıda da yer aldığı biçimiyle “gönüllerin fethi” olduğunu belirtmektedir. Nitekim İslamcı söylemde İstanbul’un fethinin de işgalden ayrılan yanı olarak dönemin Bizans tebaasına atfedilen “İstanbul’da Latin külâhı görmektense, Türk sarığı görmeyi yeğleriz” ifadesi öne çıkarılmakta (örneğin Bezer, 2010: 146; Gündüz, 2008: 52), Osmanlı’nın adalet ve hizmetlerinin fetih başarılarını beraberinde getirdiği iddia edilmektedir.

Pop tarzında, hareketli nakarat kısmına geçildiğindeyse on altı yıllık iktidar süresince millet-AK Parti birlikteliği AK Parti’nin söylem repertuarında sık sık yer aldığı gibi “Ferhat ve Şirin” efsanesine benzetilmektedir.

Şarkının ikinci yarısında yine mazi ve gelecek arasında köprü olarak AK Parti’ye işaret edilmekte (“dünden bugüne yarınımıza”) ve hizmet vurgusuna devam edilmektedir. “Yeşiliyle bahçesiyle” ifadesiyle şarkının pastoral yönünün altı tekrar çizilerek kentlerde yaşayan kırsal kökenli vatandaşların köy nostaljisi tatmin edilirken (şarkının yarı türkü - yarı pop müzik dengesinin gözetilmesinde gördüğümüz gibi) daha sonra köy ve şehir birlikte anılmakta; böylece hizmette köy-kent ayrımı yapılmadığı mesajı verilmektedir. “Hizmet aşkı”nın köyü ve kenti ikiliği gözetmeyişindeki kapsayıcılık vokaller üzerinden cinsiyetlere ve “yaşlısıyla genciyle” denilerek yaş gruplarına da yansıtılmaktadır. Keza şarkının bütününde hizmetin “vatana”, “dalgalanan al bayrağa”, kısacası “size”, yani şarkıyı duyan herkese, bütün millete yapıldığı ısrarla vurgulanmaktadır.

²⁹ “İstanbul’un Yüreğinde 562 Yıldır Yanan Fetih Işığını Söndürmek İsteyenlere Asla İzin Vermeyeceğiz” <https://www.tccb.gov.tr/haberler/410/32500/istanbulun-yureginde-562-yildir-yanan-fetih-isingini-sondurmek-isteyenlere-asla-izin-vermeyecegiz.html> (Son Erişim: 13.12.2019)

4.3.4. Biz Yaparız Onlar Konuşur

Beste arabesk rap tarzda olup rap'in genel karakteristiğine uygun olarak parçaya elektronik ritim ve yer yer efektler eşlik etmekte, bununla beraber darbuka gibi doğu enstrümanları da parçaya kimliğini vermektedir. Parçayı “İntihaşk”, “Hiç Halim Yok” gibi arabesk tınılı romantik pop şarkılarını da seslendiren Haydar Yılmaz söylemektedir.

Sözleri şu şekildedir:

*“Biz yaparız onlar konuşur
İki yaka bir arada el ele insanlar
Gönlünde memleketi yaşayan bir adam
Denizin altından geçirdi yollar
Komşusu açken tok yatmaz asla
Zorda kalanın hep elinden tutar
Adil davranır hak geçirmez asla
Düşünür garibi kucaklar candan
Gülsün çocuklar der okusun onlar
Hizmet aşkı yanıp yanıp durur
Biz yaparız onlar konuşur
İz bırakırız gittiğimiz yerde
Düşmanda büyük korku oluşur
Hizmet aşkı yanıp yanıp durur
Biz yaparız onlar konuşur
İz bırakırız gittiğimiz yerde
Düşmanda büyük korku oluşur
Birlik beraberlik dirlik eşitlik içinde yaşamak kim istemez ki
Özgürce dolaşırsın sokaklarda
Hasta olunca kuyruk beklemesin
Kıyafetine ve görünüşüne karışamaz seni yargılamaz kimse*

Ulaşmak istersen sevdiklerine
Yollar serildi kilometrelerce
Hizmet aşkı yanıp yanıp durur
Biz yaparız onlar konuşur
İz bırakırız gittiğimiz yerde
Düşmanda büyük korku oluşur
Hizmet aşkı yanıp yanıp durur
Biz yaparız onlar konuşur
İz bırakırız gittiğimiz yerde
Düşmanda büyük korku oluşur
Biz yaparız onlar konuşur
Biz yaparız onlar konuşur”

Şarkıya adını da veren “Biz yaparız, onlar konuşur” ifadesi AK Parti yetkililerinin son birkaç yıldır³⁰³¹ kullanmakta olduğu mottolaşmış bir ifade olup AK Parti’nin diğer siyasi partilerden farklı olarak icraatçı yanına dikkat çekmektedir. Parçada bu icraat vurgusu doğrultusunda ifadelere yer verildiği (örneğin “iki yaka bir arada” denilerek Yavuz Sultan Selim Köprüsüne, “denizin altından geçirdi yollar” sözleriyle Avrasya Tüneline vs. gönderme yapılması gibi), ancak yalnızca maddi yatırımların değil eğitim, sağlık ve adalet gibi sosyal konuların da ön plana çıkarıldığı görülmektedir.

Şarkının adında ve nakaratında birinci çoğul şahıs kullanılmasına karşın daha üçüncü mısıradan itibaren şarkının ilk yarısında sayılan maddi ve beşeri (*tangible/intangible*) tüm icraatlar “gönlünde memleketi yaşayan bir adam”a, yani Erdoğan’a atfedilmektedir. Erdoğan aynı zamanda icraatlarından bağımsız olarak adil, samimi, paylaşımcı, fakirlerin ve çocukların dostu olarak da övülmektedir. Parçanın ikinci yarısında da fail bir “biz”den söz edilmediği görülmekte, böylece esasen sayılan tüm başarıların arkasındaki ismin Recep Tayyip Erdoğan olduğu fakat Erdoğan’ın bu başarılarının AK Parti’nin hanesine (de) yazılması gerektiği anlaşılabılır.

³⁰ “Ak Partili Erdem: ‘ ‘Onlar Konuşur Biz Yaparız’ Sözü Boşa Söylenmedi”” <http://www.milliyet.com.tr/ak-partili-erdem-onlar-konusur-biz-yapariz-istanbul-yerelhaber-1006353/> (Son Erişim: 13.12.2019)

³¹ “Başbakan Ahmet Davutoğlu: Onlar Konuşur, Ak Parti Yapar” <http://www.akasyam.com/basbakan-ahmet-davutoglu-onlar-konusur-ak-parti-yapar-87799/> (Son Erişim: 13.12.2019)

Şarkının nakaratında AK Parti başka parçalarda da olduğu üzere “aşk”la özdeşleştirilmektedir. İlaveten, AK Parti’nin icraatlarının adı verilmeyen ve hiçbir şekilde tarif edilmeden muğlak bırakılan bir “düşman”ı korkuttuğu da ifade edilmektedir.

Şarkının AK Parti’nin “birlik ve beraberliği” sağlayan unsur olarak işaret edilmesiyle başlayan ikinci bölümünde yine çeşitli icraatlardan söz edilmektedir. Ayrıca kişilerin kıyafetine, görünüşüne kimsenin karışamayacağını, sokaklarda özgürce dolaşılabilceğinin vurgulanması dikkat çekicidir. Rap tarzında yapılmış olmasından dolayı özellikle genç kesime hitap etme şansı daha yüksek olan parçanın bu nedenle AK Parti – Recep Tayyip Erdoğan tarafından “*seküler yaşam tarzlarına yönelik siyasi hoşgörü sınırlarının daraltılmasına*” (Şahin, 2013: 167) Gezi Direnişi gibi toplumsal hareketlerin belkemiğini oluşturarak tepki vermiş olan çoğunluğu genç (Gök, 2014: 86) bireyleri kazanma imkanı olarak görüldüğü iddia edilebilir. Ne var ki ifadenin özel olarak bu kitlenin kaygılarını hedef alacak şekilde (örneğin “içkine, dekolten, cinsel yönelimine vb. karışamaz kimse” gibi) değil, genel bir ilke olarak ortaya konmuş olması dikkat çekicidir. Zira böylece bu ifadeler kaygılı muhalif gençlere yönelik açık bir teminat olmaktan ziyade, başörtüsü gibi nedenlerden ötürü ayrımcılığa uğramış AK Parti seçmenine yönelik, kolektif hafızaya hitap ederek minnet/şükran/vefa duyguları uyandırıcı bir role bürünmektedir. İfade muğlak bırakılarak AK Parti’nin “bütün yaşam tarzlarının garantisi olduğu” söylemi³² kurulmakta, söz konusu söylem muhalif gençlerde belirgin bir etki yaratmayacak olsa bile AK Parti tabanında özgürlükler konusunda hassasiyeti olanları ikna edici bir işlev kazanmaktadır. Nitekim AK Parti destekçileri arasında da laiklik, farklı yaşam tarzlarına hoşgörü vb. konularda hassas olan kayda değer bir kitlenin bulunduğu görülmektedir (Uncu, 2018).

4.3.5. Bizimkisi Bir Aşk Hikâyesi

AK Parti’nin beşinci seçim şarkısı Kayahan’ın *Ne Oldu Can* albümünde yer alan, sözü ve müziği yine Kayahan’a ait romantik pop tarzdaki “Bir Aşk Hikâyesi” şarkısından uyarlamadır. Şarkının orijinalinde değişiklikler yapıldığı için orijinal parça kullanılmamış,

³² Recep Tayyip Erdoğan Gezi Sürecinin üzerinden çok geçmeden verdiği bir mülakatta şöyle demektedir: "Herkes istediği yerde, istediği gibi görüyorsunuz eğleniyor, geziyor, tozuyor, yiyor, içiyor. Kimseye böyle bir müdahale AK Partili hiçbir belediyeden veya merkezi yönetimden bugüne kadar olmamıştır. Sormak lazım yani yaşam tarzınıza karışılıyor da ne yapıyor? Yani giyimine, kuşamına, yemene, içmene neyine karışılıyor?" Kaynak: "Erdoğan: Babam çok otoriter bir babaydı; yanlış yaptığımızda hesaplaşırdı" haberi: <https://t24.com.tr/haber/erdogan-babam-cok-otoriter-bir-babaydi-yanlis-yaptigimizda-hesaplasirdi.238620> (Son Erişim: 13.12.2019)

kadınlı-erkekli bir koro tarafından yeniden yorumlanmıştır. Şarkının orijinal yorumcusu, bestecisi ve söz yazarı Kayahan belli bir politik kimliğe sahip olmayan popüler bir figürdür. Pop ve arabeskin sentezinin oluşumunda çığır açıcı bir rol oynamış olması (Dürük, 2011: 38) önemlidir.

Parçanın sözleri şöyledir:

*“Bizimkisi bir aşk hikâyesi
Siyah beyaz film gibi biraz
Ateşle su dikenle gül gibi
Bizimkisi alev gibi biraz
Bizimkisi bir aşk hikâyesi
Siyah beyaz film gibi biraz
Ateşle su dikenle gül gibi
Bizimkisi roman gibi biraz
Bu güller senin için
Bu gönül ikimizin
Hiç üzülme ağlama
Sen gülümse daima”*

Bu müzikal kısımdan sonra parça Recep Tayyip Erdoğan’ın dinleyicilerine yönelik şu hitabıyla devam etmektedir:

“Dostlarım, biz hep birlikte on yedi yıl önce büyük ve güçlü Türkiye için bir yolculuğa çıktık. Bu yolculuk hepimizin hikâyesi. Bu yolculuk, bizim milletimize olan aşkımızın hikâyesi. Bu yolculuk, aziz milletimizin bize duyduğu güvenin, samimiyetin ve inancın hikâyesi. Bu yolculuk boyunca hiçbir şey bizi durduramadı. Önümüze çıkan tüm engelleri hep birlikte aştık. Biz büyük Türkiye’yiz. Bugün şehir şehir, ilçe ilçe, belde belde milletimize hizmetkâr olma yolunda yeni bir yolculuğa çıkıyoruz. Aydınlık Türkiye için, çocuklarımız için, gençlerimiz için, geleceğimiz için, yeniden yollara düşme günü. Yolumuz açık olsun, Allah yar ve yardımcımız olsun.”

Parça, “Bizimkisi Bir Aşk Hikâyesi” adının da işaret ettiği üzere Recep Tayyip Erdoğan ile Türk milleti arasındaki ilişkinin aşk olarak nitelenmesi gerektiğini anlatmaktadır.

Burada “AK Parti” yerine “Recep Tayyip Erdoğan” denmesinin bir sebebi orijinal parçadaki “âşık Kayahan”ın yerini yapılan uyarlamada sembolik olarak Erdoğan’ın alışı olması ise, bir diğer sebebi ise AK Parti mitinglerinde bu şarkının çalındığı esnada Erdoğan’ın bizzat ve sahnede tek başına olacak şekilde miting katılımcılarına hitaben şarkıya eşlik etmesidir³³. Recep Tayyip Erdoğan’ın mitinglerinde şarkı söyleme geleneği hâlihazırda bulunmaktadır. Buna örnek olarak 22 Temmuz 2007 seçimlerine yönelik olarak düzenlenen Van mitingini “Bana Her Şey Seni Hatırlatıyor” şarkısını (“seni” ifadesini “sizi” ile değiştirerek) söyleyerek noktalandırmıştır (Kantar, 2018: 222). Bu siyasal iletişim yöntemi Turgut Özal’ın “Samanyolu” şarkısını söylemesiyle³⁴ beraber okunabilir.

Orijinal şarkının ilk bölümünde yer alan “gözyaşı, umut ve ihtiras” sözleri çıkarılmış, yerine ikinci bölümdeki “ateşle su, dikenle gül gibi” ifadesi tekrar edilmiştir. “Gözyaşı” ifadesi çıkarılmış olsa da “ateş ve su” gibi karşıtlık içeren, diken gibi yaralayıcı bir öğeyi aynen koruyan sözlerin bu aşkı da her aşk gibi kusursuzluktan uzak, fakat tam da bu yüzden “hikâyesi olan” bir aşka çevirmiş olduğu izlenimi uyandırdığı söylenebilir.

Recep Tayyip Erdoğan’ın şarkıya özel yaptığı konuşmanın ise Kayahan’ın şiir okuduğu ve ayrılıkla son bulmuş fırtınalı bir ilişkiyi (“*Bazen düşünüyorum da / Bende de yanlış bir şeyler vardı galiba diyorum / İkimizde kıymetini bilemedik bir şeylerin*”) nostaljik bir tonda anlatan (“*Ne güzeldi değil mi yaşadıklarımız / Ne güzeldi / Artık ne sen ne de ben / Bulamayız o günleri*”) şiir kısmının yerini almış olması ilginçtir. Bu yönüyle parça, ayrılığı değil yaşanmışlıkların hatırlatılması yoluyla nostaljik duyguları körükleyerek aşkın tazelenmesine çağrı yapacak şekilde revizyondan geçmiştir. Recep Tayyip Erdoğan’ın konuşma kısmında bir diğer dikkat çekici nokta birinci çoğul kişi ağzıyla yapılan konuşmadaki “biz”in bazen (örneğin “*Bu yolculuk, aziz milletimizin bize duyduğu güvenin, samimiyetin ve inancın hikâyesi*” sözleriyle) AK Parti’ye, bazense (örneğin “*Biz büyük Türkiye’yiz*”de olduğu üzere) millete gönderme yapacak şekilde değişken biçimde kullanılmasıdır.

³³ Bir örneği bağlantıdan görülebilir: <https://www.youtube.com/watch?v=6ZYJZTx8Ojs> (Son Erişim: 13.12.2019)

³⁴ Bağlantıdan izlenebilir: https://www.youtube.com/watch?v=Ubgh60J_Zp8 (Son Erişim: 13.12.2019)

4.3.6. Bu Vatana Söz Verdik

Yine bir Ceyhun Çelikten bestesi olan “Bu Vatana Söz Verdik” pop tarzda bir parçadır. Dinleyicilerin tempo tutup eşlik etmesini teşvik edecek şekilde tezahüratla başlayan parçaya sözlerin başlamasıyla birlikte arabesk müziğin ayırt edici özelliklerinden biri olan elektro-bağlama eşlik etmektedir. Buna uygun olarak şarkının köprü bölümünde vokal de arabesk bir tını kazanırken, nakaratta şarkı tamamen pop tarzına dönmektedir. Şarkının ikinci bölümü bulunmamakta, nakaratın bitmesinin ardından bağlama, akordeon, tulum gibi Türkiye’nin farklı coğrafi bölgelerinden yöresel enstrümanlar sırasıyla şarkıyı süsleyici ezgiler çaldıktan sonra tekrar nakarat girmektedir. Nakarat harici kısımları tek bir erkek vokal söylerken, nakarat eşlik etmeyi teşvik edici mahiyette erkeklerden oluşan bir koro tarafından söylenmektedir.

Şarkının sözleri şu şekildedir:

*“Yeminliyiz hizmet etmeye
 Gönülleri fethetmeye
 İlk günkü aşkla gayret etmeye
 Daima hep ileriye,
 Eğilmedik dik durduk zalimin karşısında
 Ölümüne söz verdik biz bu şanlı bayrağa
 2002'den biz bugünlere birlikte geldik
 Millet olmayı, devlet olmayı dünyaya öğrettik
 Boş konuşmadık hiç atıp tutmadık
 Çalıştıkça çalıştık hep beraber
 Durmadık ki hiç hep yola devam
 Biz bu vatana söz verdik”*

Parçada yine AK Parti’nin milletine ilk günkü aşkla bağlı olduğu ve buna binaen gönülleri fethederek aşkına karşılık bulma motivasyonu, hizmet konusundaki kararlılığı vurgulanmaktadır.

Recep Tayyip Erdoğan'ın Rabia işaretiyle ilişkilendirdiği “tek millet, tek bayrak, tek vatan, tek devlet” sloganında yer bulan milliyetçi kelimelerin tamamına şarkıda yer verildiği de dikkat çekmektedir. “Birlikte Türkiye Olduk” ve “Biz Yaparız Onlar Konuşur” parçalarında değinilen “düşman”ın yeriniyse bu kez “zalim” almıştır ve bu da AK Parti’yi mazlumların yanında yer alan bir konuma yerleştirmiştir.

Parçanın nakaratında on yedi yıllık mazi hatırlatılmakta, Türkiye’nin bu süre zarfında ulusal sınırların ötesinde bir etkiye sahip olduğunun, örnek bir ülke olarak öne çıktığının altı çizilmektedir. Burada şarkıyı söyleyen “biz” kimi zaman hem AK Parti’yi hem Türk milletini, kimi zamansa yalnızca AK Parti’yi kapsayacak şekilde geçişken olarak kullanılmaktadır. “Biz Yaparız Onlar Konuşur” şarkısına da adını veren “konuşma” ve “iş yapma” arasındaki ikilik hatırlatılarak gelecek için yeniden oy istenmektedir. Bu bağlamda “yola devam” metaforuyla AK Parti’nin ulaştırma yatırımları akla getirilmektedir.

4.3.7. Canı Canan

Akustik gitarın tuttuğu ritme doğu ezgilerinin eşlik etmesiyle açılan parçadaki doğulu vurgu bir süre sonra kanun ve davulun da devreye girmesiyle artmaktadır. Parçayı biri kadın biri erkek vokal olmak üzere iki vokalist seslendirmektedir.

Parçanın sözleri şu şekildedir:

*“Canı canan bilmişiz
Uğruna can vermişiz
Her karış toprağını da
Kendimizden bilmişiz
Hacı Bektaş, Mevlana da
Yunus Emre, Pir Sultan’la
Kalpten kalbe giden yolda
Yürüdüler hak yolunda
Gel kardeşim bir olalım aydınlık yarınlar bizim
Hep beraber yürüyelim bu memleket hepimizin
Doğusundan batısına ulaşmışız her kardaşa (tüm canlara)*

Kalpten kalbe giden yolda buluşmuşuz dualarda”

Hem AK Parti’yi hem de milleti temsil edecek şekilde birinci çoğul ağızdan söylenen parçanın sözlü kısmı vatanseverlik ve bu uğurda yapılan fedakârlık vurgusuyla açılmakta, bu doğrultuda parçanın adında da yer alan “canan” ifadesi vesilesiyle vatan sevgisi yine “aşk” teması üzerine oturmaktadır.

İkinci bölümde Sünni daire içinde sayılan Mevlana ve Yunus Emre figürleri ile Hacı Bektaş ve Pir Sultan gibi Alevi/Bektaşî inancına kaynaklık eden figürlerin bir arada anılmasıyla birlik ve beraberlik söylemi mezhepler arasında bir ayrım yapılmadığı, hepsinin öğretilerinin aynı noktaya vardığı ifade edilerek güçlendirilmiştir. Burada “kalpten kalbe giden yol” metaforu yine “aşk” temasına, fakat bu kez dini bir alt metinle gönderme yapmaktadır. “Yol” ifadesi aynı zamanda AK Parti’nin ulaştırma yatırımlarını akla getirmektedir.

Nakarata geçildiğinde “Gel kardeşim bir olalım” sözlerinin yine Pir Sultan Abdal’a ait olan “Gelin canlar bir olalım” sözüne atıfta bulunduğu görülmektedir. “Bu memleket hepimizin” ifadesiyle de eşit yurttaşlığın altı çizilmektedir. Nakaratın ikinci kısmında Alevilerin “insan”ı kast etmek için kullandığı bir kelime tercih edilerek ulaşılan “can”lardan bahsedilmektedir. Parçanın sonunda milletçe dualarda buluşulduğu söylenerek yeniden ortak payda olarak inançlı olmaya dikkat çekilmektedir.

Sünni muhafazakâr eğilimiyle öne çıkan AK Parti’nin bu şarkıyla kendi doğal sosyolojik tabanını oluşturmayan Alevi/Bektaşî kitleye hitap ettiği, “biz” kimliğini inanç üzerinden kurduğu (ve bu anlamda “biz olmayanlar”ın da maneviyatı olmayanlardan oluştuğu) söylenebilir.

4.3.8. Canımın İçi Türkiyem

Yavaş pop formundaki beste, AK Parti’nin 2011 seçim kampanyasında ön plana çıkan “Aynı Yoldan Geçmişiz Biz” parçasının da bestecisi olan Özhan Eren’dır. Kanunla açılan parçada klarnet gibi ince sazlar da devreye girmekte, parçadaki doğu tınlarını baskın kılmaktadır. Parçayı kadın bir vokalist açmakta, daha sonra geri vokal olarak erkek bir ses de girmektedir.

Sözleri şu şekildedir:

*“Bulutlara aldırma yıldızlar yerindedir
Ne kışlardan geçtik biz baharlar bizimledir
Engellere aldırma gönüllerimiz tertemiz
Güneş hep bizimledir aşk doluyuz hepimiz
Gecemiz gündüzümüz tükenmez gayretimiz
Senin için ey vatan gönüldendir işimiz
Senle çarpar yürekler sevdadır hizmetimiz
Ferhatça dağları deleriz aşk bizim işimiz
Bu aşk vatan için, çocuklarımız için
Cennet olsun yurdumuz, bu aşk Türkiyem için
Haydi sen de katıl haydi beraber
Cennet olsun bi'tanem canımın içi Türkiyem”*

Milletin tekil bir ferdine hitaben yazılmış giriş kısmında yıldızları kapatan bulutlardan, engellerden söz edilerek mevcut durumda belirli sorunlarla karşı karşıya olunduğuna, ancak geçmiş tecrübelerin gösterdiği gibi bugünlerin de geride kalacağı ifade edilmektedir. Bu kapsamda güven duygusu uyandıran hususlar ise gönüllerin temizliği ile milleti oluşturan fertlerin “aşk” dolu olmasıdır. İçinde bulunulan kötü günlerin milletin içsel kuvveti sayesinde geride kalacağına ilişkin söylemiyle bu kıtanın İstiklal Marşında yer alan “*Garb'ın âfâkını sarmışsa çelik zırhlı duvar / Benim iman dolu göğsüm gibi serhaddim var*” dizeleriyle benzeştiği söylenebilir. Böylece parça hem Türk milletinin kurucu mitlerinden Kurtuluş Savaşına gönderme yaparak AK Parti'nin “beka” söylemini destekler bir nitelik kazanmakta hem de İstiklal Marşı'nda verili bulunan Türk milletinin temel yapıtaşının “Hakk'a tapmak” olduğunu tekrar etmektedir.

İkinci kıtaya geçildiğinde AK Parti'nin millete olan aşkı nedeniyle durmak bilmeden çalıştığına, hizmet ettiğine ilişkin vurguya yer verilmektedir. Bu bağlamda AK Parti ve “dağları delen” Ferhat analogisi yeniden kurulmaktadır. Bu söylem, AK Parti'nin icraatlarıyla

âşık olduğu Türkiye’yi cennet yapmaya çalıştığını ifade eden nakarata bağlanmakta ve seçmen bu nedenle AK Parti’ye oy vermeye çağrılmaktadır.

Birinci çoğul kişinin ağzından söylenen parçada “biz” ile kast edilen grubun önce milletken, sonrasında AK Parti’ye dönüştüğü görülmektedir. Parçanın bu yapısı dinleyici nezdinde AK Parti ile Türk milletini özdeşleştirilmesine imkân tanımaktadır.

4.3.9. Cumhurun İttifakı

Marş türündeki parçada fonda elektronik davul ve bağlama melodisi üzerine, önce erkek bir vokal tarafından ana ezginin taraftar tezahüratı şeklinde söylenmesi ile başlayan parçaya sonradan kadın bir vokal de eklenmektedir. Parça boyunca vokale bağlama eşlik etmekte, bölümlerin arasında kaba zurna kullanılmaktadır. Parçanın taraftar tezahüratı kısmı da bölüm aralarında tekrar girmekte, parçanın sonunda tezahürata alkışla tutulan tempo sesi de eşlik etmektedir. Bu kapsamda parçanın düzenlemesinin mitinglerde katılımcılarda coşku uyandırmak, onları parçaya dâhil etmek amacıyla yapıldığı söylenebilir. Parça 24 Haziran 2018’de gerçekleşen Cumhurbaşkanı ve 27. Dönem Milletvekili Genel Seçimi için yapılmış olup söz konusu seçim için AK Parti ile MHP arasında kurulmuş olan Cumhur İttifakı 31 Mart yerel seçimlerine de beraber girdiği için bu seçimlerde de kullanılmıştır. Parçanın söz yazarı ve bestecisi ise Hande Yener, Of Aman Nalan gibi ünlü Türk pop müziği sanatçılarına yaptığı parçalarla tanınan Altan Çetin’dir.

Parçanın sözleri şu şekildedir:

*“Bayrağıyla, devletiyle var olmak için
Milletimin kudreti yüreğinde saklı
Hep birlikte yan yana güçlü olmak için
Cumhur ittifakı cumhur ittifakı
Öğretmeni , öğrencisi , emeklisi işçisi
Şer odaklarına karşı demokrasi bekçisi
Ülkemin geleceği sayende kurtulacak
Cumhur ittifakının onurlu destekçisi
Huzur için barış için yapıldı hesap
Hepsi aziz milletimin hakkıdır hakkı*

24 haziran'da en güzel cevap

Cumhur ittifakı cumhur ittifakı”

Parça milletin varoluş kaygısı güttüğünü ve bunu yüreğindeki kudret ile başarabileceğini, bu kudretin temerküz etmesi gereken siyasal odağın ise Cumhur İttifakı olduğunu belirtmektedir. Milletin varoluş kaygısı, “yürekteki kudret”, “milletimin hakkıdır hakkı” gibi unsurlar yine İstiklal Marşı’nın içeriğini hatırlatmakta ve bu vesileyle 2019 yılının “beka sorunu” ile Kurtuluş Savaşı’nı ilişkilendirmektedir.

Parçanın ikinci kıtasında Cumhur İttifakı’nın onurlu destekçileri olarak öğretmen, öğrenci, emekli ve işçiler sayılmaktadır. Bu toplumsal kesimlerin alt orta ve alt sınıftan örnekler olmasından hareketle (sayılanlar arasında örneğin doktorlar, mühendisler, sanatçılar, akademisyenler vs. bulunmamaktadır), Cumhur İttifakı’nın sosyo-ekonomik zorluklar yaşayan kitlenin temsilcisi olduğu iddia edilmektedir. Böylece üst orta ve üst sınıfın da “biz olmayanlar”da bulunduğu yönünde bir söylem kurulmaktadır. Yine ikinci kıtada bu dar gelirlielerin “şer odaklarına karşı demokrasi bekçisi” olduğu ifade edilmektedir. “Şer odakları”, “dış mihraklar”, “dış güçler” gibi ifadeler, Türk siyasetinde gerek sağ, gerek merkez sol aktörler tarafından başvurulmuş muğlak düşman imgeleridir (Çınar, 2017: 62; Küçük, 2018). “Demokrasi bekçisi” ifadesi 15 Temmuz darbe girişiminden sonra bir süre için yeni bir darbe ihtimaline karşı meydanlarda tutulan “demokrasi nöbeti”ne atfen Cumhur İttifakı tabanının darbeye direnen bu kitleden oluştuğunu dile getirmektedir. Nitekim Recep Tayyip Erdoğan başta olmak üzere Cumhur İttifakı’nın çeşitli temsilcileri de Cumhur İttifakı’nın “meydanlarda kurulduğunu” sık sık dile getirmektedir³⁵. “Ülkemin geleceği sayende kurtulacak” diye seslenilen bu kitleye 15 Temmuz’da darbeye karşı direnerek ülkeyi nasıl kurtardılarsa, bu seçimler de “beka” meselesi olduğu için, Cumhur İttifakı’na oy vermenin de ülkeyi aynı şekilde kurtaracağı mesajı verilmektedir. Böylece Recep Tayyip Erdoğan’ın

³⁵ Örneğin “15 Temmuz gecesi meydanlarda kurulan Cumhur İttifakı, aradan geçen süre zarfında Türkiye’nin bekasının, Türk demokrasisinin, milletimizin istikbal ve istiklalinin garantörü olmuştur” sözlerini sarf ettiği “Cumhurbaşkanı Erdoğan: Seçilmiş olmak hiç kimseye suç işleme özgürlüğü tanımaz” haberi. Kaynak: <https://www.ntv.com.tr/turkiye/cumhurbaskani-erdogansecilmis-olmak-hic-kimseye-suc-isleme-ozgurlugu-tanimaz,SsVzYorQi0OVx7EaYX-JCw> (Son Erişim: 13.12.2019)

“İkinci Kurtuluş Savaşı” olarak nitelendirdiği³⁶ 15 Temmuz ile seçimler arasında bağlantı kurulmaktadır.

Son kıtada Cumhur İttifakı’nın “huzur” ve “barış” getireceği vaat edilmekte ve “[huzur ve barış] aziz milletimin hakkıdır hakkı” denmektedir. Böylece İstiklal Marşı’ndaki “Hakkıdır hakka tapan milletimin istiklal” sözlerine yeniden gönderme yapılmaktadır. Böylece Kurtuluş Savaşı – 15 Temmuz ve seçimler arasında kesintisiz bir hat çizilmekte, “beka sorunu yaratanlar” ile “vatani savunanlar” arasındaki daimi karşıtlık bu kez de Cumhur İttifakı ile rakipleri arasında kurulmaktadır.

4.3.10. Gönülden Gönüle Bir Yol

Rap türündeki parçayı Türkiye’nin en popüler televizyon programlarından³⁷ biri olan *O Ses Türkiye*’ye katılarak belirli bir tanınırlığa ulaşan Resul Aydemir seslendirmektedir. Parça akustik gitar tınlarıyla açılmakta ve düzgün, şehirli bir ağızla söylenmektedir. Ayrıca şarkı boyunca gitar ritmi hiç kesilmemektedir. Böylece şarkı kentli, Batılı müzikal estetik değerlere sahip kulaklara hitap etmektedir. Ancak yer yer, doğu tınları içeren kısa kaval ezgileri de parçada yerini almaktadır.

Parçanın sözleri şu şekildedir:

“Gönülden gönüle bir yol var

Gönülden gönüle bir yol

Kapılma sakın benliğe

Yol ver kardeşliğe

Kilim gibiydi ülkem, her motifte bir renk

Her motifte estetik bak her motifte ahenk

Cennetten bir köşe, kimi menekşe, kimi lale

³⁶ “15 Temmuz gecesi darbecilerin karşısına dikilen kahraman vatandaşlarımız ancak istiklaline karşı çıkarsa güvenli bir geleceği olacağını biliyor. Bunun için biz 15 Temmuz’a 2. Kurtuluş Savaşı diyoruz.” Kaynak: “Cumhurbaşkanı Erdoğan’dan ‘Misak-ı Milli’ mesajı” haberi <http://www.hurriyet.com.tr/gundem/cumhurbaskani-erdogandan-misak-i-milli-mesaji-40252990> (Son Erişim: 13.12.2019)

³⁷ Programın iki farklı yayın döneminde de totalde ilk sıralarda, AB grubunda ise birinci sırada yer aldığına ilişkin reyting haberlerine şu bağlantılardan ulaşılabilir:

- <http://www.medyaforesi.com/haber/2-aralik-2018-pazar-reyting-sonuclari-savasci-o-ses-turkiye-gulbin-tosun-lider-kim/892662> (Son Erişim: 13.12.2019)
- <http://www.medyaforesi.com/haber/26-ocak-2019-reyting-sonuclari-fox-ana-haber-o-ses-turkiye-erkenci-kus/898275> (Son Erişim: 13.12.2019)

Dizilmiş nizami inci gibi tane tane
 Muhabbetle yoğrulanın sırtı gelmez yere
 Ekmeğini paylaşanın emekleri zayi olur deme
 Dene çünkü vazgeçmemek gerek
 Alından damla damla akar ismi emek
 Bir ezgi, bir türkü, bir deyiş gönlüme dokundu
 Kulaklarımdan girdi benim damarlarımda gezdi durdu
 Ruhum doydu, demlendim ustam çayı koydu
 Kol kolayız biz biriz, birlik olana yok ki korku
 Sen yoksan bir eksiğiz sen varsan her şey tamam
 Aynı kaptan su içtik biz gerek yok ki ayrı kaba
 Bir yapmış bizi gökte bayrak yerde vatan
 İliklerime işlemiş sevgin senden ayrılamam
 Gönülden gönüle bir yol var
 Gönülden gönüle bir yol
 Aç kendini bilgiye
 Yükselseceksin zirveye
 Gönülden gönüle bir yol var
 Gönülden gönüle bir yol
 Kapılma sakın benliğe
 Haykır şimdi "Biz!" diye”

AK Parti’nin ağzından birincil tekil kişi kullanılarak söylenen parçanın isminin halk ozanı Neşet Ertaş’ın “Gönül Dağı” parçasında geçen “gönülden gönüle bir yol var gizli gizli” dizesinden esinlendiği görülmektedir. AK Parti lideri Recep Tayyip Erdoğan’ın Neşet Ertaş’la beraber televizyon programına katıldığı³⁸, sanatçının vefatının ardından düzenlenen cenaze

³⁸ Programın bir bölümüne bağlantıdan ulaşılabilir: <https://www.youtube.com/watch?v=fjtzl4D2OF4> (Son Erişim: 13.12.2019)

törenine katılıp bir de konuşma yaptığı³⁹, 2019 yılı itibarıyla da kendisini halen yâd ettiği⁴⁰ bilinmektedir. Orta Anadolu Abdallarının bozlak geleneğinin bir devamcısı olan Neşet Ertaş 2000'lerin başında yurda dönüşüyle kentli kitleler tarafından “yeniden” keşfedilen halk müziği sanatçılarından biridir⁴¹. Neşet Ertaş bu anlamda kırsaldan kente, hatta uluslararası alana (Keskin, 2014: 103) yürüyüşün bir simgesi olarak özellikle “gurbet” hissi yaşayanlar tarafından sahiplenilir. Böylece parçada Neşet Ertaş’ın toplumun bütün kesimlerini kapsayıcı etkisinden faydalanılırken bilhassa kentin çevresinde olup merkezde hak iddia eden kitleye hitap ettiği söylenebilir.

Parçanın devamında “ben” vurgusunun karşısına kardeşlik üzerinden tariflenen “biz” söylemi çıkarılmakta, bu doğrultuda paylaşmak ve karşılıklı sevgi beslemek gibi erdemler yüceltilmekte ve farklılıkların birlikteliğindeki uyum methedilmektedir.

Parçada kırsal yaşam tarzına hitap eden “kilim”, “türkü” ve Aleviliği de içerecek şekilde “deyiş” gibi tabirler ile alt sınıflara hitap eden “emek”, “ekmek” gibi ifadelerin “ruh”, “gönül” gibi maneviyata işaret eden unsurlarla birlikte yer aldığı görülmektedir. Bir başka dizelerde ise bunlara “vatan” ve “bayrak” gibi milliyetçi semboller de eklenmektedir. Parçanın sonuna gelindiğinde ise dinleyici/seçmen “kendini bilgiye açmaya” davet edilerek ve böylece “zirveye yükseleceği” vaat edilerek meritokratik bir söylem kurulmaktadır.

“*Kilim gibiydi ülkem*” sözlerindeki geçmiş zaman kullanımı günümüzdeki birlik beraberlik durumunu muğlak bırakmaktadır. Aynı minvalde, “*muhabbetle yoğrulanın sırtı gelmez yere*” ve “*birlik olana yok ki korku*” gibi ifadelerle milletin sırtını yere getirmek isteyen, millette korkuya neden olabilecek muğlak faktörlere işaret edilmektedir.

“*Ruhum doydu, demlendim ustam çayı koydu*” dizesinde manevi olgunlaşmaya işaret eden “demlenme” eyleminin faili olarak işaret edilen “usta”nın Recep Tayyip Erdoğan olduğu

³⁹ Konuşmaya bağlantıdan ulaşılabilir: <https://www.youtube.com/watch?v=IUANA97grgk> (Son Erişim: 13.12.2019)

⁴⁰ “Erdoğan'dan Neşet Ertaş paylaşımı” <https://www.yenisafak.com/gundem/erdogandan-neset-ertas-paylasimi-3506885> (Son Erişim: 13.12.2019)

⁴¹ “*Türkü büyük kentlerde birkaç yıldır yükselişte. Türküsevenler arttıkça unutulmuş değerler, sesler Amerika'ya keşfeder gibi yeniden keşfediliyor. [...] Neşet Ertaş gibi Kazancı Bedih de keşfediliverdi işte.*” 19.03.2000 tarihli Hürriyet gazetesi Bayram eki.

Kaynak: <http://earsiv.sehir.edu.tr:8080/xmlui/bitstream/handle/11498/52398/001527400006.pdf?sequence=1> (Son Erişim: 13.12.2019) Neşet Ertaş’ın bu dönemde verdiği Harbiye konserinin bilet ücretinin yoksul hemşehrilerinin karşılayabileceği meblağın üzerinde olduğu söylenmektedir. (Kaynak: <https://haber.sol.org.tr/yazarlar/murat-beser/son-mohikan-neset-ertas-60533> Son Erişim: 13.12.2019)

anlaşılmaktadır⁴². Böylece Recep Tayyip Erdoğan'ın bir icraatının da vatandaşın manevi olgunlaşmasını sağlamak olduğu ifade edilmektedir.

4.3.11. Hizmet Aşkı

Daha önce milli takım için de Türk futbol milli takımı için “#MilliAşk” Marşı, Recep Tayyip Erdoğan için “Erdoğan Marşı” ve “Asalet Marşı” gibi besteler yapmış olan Ali Sinanoğlu'nun yine marş formatında bestelediği ve sözlerini yazdığı bir parçadır. Parça mitinglerde eşlik edilmek üzere bestelendiğini gösterir şekilde parçanın ezgisini taraftar tezahüratı şeklinde tekrar eden kısımlar içermektedir.

Sözleri şu şekildedir:

*“Gönülden gönüle köprüler kurduk
Aşılmaz denilen denizler aştık
Ferhat olup aşk ile dağları deldik
Şerit şerit sevdamızı yollara yazdık
Avrupa'dan Asya'ya tüneller açtık
Kardeş memleketleri yakın eyledik
Çöpten olan dağları bertaraf ettik
Millet bahçelerini yerine yaptık
Hizmet için çıktığımız bu kutlu yolda
Durmamak yorulmadık yılmadık asla
Millet iradesine hizmetkar olduk
Halka hizmet etmenin onurunu duyduk
Denizli'den İstanbul'a ufuklar açtık
Rize'de ne isek Mardin'de yaptık
Bursa'dan ecdat gibi yollara çıktık
Diyarbakır surlarında hizmeti yazdık”*

⁴² Recep Tayyip Erdoğan'a hitap etmek için bir süredir “Reis” kelimesi kullanılıyor olmakla beraber daha önceleri bunun yerine “Usta” lakabı ön plandaydı. Kendisi için çekilen “Ustanın Hikâyesi” belgeseli bu konuya örnek olarak verilebilir: “Ustanın hikayesi yayımlandı... Başbakan Erdoğan anlattı” <https://www.aksam.com.tr/siyaset/ustanin-hikayesi-yayimlandi-basbakan-erdogan-anlatti/haber-241613> (Son Erişim: 13.12.2019)

Parça birinci çoğul kişi olarak AK Parti'nin ağızından söylenmektedir. “Gönül”, “aşk”, “sevda” gibi AK Parti – Millet ilişkisini seçmenin nasıl algılaması gerektiğine işaret eden ifadeler içeren bir kıtayla açılmakta, AK Parti'nin hizmetlerini bu aşk doğrultusunda gerçekleştirdiğini ve rutin görevleri yerine getirmekten ziyade yapılamaz denilenleri de yaptığını ifade etmektedir. Bu icraatlar sayılırken yol, köprü, tünel gibi ulaşım yatırımlarına vurgu yapılmaktadır.

İkinci kıtada icraatların kapsamı genişletilmekte, AK Parti'nin yol ve tünel yapmak dışında çöp dağlarını bertaraf ettiği ve millet bahçeleri yaptığı da eklenmektedir. “Çöp dağları” AK Parti'nin söylem repertuarında yer alan ve seçim sürecinde Erdoğan'ın da sık sık dile getirdiği⁴³ bir husustur. Bu anlatıda Erdoğan'ın göreve gelmesinden önce Büyükşehir Belediyesi CHP yönetimindeyken İstanbul'da çöp dağları oluşmuştur⁴⁴ ve bu sorun Erdoğan'ın döneminde çözülmüştür. Erdoğan'ın cumhurbaşkanlığına uzanan başarı hikâyesi de bu şekilde başlamıştır⁴⁵. İkinci kıtada tünelin Avrupa'dan Asya'ya doğru açılması dikkat çekicidir. Bu söylem, kurucu felsefesi “yüzünü Batı'ya dönmüş” (Sumbas, 2013: 172) bir modernleşme olan “Eski Türkiye”nin eleştirisinde bu konumlanışın “sırtımızın Doğu'ya dönük olduğu anlamına gelmemesi gerektiğini” ifade eden⁴⁶ Erdoğan'ın söyleminin neticesi olarak yüzünü Asya'ya dönen bir hizmeti ifade etmektedir. Halkın vakit geçirebileceği yeşil rekreasyon alanları olarak tasarlanan millet bahçelerine yapılan atfın ise AK Parti'nin inşaatı her şeyden önemli gören (Bora, 2017), bu kapsamda “doğal zenginliklere ‘rant gözlüğü’yle bakan çevrelere karşı yeterli önlemin alınmasını” sağlayamayan (Dural, 2008: 203) bir siyasi yapı olduğuna yönelik Gezi Parkı eylemleri gibi önemli toplumsal olaylara da zemin teşkil eden (Atmış ve Günşen, 2016) eleştirilere karşı AK Parti'nin hizmet spektrumunun ekolojik boyutunu vurgulamak üzere seçildiği söylenebilir.

Parçada “kutlu yol” ve “Bursa'dan ecdat” gibi muhafazakâr ifadelerle ve AK Parti'yi Osmanlı'yla eşleştiren ifadeler de bulunmaktadır. Son bölümde ise Türkiye'nin farklı bölgelerinden iller sayılarak AK Parti'nin Türkiye'yi kapsayıcı politikalara sahip olduğu dile

⁴³ “Erdoğan: CHP çöp demektir” <https://tr.sputniknews.com/turkiye/201812301036873016-erdogan-chp-cop/> (Son Erişim: 13.12.2019)

⁴⁴ “İşte Başkan Erdoğan'ın anlatımıyla CHP belediyeçiliği...” <https://www.takvim.com.tr/guncel/2019/02/15/iste-baskan-erdoganin-anlatimiyla-chp-belediyeçiligi> (Son Erişim: 13.12.2019)

⁴⁵ <https://www.tccb.gov.tr/receptayviperdogan/biyografi/> (Son Erişim: 13.12.2019)

⁴⁶ “Başbakan Erdoğan, Viyana'daki Türklere seslendi” <http://www.hurriyet.com.tr/dunya/basbakan-erdogan-viyanadaki-turklere-seslendi-26643683> (Son Erişim: 13.12.2019)

getirilirken hiçbir ilinin adı geçmeyen İç Anadolu ve Akdeniz bölgelerinin aksine Güneydoğu Anadolu bölgesinden iki şehre yer verilmesi Kürtlerin adını vermeden Kürtlere yönelik bir ayrımcılık olmadığına yönelik bir söylem olarak okunabilir.

4.3.12. İleri Daha İleri

Bağlama ezgisiyle açılan parça kısa süre sonra 2/4'lük ritim tutan darbukanın da eklenmesiyle oyun havası türünde başlamaktadır. Kadın erkek karışık bir koro tarafından icra edilen vokal ise geleneksel Türk müziği formunda kullanılmıştır. Ritmin de daha sonra 4/4'lük mehteran formuna dönmesiyle parça karma bir yapıya kavuşmaktadır.

Sözleri şu şekildedir:

“Biz yine yeniden, kar kış demeden

Düşeriz yollara hep ileri

Biz yine yeniden, gece gündüz demeden

Düşeriz yollara durmak yok

Hız kesmeden hep ileri

İleri ileri, daha ileri

Türkiye için daha ileri

Hız kesmeden daha ileri

Hey hey hey

Bu memleketin her köşesi ak

Haydi dolaşalım diyar diyar

Aşk dolalım, dost olalım

Gönül alalım, hep ileri”

Birincil çoğul kişi kullanılarak AK Parti'nin ağzından söylenen parça, partinin çalışmakta engel ve sınır tanımadığının ifade edilmesiyle başlamaktadır. Bu giriş kısmında işe koyulmanın karşılığı olarak “yol” metaforunun seçilmiş olması AK Parti'nin yol yapma hizmetini çağrıştırmaktadır. Nakaratta yer alan “hız kesmemek” ifadesi de yine bu metaforun

etkisini güçlendirmektedir. Nakarata göre AK Parti Türkiye için sürekli kendi performansını aşmak zorundadır.

Şarkının ikinci kısmında “bu memleketin her köşesi ak” denilerek hem kıır/kent ikiliği hem de bölgesel bağlamda ayrımcılık yapılmadığı, bütün vatana aynı gözle bakıldığı ve sevildiği söylenmekte, hem de seçilen “ak” kelimesiyle AK Parti’nin memleketin her yerinde var olduğu vurgulanmaktadır. Bu söylem AK Parti yetkililerinin diğer partileri memleketin belirli bölgelerinde var olamamakla eleştirip kendilerinin Türkiye’nin her ilinden oy aldığı, dolayısıyla yalnızca AK Parti’nin Türkiye partisi olduğu yönündeki söylemiyle⁴⁷⁴⁸ uyumludur. Parçanın sonunda kampanyanın ana temasıyla ilişkili olarak “gönül” kelimesinin kullanımı da unutulmamıştır.

4.3.13. Nereden Nereye

Kanun ve kemanla çalınan doğu ezgilerinin elektronik davul ritimleri üzerine bina edildiği, arabesk pop tarzında bir parçadır. Şarkının birinci ve ikinci bölümlerinde erkek bir vokalin söylediği sözleri bir koro tekrar etmektedir. Kolay ezberlenebilir, tezahürat şeklindeki nakaratı ise tamamen bir koro söylemektedir. Böylece mitinglerde katılımcıların parçaya eşlik etmesi kolaylaştırılmıştır. Seçim döneminde gerçekleşen AK Parti mitinglerinde Recep Tayyip Erdoğan’ın da nakarata eşlik ederek katılımcıları teşvik ettiği görülmüştür⁴⁹.

Sözleri şöyledir:

*“Artık eski Türkiye yok, başımız dimdik
Bugünlere alnımızın akıyla geldik
Mazlumun sesi olduk yıkılmadık bir an
Zulme uğrayanların hep yanındayız
Millet ile kol kola aynı yoldayız
Nereden nereye, nereden nereye*

⁴⁷ “Davutoğlu: Siyasi Partiler Seçim Haritasına Baksın” <https://www.haberler.com/davutoglu-siyasi-partiler-secim-haritasina-baksin-7405631-haberi/> (Son Erişim: 13.12.2019)

⁴⁸ Erdoğan’ın “82 milyonu kucaklayan, her bölgeden oy alan yegane hareketin AK Parti olduğunu” söylediği haber bağlantısı: “Başkan Erdoğan: Önce millet memleket diyen herkesle çalışmaya hazırız” <https://www.sabah.com.tr/gundem/2019/08/24/baskan-erdogan-konusuyor> (Son Erişim: 13.12.2019)

⁴⁹ Örnek bir görüntüye bağlantıdan ulaşılabilir: <https://www.youtube.com/watch?v=AjEeT00nAP4> (Son Erişim: 13.12.2019)

Nereden nereye geldi Türkiye
Önce millet, önce memleket
Hep beraber ileriye haydi Türkiye
Her köşesi ayrı güzel her şehri vatan
Vatan için çalışmaktır bize güç katan
Doğu batı kuzey güney ayırmayız biz
Niyetimiz yok hiç pes etmeye
And içmişiz bu ülkeye hizmet etmeye”

Birincil çoğul kişi kullanılarak AK Parti’nin ağzından söylenen parça AK Parti sayesinde “Eski Türkiye”nin geride kaldığını ve artık milletin başının dik olduğu ifade edilerek başlamaktadır. Daha sonra AK Parti’nin alınının ak olduğu söylenerek hem partinin adındaki temizlik, dürüstlük vurgusuna atıfta bulunulmakta, hem de bu vasfın halen korunduğu ifade edilmektedir. Ardı sıra gelen iki mısradan ise AK Parti mazlumun yanında, dolayısıyla kim olduğu belirsiz bırakılmış zalimlerin karşısında konumlandırılmaktadır. AK Parti ve millet arasındaki beraberlikten söz edilmekte ve bu esnada yine “yol” metaforuna başvurulmaktadır.

Nakaratta retorik “nereden nereye” sorusuyla dinleyici seçmenden “eski Türkiye” ile AK Parti Türkiyesinin kıyaslanmasını istenmekte, bu kapsamda AK Parti’yle yürümeye devam etmesi talep edilmektedir.

Türkiye’nin bölgeleri arasında ayrım yapılmadığını, hepsinin eşit oranda sevildiğini vurgulayan ikinci kısımda AK Parti’nin çalışma ve hizmetlerinin de bu doğrultuda bitmeyecek bir vatanseverlikten kaynaklandığı belirtilmektedir.

4.3.14. Onun Adı Recep Tayyip Erdoğan

Bir Murat Ceyhun Çelikten eseri olan parça “İslami protest” tarzıdır. Parçada kullanılan bağlama, zurna gibi enstrümanlarla protest türünü halk şarkılarına yaslanan altyapısı kurulurken ilahi formunu andıran vokal ve davul ritimleriyle İslami ton baskın hale getirilmektedir. Erkek bir vokalist tarafından seslendirilen parça “Erdoğan” kısımlarında çokseslileşerek katılımcıların eşlik etmesini teşvik eder hale bürünmektedir. Parçanın sonunda

bu “Erdoğan” kısımlarına alkışla tutulan temponun da katılmasıyla miting alanlarında çalındığında katılımı ve coşkuyu artırıcı bir etki amaçlanmıştır.

Sözleri şu şekildedir:

*“Ah Dünya Dünya yiğide dar Dünya
Köprü kurmuş milyonların kalbiyle
Destan olmuş onun adı dillerde
Yolundan şaşmadı hiç bir an bile
Aşk ile milletin gönlünde
Ey millet, ey devlet bâkisin
Ey zaman, ey tarih şahitsin
Tanır onu bundan sonra her doğan
Onun adı Recep Tayyip Erdoğan”*

Parça adından da anlaşılacağı üzere Recep Tayyip Erdoğan methiyesi olarak yazılmış olup “dombra” parçasından AK Parti liderine uyarlanmış olan şarkıda görüldüğü üzere partinin siyasal iletişimde lideri öne çıkarma eğilimiyle uyumludur.

Şarkının sözleri Dünya’nın yiğide dar” olduğunu söyleyerek açılarak hayatın yiğit insanlar için dertli bir mekân olduğunu belirtmekte, parçanın protest niteliğinin sözlü altyapısını oluşturmaktadır. Recep Tayyip Erdoğan’ın da bu “yiğit”lerden biri olduğu yönünde söylem partililerin genel anlatısı içinde yer almakta olduğundan⁵⁰, AK Parti liderinin de Dünya’nın dertlerinden mustarip, bu anlamda diğer yiğit mazlumlarla hemdert olduğunun ifade edildiği söylenebilir. “Köprü kurmuş milyonların kalbiyle” ifadesi de bu gönüldaşlık vurgusunu desteklemektedir. Buradaki “köprü” metaforu (“Yolundan şaşmadı bir an bile” ile birlikte) yine AK Parti’nin ulaşım altyapısı yatırımlarına da gönderme yapmaktadır. Bu bölümde ayrıca Recep Tayyip Erdoğan’ın efsaneleşmiş bir lider olduğu da belirtilmektedir.

⁵⁰ Örneğin dönemin Cumhurbaşkanlığı başdanışmanlarından Mustafa Varank’ın “Recep Tayyip Erdoğan, yaradılanla dost bir yiğit lider” paylaşımı: “Cumhurbaşkanı Başdanışmanı bugün paylaştı” <http://www.hurriyet.com.tr/gundem/cumhurbaskani-basdanismani-bugun-paylasti-40449236> (Son Erişim: 13.12.2019)

Bölümün sonundaki “aşk” ve “gönül” ifadeleri de kampanyanın bütünüyle uyumlu, AK Parti – millet arasındaki ilişkinin “aşk” olduğu söylemini desteklemektedir.

Nakarat kısmında devletin ve milletin baki olduğu söylenerek “beka” vurgusu ön plana çıkarılmaktadır. Zaman ve tarih bu duruma şahit gösterilmekte, böylece devletin ve milletin bekasının tehdit altında olduğu ancak zeval görmediği dönemlerle mevcut durum arasında paralellik kurulmaktadır. “Tanır onu bundan sonra her doğan” denilerek AK Parti liderinin efsaneleşmiş olduğuna yönelik giriş bölümündeki ifade tekrarlanmaktadır.

4.3.15. Önce Millet

Akustik gitarla protest bir ezgi çalınmasıyla açılan parça daha sonra bağlama ve keman eşliğinde yürümektedir. Parçada kullanılan bir diğer enstrüman ise nakarattan sonra nakaratın ezgisini tekrar eden elektro gitardır. Parça “İslami protest” tarzıdır. Bestecisi “The World Is Bigger Than Five”, “Don’t Cry Jerusalem”, “Erdoğan A Tall Man” gibi İngilizce sözlü AK Parti taraftarı parçaların ve bu seçim kampanyasında kullanılan bir diğer parça olan “Yola Devam” şarkısının söz yazarı ve bestecisi Turgay Evren’dir.

Sözleri şu şekildedir:

*“Gönüller yapmaya geldik
Yüreklerde güller derdik
Ser verdik biz sır vermedik
Hiç bir güce eğilmedik
Yürüdük biz Yunus gibi
Aşka düştük Mecnun gibi
Dinmeyen okyanus gibi
Ferhat olduk dağlar deldik
Önce millet önce memleket
Diyerek çıktık biz yola
Önce gayret önce hizmet
Yürüdük biz hep kol kola
Köprüler kurmaya geldik*

*Şehirlere sevda ektik
 Candan geçtik aşktan geçtik
 Gücü değil hakkı seçtik
 Tutuştuk Pir Sultan gibi
 Yanıp durduk volkan gibi
 Dik durduk Erdoğan gibi
 Ferhat olduk dağlar deldik”*

Parça Yunus Emre’ye ait “gönüller yapmaya geldim” sözünün birincil çoğul kişi kullanılarak AK Parti’nin ağzından ifade edilmesiyle başlamaktadır. Böylece hem AK Parti kadrolarının siyasi amaçlarının Yunus Emre’ninki gibi ulvi olduğu hissi uyandırılmakta hem de partinin seçim kampanyasının temel unsurlarından olan “gönül” motifinin altı çizilmektedir. İkinci mısırda “yüreklere güllerin derildiğinin” ifade edilmektedir. Gül, İslam peygamberi Muhammed’in simgesi olduğundan (Güfta, 2013: 218) bu mısrayla AK Parti’nin ulvi bir misyona sahip olduğu söylemi pekiştirilmektedir. Ardından gelen iki mısırda ser verilip sır verilmemesi ve hiçbir güce eğilinmemesi gibi ifadelerle AK Parti’ye yiğitçe vasıflar atfedilmektedir. Bu vasıflar AK Parti’nin eğilmesini isteyen çeşitli güçlerin varlığına da işaret etmektedir.

Nakaratta AK Parti’nin “Yunus gibi yürüdüğü” söylenerek yine Yunus Emre’nin “*Ben yürürüm yane yane / Aşk boyadı beni kane / Ne akılem ne divane / Gel gör beni aşk n’eyledi*” dizelerine gönderme yapıldığı görülmektedir. Böylece AK Parti’nin millete olan aşkla yürüdüğü anlaşılmaktadır. Nakaratın ikinci mısrasında ise AK Parti’nin Mecnun gibi milletine âşık olduğu ifade edilmektedir. Bu ilk iki mısra AK Parti’nin icraatlarının rasyonaliteyle açıklanamayacağı, bu aşkın etkisiyle “delilik” olarak görülebilecek işler yapıldığına işaret etmektedir. Nitekim nakaratın ilk kıtasının sonunda yer alan ve AK Parti söylemi içerisinde tekrar eden bir motif olan “Ferhat gibi dağları delmek” ifadesi buna örnek teşkil eder. Nakaratın ikinci kıtasında ise AK Parti’nin milliyetçi ve vatansever yönüne vurgu yapılmakta, hizmeti, çalışkanlığı, birlik ve beraberlik içinde hareket edişi ön plana çıkarılmaktadır.

Parçanın ikinci bölümü “köprüler kurmaya geldik” mısrasıyla açılmaktadır. Burada hem kelimenin ilk anlamıyla AK Parti’nin ulaştırma alanındaki projelerine hem de AK

Parti'nin toplumsal anlamda birleştirici bir rol oynadığına aynı anda gönderme yapılmaktadır. Bu bölümde yine AK Parti'nin can, aşk, güç gibi dünyevi dertleri düşünmemesini sağlayan hakkın yanında olmak gibi ulvi bir amacı olduğuna işaret edilmektedir.

İkinci bölümdeki nakarat, AK Partililerin Alevi inancının önemli figürlerinden “Pir Sultan gibi tutuştuğu” ifade edilerek başlamaktadır. Bu ifadeyle Pir Sultan Abdal'ın bir değişinde yer alan “Dost senin derdinden ben yana yana” sözlerine atıf yapılmaktadır. Böylece AK Parti'nin ulvi amaçlara sahip olduğu bir kez daha vurgulanırken Alevileri kapsayıcı bir mesaj verilmektedir. Nakaratın sonundaysa “dik durduk Erdoğan gibi” denilmesiyle Recep Tayyip Erdoğan'ın AK Partililer için bir rol model olduğu görülmektedir.

4.3.16. Plevne Marşı

AK Parti'nin seçim şarkısı olarak kullandığı bir diğer parça Plevne Marşı'nın bestesi üzerine yeni yazılmış sözlerden oluşan aynı adlı eserdir. Gazi Osman Paşa'nın Plevne kalesini düşmana karşı savunurken gösterdiği kahramanlığı anlatan bu marşın seçilmiş olması kampanya döneminin “beka” söylemiyle uyumludur. Ayrıca Osmanlı dönemindeki bir kahramanlığı anlatıyor olması itibarıyla AK Parti'nin Osmanlı İmparatorluğunu olumlu bir dönem olarak değerlendiren⁵¹ tarih okumasıyla da örtüşmektedir.

Şarkının sözleri şu şekildedir:

*“Birlik beraberlik diyor
Tek millet tek bayrak diyor
Adı Recep Tayyip Erdoğan
Türkiye'yi kucaklıyor
Karış karış her köşeye,
Hizmet verdi bu ülkeye
Adil davrandı herkese,
Erdoğan'dan selam size”*

⁵¹ Konuyla ilgili bir değerlendirmeye dönemin AK Parti milletvekili Suat Kınıklıoğlu'nun yazısında rastlanabilir: “‘Neo-Ottoman’ Turkey?” <https://www.project-syndicate.org/commentary/-neo-ottoman--turkey> (Son Erişim: 13.12.2019)

Parça üçüncü tekil şahıs kullanılarak Recep Tayyip Erdoğan'ı anlatmaktadır. Bu kapsamda Gazi Osman Paşa ile Erdoğan arasında paralellik kurulduğu, günümüzün kahramanca vatan savunmasını Erdoğan'ın üstlendiğinin ima edildiği iddia edilebilir. Bu aynı zamanda AK Parti ve Osmanlı arasında bir paralellik bulunduğu okumasını da beraberinde getirmektedir.

Erdoğan'ın birlik ve beraberlik vaat ettiğini ve milliyetçi bir dünya görüşüne sahip olduğunu ifade eden parça bu kapsamda kendisinin bölgesel bazda veya başka bir şekilde olsun hizmette ayrımcılık yapmadığını ileri sürmektedir.

4.3.17. Sevdamız Halk

Bağlama ve zurna gibi halk müziği enstrümanlarının yanı sıra elektrogitar ve baterinin eş zamanlı kullanıldığı parça “Anadolu rock” türündedir. Parçanın vokal tarzının ilahileri andırması ve içeriğiyle İslami bir nitelik taşıdığı da görülmektedir.

Sözleri şu şekildedir:

*“Ümmetin duasıyla gönüllerde Erdoğan
Gönül verdik sizin için bunca yıl hizmet ettik
Sevdamız halk oldu bizim, Türk halkı oldu birlik
Ulaştık dört bir yana, iz bıraktık bu cihana
Güzellikler var daha, Türkiye haydi bir daha
Gönüller bir olsun diye
Huzur bereket içinde
Hizmetler hep sürsün diye
Yola AK Partiyle devam
Denizleri aştık, altı yol oldu Türk halkına
En doğudan en batıya hükmettik bu cihana
Birlik beraberlik için, sevgi için, halk için
Gelin el ele verin, daha da büyüyelim”*

Kampanya temalarından biri olan “gönül” vurgusu içeren ilk mısradaki Erdoğan’ın ümmetin yani bütün dünya Müslümanlarının başarısını arzu ettiği bir politikacı olduğu belirtilmektedir. Böylece “küreselleşmeyi kabul edip İslami bir söylem altında toplarken” (Hadiz, 2014: 130) Erdoğan’ı kutsallaştıran (Gürhanlı, 2018: 65) popülizm dili tahkim edilmektedir.

Şarkı ikinci mısradan itibaren AK Parti’nin ağzından “biz” kişisiyle söylenmeye geçmektedir. AK Parti’nin de seçmene/dinleyiciye gönül verdiğini, hizmetlerini bu nedenle gerçekleştirdiğini ifade eden ikinci mısradan sonra bu hedef dinleyici/seçmen kitlenin “halk” olduğu açık bir biçimde belirtilmektedir. Bu mısradaki AK Parti’nin hizmetlerinden birinin de birlik ve beraberliği temin etmek olduğuna işaret edilmektedir.

Parçada kitlenin “halk” olarak adreslenmesi ilginçtir. Zira Türk vatandaşlarından oluşan toplumun sağ siyasetteki karşılığı olarak “millet” ifadesi tercih edilmekte, sol cemaatte ise bunun yerini seküler bir ifade olan “ulus” ve/veya bu toplumun üst sınıfını dışarıda bırakacak şekilde “halk” terimi kullanılmaktadır (Ateş, 2017: 115; Bozbeyli’den aktaran Akın ve Coşkun, 2017:6). Öyle ki CHP’nin 2015 seçim kampanyasında “Milletçe Alkışlıyoruz” sloganını tercih etmesi bir açılım olarak yorumlanmış, AK Parti cenahından da buna tepki gecikmemiştir. Dolayısıyla parçanın adında geçmesiyle de özellikle tercih edildiği anlaşılan bu kullanımın AK Parti’nin söylem repertuarını “sol” terminolojiye de açtığına işaret ettiği söylenebilir.

Dördüncü mısradaki AK Parti’nin dört bir yana ulaştığı ve cihana iz bıraktığı söylenerek AK Parti icraatlarının kapsamının yurt sathını aştığı vurgulanmaktadır. Aynı zamanda “ulaşmak” fiilinin tercihi AK Parti’nin ulaştırmaya verdiği önemi de anırtmaktadır. İlk bölümün son mısrasındaysa güzelliklerin devamı için halktan yeniden yetki istenmektedir.

Nakarat ilk bölümün bu son mısrasındaki yetki talebini yeniden öne çıkarırken temel vaatleri şu şekilde sıralamaktadır: Birlik ve beraberlik, İslami söylemin motiflerinden olan “huzur ve bereket” (Er ve Özdemir, 2019: 163) ve hizmetlerin devamlılığı.

İkinci bölümün ilk mısrasında AK Parti’nin “denizleri aştığı” söylenerek yine ulusal sınırların ötesine uzanan icraat ve etkileri olduğu ima edilirken, bu denizlerin altının halka yol olduğu söylenerek ulaştırma yatırımları hatırlatılmaktadır. İkinci mısradaki ise “doğusundan batısına cihana hükmettik” diyen “biz” AK Parti olmaktan çıkarak Osmanlı mazisine sahip

olan Türk milletinin ağzından konuşmaya başlamıştır. Zira “cihana hükmetmek” Osmanlı’ya atfedilen (örneğin Avaner, 2016) bir niteliktir. Dolayısıyla bu mısra da “biz” öznesinin geçişken kullanımı ile AK Parti ile Türk milleti arasında bir geçişkenlik, aynı zamanda da AK Parti/Türk Milleti ile Osmanlı arasında bir devamlılık kurulduğu görülebilir. Bölümün son iki mısrasında ise yine halktan yetki istenmektedir.

4.3.18. Yola Devam

Parça ilk kez 24 Haziran 2018 seçimlerinde Recep Tayyip Erdoğan kampanyası için “Başkan Erdoğan” adıyla kullanılmış ve bu ilk versiyon şarkının sözlerinin yazılmasında payı bulunan, aynı zamanda bestecisi de olan Bekir Köse tarafından yorumlanmıştır. İslami parçalarıyla tanınan⁵² Bekir Köse’nin bu ilk versiyondaki “protest” yorumuna nazaran 31 Mart 2019 seçimleri için yapılan yeniden düzenlemede vokal tarzı, elektronik ritimleri ve nakarat haricindeki bölümlerinin melodileriyle “pop” türüne oturan parça elektro gitar ve kemanın yanında bağlama, kaval, kemençe ve zurna gibi enstrümanların kullanımıyla eklektik bir niteliğe bürünmekte, yine “protest” müziğe yaklaşmaktadır.

Sözleri şu şekildedir:

*“Adım adım,ilmek ilmek
Gücümüzdür aziz millet
Yürüyoruz biz seninle
Daha nice hedeflere
Desen desen, nakış nakış
Hakikate içten bakış
Her bir toprak karış karış
Aşkın adıdır Türkiye
Şehir şehir, bölge bölge
Güzeliz biz hep birlikte
Geleceğe bir hediye
Bırakalım güçlü Türkiye*

⁵² <http://www.avrupamuzik.com/TR/Sanatcilar/Detay.aspx?ID=57> (Son Erişim: 13.12.2019)

*Biz birlikte güzeliz
 Biz gündüzle geceyiz
 Bir ruh ile bedeniz
 Biz kalpte tek heceyiz
 Yola devam edeceğiz
 Hiç durmadan gideceğiz
 İlk günkü aşk, sevdâ ile
 Millete hizmet edeceğiz”*

AK Parti’nin ağzından söylenen parça AK Parti ile millet bütünleşmesinden söz etmektedir. Bu birlikteliğin belirli hedeflere erişilmesiyle sonuçlandığı ve yenilerinin de gündemde olduğu belirtilmektedir. Sözlerde “nakış” gibi yöresel unsurların kullanılması parçanın düzenlemesinde yer alan yöresel enstrümanlarla eklenen kırsal tonu güçlendirici bir etki yapmaktadır. “Her bir toprak karış karış” ve “Şehir şehir, bölge bölge” gibi ifadeler AK Parti’nin yurdun tamamına hitap ettiği ve buralara bakışında adil olduğunu öne sürmektedir. “Hakikate içten bakış” sözü, “hakikat” terimi İslami bir epistemolojiye işaret ettiğinden (İzmirli, 1998: 44) AK Parti’nin bakışının İslami bir bakış olduğunu vurgulamaktadır.

Nakaratta AK Parti ile milletin birbirini tamamlayıcı unsurlar olduğu ifade edilerek ve “kalpte tek hece” oldukları ifade edilerek bu birlikteliğin “aşk” olduğu vurgulanmaktadır. AK Parti’nin bir hizmet partisi olduğu yeniden vurgulanmakta ve yetkilerini sürdürmesi için oy talep edilirken “yol” metaforu kullanılmaktadır.

4.3.19. Zafer Bismillah

Bağlama ve davul kullanımıyla ve şiveli vokaliyle türkü formunda söylenen bir beste olan bu parça aynı zamanda TRT ekranlarında gösterilen ve Osmanlı’nın kuruluş dönemini anlatan ve çok popüler olan⁵³ Diriliş Ertuğrul dizisi için de kullanılmıştır. Parça, yine Diriliş Ertuğrul dizisinde oynayan ve “Tanrı Türk’e Yar Olsun”, “Bozqurd” (Bozkurt), “Kafkas İslam Ordusu Marşı” gibi Türkçü parçaları da yorumlamış olan Azerbaycanlı sanatçı Semistan Elizamanlı tarafından seslendirilmektedir. Böylece parça sözleri ve müziği dışında

⁵³ “Diriliş Ertuğrul’un rekorunu Mucize Doktor kırdı” <https://www.sozcu.com.tr/hayatim/magazin-haberleri/dirilis-ertugrulun-rekorunu-mucize-doktor-kirdi/> (Son Erişim: 13.12.2019)

Diriliş Ertuğrul referansıya da kitlelere AK Parti ile Osmanlı'nın kuruluş hikâyesi arasında paralellik kurdurmaktadır.

Sözleri şu şekildedir:

*“Ayağa kalkınca bu aziz millet
Yürüdü ileri haydi bismillah
Liderini buldu bu kutlu dava
Açıldı bizlere zafer bismillah
Ey aziz milletim sen çok yaşa
Adın yazılacak her dağa taş
Ömrümüz armağan senin yoluna
Zafer bizden yana (seni bekler dünya), haydi bismillah
Ey vatan sen korkma geldik geleli
Senin için atıldık daim ileri
Gelse üstümüze bela selleri
Dönmez yolundan ey aziz millet”*

Parçanın ilk bölümünde milletin ayağa kalkmasıyla ve liderini bulmasıyla birlikte ileriye atılım gerçekleştiği ve zaferlerin yolunun açıldığı belirtilmektedir. İkinci bölümdeyse İstiklal Marşı'nda olduğu gibi vatana korkmaması söylenerek açık bir tehdidin varlığı söz konusu edilmekte, “bela selleri” metaforuyla da bu tehdidin dolayısıyla “beka sorununun” boyutuna dikkat çekilmektedir. Ancak vatanın idaresini ele alanlar bu tehditlerden korkmama ve ileri atılma sözü vermektedir. Nakaratta ise milletin adının “her dağa taş” yazılacağı söylenerek ulusal sınırları aşan bir etki vaat edilmekte, “seni bekler dünya” denilerek de “fetih” nosyonu hatırlatılarak bu vurgu artırılmaktadır.

Parçadaki tarihsel referansın muğlaklığı, parçayı söyleyen birinci çoğul şahsın ve milletin bulunduğu liderin kim olduğu sorularını yanıtlamamakta, bu soruların cevabını dinleyicilerin anlamasını beklemektedir. Ancak neticede parça AK Parti seçim şarkısıdır ve aynı zamanda Diriliş Ertuğrul'da kullanılmış bir parçadır. Böylece Osmanlı'nın kuruluş dönemine ilişkin söylem ile AK Parti'nin söylemi seçmenin zihninde karşılaştırılmaktadır.

5. BULGULAR

Bu bölümde şarkıların tek tek incelenmesi sonucunda edinilen veriler müzikal ve sözel unsurlar olarak gruplandırılarak kolektif kimlik inşası bağlamında öne çıkan kullanımlar tespit edilecektir.

5.1. Müzikal Unsurlar

Türsel olarak bakıldığında AK Parti'nin en çok pop müzik formundan faydalandığı görülmüştür. İncelenen on dokuz parçanın sekizinde pop türünden örnekler kullanılmıştır. Ne var ki bu parçaların birçoğu farklı türlerden de motifler taşımaktadır. Örneğin “AK Parti Benim” parçası pop türünde olmasına karşın güçlü İslami tınılara da sahipken, yine pop türündeki “Biz Size Söz Verdik” parçasında halk müziği unsurları da baskındır. AK Parti seçim şarkıları içinde poptan sonra en yaygın olarak faydalanılan tür, toplam altı parça ile halk müziği/türkü olmuştur. Bu altı seçim şarkısından üçünün düzenlemesi türkü formuna tamamen sadıkken diğer üçünde halk müziğinin nakaratta yerini pop’a veya mehter marşına bıraktığı ya da “rock” formundaki, İslami öğeler de barındıran bir bir sentez içerisinde yer aldığı görülmüştür. Tür olarak pop ve halk müziğinin ardından “İslami müzik” ve “marş” gelmektedir. İslami müzik 1990 öncesindeki saf formunda kullanılmamıştır. Bu şarkılardan ikisi “İslami protest” türündedir. Diğer iki parçanın birinde İslami motifler pop müzikle yan yana kullanılırken diğerinde “Anadolu rock” tarzındaki bir parçaya eklenmiştir. AK Parti repertuarında çokça yer alan bir diğer tür (ikisi mehter marşı olmak üzere) toplam dört adet bulunan marştır. Marşların ortak bir deneyimi sembolize ettiği (Schering’den aktaran Blomster, 2006: 495) ve ortak bir ruhaniyet geliştirdiği (Aksakal, 2015: 280-287), ayrıca kimi parçalarda alkış efekti, tezahürat vb. unsurlar kullanılarak dinleyicilerde geniş bir kitlenin organik parçası olduğunun hissettirilmesi amaçlandığı göz önünde bulundurulduğunda AK Parti’nin “biz” hissiyatına özel bir önem verdiği söylenebilir.

İster İslami ister arabesk tınılar taşısın, isterse de rap unsurları içersin birçok şarkının pop altyapısına sahip olması AK Parti seçim müziklerinde pop müziğin büyük bir öneme sahip

olduğunu göstermektedir. Popun bu yoğun kullanımında onun “*herkesin anlayabileceği ve her kulağa hoş gelen*” bir müzik (Wicke ve Dalaman, 2006: 7-8) olmasının risksiz ve faydalı bulunduğu düşünülebilir. Bu kapsamda, Tekelioğlu’na göre 2000’lerden beridir “*tüm kültürel beğenilerin popüler kültürle tarif edildiği*” (2006: 43) bir dönemde olmamız itibarıyla, pop’un diğer türleri yatay kesen bu niteliğinin AK Parti şarkıları için de geçerli olduğu söylenebilir. Bu kapsamda 1990’larla beraber başlayan seçim şarkılarında pop müzik kullanma furiasının halen etkili olduğu görülmektedir. Türkiye’de güncel pop müziğin özgün niteliklerinden birisinin arabeskle girdiği sentez olmasından hareketle, popüler kültürün şu anki haliyle “*yeni şehir mekânında muhafazakârlığın en önemli kaynak ve dayanaklarından biri*” (Tekelioğlu, 2006: 33) olması onu AK Parti’nin söylemi için elverişli bir zemin haline getirmektedir. Bu kapsamda Recep Tayyip Erdoğan’ın mitinglerde bizzat söylemeyi tercih ettiği parça olan “Bizimkisi Bir Aşk Hikâyesi” eserinin sahibi olan Kayahan’ın pop-arabesk sentezindeki başat rolü (Dürük, 2011: 38) önemli bir detaydır.

AK Parti’nin seçim şarkılarında biçim ve motiflerinden en çok faydalanılan ikinci türün halk müziği olduğu görülmüştür. Halk müziğinin Türk milleti de dahil olmak üzere birçok “ulus inşası” sürecinde kullanılmış olması (Balkılıç, 2015) onu milliyetçi duygu ve söylemlerin uygun bir taşıyıcısı kılabilmektedir. Bu parçaların yarısının başka müzik türleriyle etkileşimli olmayan, duru halk müziği formunda olması yönündeki seçimin folklorun halka dair “*‘kirlenmemiş’ kültürel unsurların bulunacağı*” (Aksakal, 2015: 145) mecra olarak işaret edildiği milliyetçi düşünceden beslendiği düşünülebilir. Ne var ki AK Parti’nin halk müziği ile ilişkilendirilebilen bu altı parçasından birinin pop, birinin ise rock formuyla da temas ettiği göze çarpmaktadır.

İncelenen parçalarda faydalandığı tespit edilen diğer müzik türleri arasında İslami müzik, marşlar, rap, arabesk, rock gibi türler de gelmektedir. AK Parti’nin repertuarında birbirinden farklı müzik türlerine yer vermiş olması toplumdaki müzikal beğenilerin çeşitliliğini göz önüne aldığını göstermektedir. Bu durum sanatçı tercihlerine de yansımıştır. Parçaların birçoğunu daha önce de AK Parti’yle çalışmış ancak siyasi yönü ön planda olmayan profesyonel müzisyenler (Ceyhun Çelikten, Özhan Eren, Ali Sinanoğlu vb.) yapmıştır. Kampanyada öne çıkan “Bizimkisi Bir Aşk Hikayesi” parçası vefat etmiş, politik yönü olmayan bir romantik pop şarkıcısı olan Kayahan’a aittir. Cumhuriyet’in şarkısı ise pop müzik piyasasının kilit isimlerinden biri olan Altan Çetin’e yaptırılmıştır. Ayrıca popüler bir

TV dizisinde (“Diriliş Ertuğrul”) kullanılan bir parçanın (“Zafer Bismillah”) seçim müziği olarak uyarlanması, bir başka seçim şarkısını (“Gönülden Gönüle Bir Yol”) bir TV programına (“O Ses Türkiye”) katılarak belirli bir şöhret edinen bir gencin söylüyor olması gibi şarkı ve şarkıcı tercihleri yapılırken popüler kültürün de göz önünde bulundurulduğu görülmektedir. Öte yandan, üç adet parça İslami veya Türk-İslamcı gelenekten gelen müzisyenlerin elinden çıkmıştır. Parçaların bir kısmınınsa telif bilgileri bulunamamıştır.

Parçalarda ağırlıklı olarak kullanılan enstrümanın bağlama olduğu görülmektedir. İkinci en sık kullanılan enstrüman ise gitardır. Bunların dışında zurna başta olmak üzere keman, kanun, kaval, elektronik ritim ve davul da çeşitli parçalarda tercih edildiğine şahit olunan enstrümanlar olmuştur. Ayrıca tulum, kemençe gibi yöresel enstrümanlar ve piyano, bateri gibi Batılı enstrümanların kullanımı da göze çarpmaktadır.

Bu on dokuz parçanın on birinde erkek vokal tercih etmiş, sekizinde kadın ve erkek vokalleri birlikte kullanmıştır. Bu sekiz şarkının yalnızca birinde (“Canımın İçi Türkiyem”) kadın vokal erkeğe göre ön plandadır. Böylece AK Parti’nin çoğunlukla erkek olarak kişileştirildiği görülmektedir.

İki parçada Erdoğan’ın sesine yer verilmiş, bir parça bizzat ona atfedilmiş ve parçada adının geçtiği bölüme alkışlı tempo efekti eklenmiştir. Bir parçada ise enstrüman tercihiyle onun adına daha önce yapılmış bulunan bir başka parçaya (“Dombıra”) gönderme yapılmıştır.

5.2. Sözler

Sözlerin analizine geçildiğinde AK Parti’nin 2019 yılı seçim şarkılarında en çok İslami referansların vurgulandığı görülmektedir. On dokuz parçanın dokuzunun sözlerinde “hikmet”, “doğru yol” / “kutlu yol”, “gül” sembolizmi, “dua”, “hak” ve “hakikat”, “besmele”, “bismillah” gibi İslami terminolojiye ait ifadeler yer verilerek AK Parti’nin dindar kimliği seçmenlere hatırlatılmaktadır. Bir parçada (“Sevdamız Halk”) partinin lideri Erdoğan’ın ümmetin duasını aldığı belirtilerek partiye rengini veren dindarlığın yalnızca Türk milletiyle ilişkisinde belirleyici olmadığı, uluslararası bir etkisi olduğu da ifade edilmektedir. Parçalarda Yunus Emre ve Mevlana gibi Sünni İslam dairesindeki isimlere referanslarla beraber Pir Sultan Abdal ve Hacı Bektaş’a da yer verilebildiği, deyişlerin de olumlu bir unsur olarak sözlerde yer bulabildiği görülmüştür.

Alevilere yönelik ifadeler, AK Parti'nin on dokuz seçim şarkısının yedisinde altı çizilen “kapsayıcılık” vurgusuyla da beraber okunabilir. Bu parçalarda memleketin her köşesinin, her köyü ve her şehrinin AK Parti'nin gözünde aynı olduğu ifade edilmekte ve bu kapsamda Erdoğan'ın memleketi Rize ve Mardin arasında ya da Doğu'yla Batı arasında ayrım yapılmadığı özellikle dile getirilmektedir. Dolayısıyla AK Parti'nin Alevi ve “Doğulu” seçmenlere yönelik özel mesajları olduğu söylenebilir.

On dokuz parçanın dokuzunda geçen “gönül” ifadesi de AK Parti'de en çok öne çıkan söylemsel unsurlardan biri olmuştur. Tekrar eden bu motifin AK Parti'nin kampanya teması olan “gönül belediyeciliği”ni hatırlatma maksadı güttüğü için yoğun biçimde kullanıldığı anlaşılmaktadır. “Gönüllerin fethi”, “gönülden gönüle yol”, “gönül köprüsü kurmak”, “gönül almak”, “gönül yapmak” gibi ifadelerin kullanımına imkan veren bu tema AK Parti'nin hizmetlerinin maddi boyutu aşarak birlik ve beraberliği sağlayıcı, sevgi ilişkisi tesis edici manevi bir rol de oynadığı söylemini içermektedir. Ayrıca bu “gönül” teması AK Parti söyleminde özel bir yeri olan “aşk” ile de beraber okunabilir. Bu doğrultuda da on dokuz parçanın beşinde doğrudan AK Parti – millet aşkı teması ön plana çıkarken iki parçada Erdoğan – millet aşkı, bir parçada ise AK parti – millet beraberliğine yönelik ifadeler bulunmaktadır. Türk siyasi tarihinde ANAP'ın da “Arım Balım Peteğim” şarkısını kullanmış olması gibi bir örneğin bulunması (Derci, 2014'ten aktaran Önürmen ve Temel, 2014: 53) bir siyasi parti ile millet arasındaki ilişkinin “aşk” ilişkisine benzetilmesinin yeni bir söylem olmadığını göstermektedir. Ne var ki 2019 yılı AK Parti seçim şarkılarında yer alan “aşk” temasının iki özgün boyutu bulunmaktadır.

Bunlardan bir tanesi, seçim şarkılarının dördünde özellikle vurgulanan ve AK Parti'nin söylem repertuarında 2019 öncesinde de yer alan Türk milletini “Ferhat gibi” sevmeye iddiasıdır. Bu bağlamda AK Parti'nin millete olan aşkının (örneğin günümüz pop müziğinde yer aldığı gibi) “hızlı ve tüketilebilir” değil azimle dağları deldiren, delicesine bir aşk olduğu ifade edilmektedir. Bu vurgu “Önce Millet” şarkısında özellikle ifade edilen “Mecnun gibi” olmak, “Yunus gibi” yürümek sözleriyle kuvvetlendirilmiştir.

AK Parti ile millet arasındaki aşkın bir diğer ayırt edici niteliği bu aşkın toz pembe, yalnızca güzel hatıralarla dolu olmayan bir aşk olarak tarif edilmesidir. Şarkılarda “acıсында tatlısında” beraber olmaya işaret edilmekte, “ne kışlardan geçtik biz” denilerek atlatılan zorluklar hatırlatılmaktadır. Kampanyanın öne çıkan şarkısı olan “Bizimkisi Bir Aşk

Hikâyesi” ise bu vurgunun göze en çok çarptığı parçadır. Bu parçanın sözleri seçim şarkısı yapılırken değiştirilmiş olmasına karşın âşıkların (AK Parti ve Türk milletinin) “ateş ve su” gibi belirli bir tezat da içerdiğine yönelik ifade korunmuştur. Böylece AK Parti – Türk milleti ilişkisi hataların da yapılabildiği, fakat tam da bu yüzden “hikâyesi olan”, sahici bir aşk olarak sunulmaktadır.

Cumhur İttifakı’nın seçim kampanyasının temel söylemlerinden olan “beka” da AK Parti seçim şarkılarında tekrar eden bir motiftir. On dokuz parçanın altısında “beka” temasına rastlanmaktadır. Ülkenin önünde engeller bulunduğu, milletçe varoluş kaygısı güdüldüğü, geleceğin tehlikede olduğu gibi ifadeler içeren, Çanakkale Savaşı’nın hatırlatıldığı şarkı sözlerinin yanında Plevne Marşı’nın seçim şarkısı olarak seçilmesiyle Plevne savunması ile günümüz arasında paralellik kurulması gibi yöntemler de izlenmiştir. “Beka” sorunu bağlamında, İstiklal Marşı’na referans veren sözler de dikkat çekmektedir. Örneğin “Canımın İçti Türkiyem” parçasında içinde bulunulan kötü günlerin milletin içsel kuvveti sayesinde geride kalacağına ilişkin söylem, İstiklal Marşında yer alan “*Garb’ın âfâkını sarmışsa çelik zırhlı duvar / Benim iman dolu göğsüm gibi serhaddim var*” dizelerine benzemektedir. “Cumhurun İttifakı” şarkısında da benzer şekilde milletin varoluş kaygısının “yürekteki kudret” ile aşılabileceği söylemi İstiklal Marşı’nın yine aynı içeriğini hatırlatmaktadır. Aynı zamanda bu parçada yer alan “Hepsi aziz milletimin hakkıdır hakkı” mısrası “İstiklal Marşı’ndaki Hakkıdır hakka tapan milletimin istiklal” mısrasına açık bir gönderme içermektedir.

AK Parti’nin hizmetlerine yapılan vurgunun da “beka” söylemini tamamlayıcı bir tema olduğu görülmektedir. AK Parti’nin alın teri dökerek gece gündüz demeden, sokak sokak ve memleketin her köşesine hizmet sunduğu ifade edilen şarkılarda özellikle yol, köprü, tünel gibi ulaştırma yatırımlarına vurgu yapılmaktadır. Ancak bu ulaştırma altyapıları lojistik veya ekonomik katkılarıyla değil “kardeş memleketleri yakın eylemek”, “gönülden gönüle yollar” veya “gönül köprüleri” kurmak gibi fonksiyonlarıyla ön plana çıkarılmaktadır. Bu anlamda önem arz eden bir diğer husus AK Partinin hizmetlerinin vatan savunmasıyla da bağlantılı olarak sunulmasıdır. Plevne Marşı’nda hizmet vurgusu yapılması, “Biz Yaparız Onlar Konuşur” parçasında AK Parti’nin hizmet aşkının düşmanda korku oluşturduğunun ifade edilmesi buna örnek olarak gösterilebilir. Böylece AK Parti’nin esas hizmetlerinin ulaştırma yatırımları olduğu kadar “birlik ve beraberliğin sağlanması” ile “vatan savunması” olduğu

vurgulanmaktadır. AK Parti'nin hizmet vurgusu esasen ulaştırma yatırımlarına yapılmış olsa da bununla sınırlı bırakılmamış çeşitli parçalarda şehirlerin çöpten arındırılması, millet bahçeleri kurulması, sağlık hizmetleri gibi farklı alanlara da dikkat çekilmiştir.

Parçaların sözlerinin içerdiği söylemlere bakıldığında ağırlık verilen bir diğer temanın birlik ve beraberlik olduğu görülmektedir. Parçaların beşinde birlik ve beraberlik AK Parti'nin en önemli vaatlerinden ve icraatlarından biri olarak ortaya konmaktadır. Bazı parçalarda bu birlik ve beraberliğe neden ihtiyaç duyulduğu özel olarak açıklanmazken, ifadenin “Plevne Marşı” ve “Gönülden Gönüle Bir Yol” parçalarındaki kullanımı birlik ve beraberliğe düşmanın karşısında ihtiyaç duyulduğuna işaret etmektedir. Yine “Gönülden Gönüle Bir Yol” parçasında birlik ve beraberliğin aynı zamanda farklılıklar zenginlik anlamına geldiği için önemli olduğu belirtilmektedir. “Birlikte Türkiye Olduk” parçası ise birlik ve beraberliği büyük bir aile olmakla özdeşleştirerek toplumsal bağların güçlenmesinin hissiyat boyutuna dikkat çekmektedir.

Tekrar ettiği göze çarpan diğer bir vurgu, AK Parti ile milletin özdeşliğidir. On dokuz parçanın beşinde parçada muğlak bir “biz” ifadesi kullanılarak bu “biz”in hem AK Parti'ye hem Türk milletine işaret etmesi sağlanmıştır. Bir parçada ise AK Parti ile millet arasındaki özdeşlik “Bu memleketin her köşesi ak” denilerek AK Parti'nin Türkiye'nin tamamına rengini verdiği (ya da Türkiye'nin rengini aldığı) belirtilerek sağlanmıştır. Bu parçalarda Türk milleti necip, dindar, irade sahibi, vatansever, azimli ve çalışkan bir millet olarak tariflenmektedir.

AK Parti ile Osmanlı arasındaki paralellik öne çıkan bir diğer söylemdir. Beş parçada AK Parti ile Osmanlı'nın benzer yönleri vurgulanmıştır. Bu paralellik “Söğüt”, “Çanakkale”, “Bursa'dan ecdat gibi yola çıkmak”, Plevne savunması, “cihana hükmetmek”, “Diriliş Ertuğrul” ve “zafer” gibi terimler üzerinden kurulmaktadır. Bu açıdan bakıldığında AK Parti ve Osmanlı arasındaki benzerliklerin devlet kurmak, vatan savunması vermek ve “fetih” üzerinden kurulduğu görülmektedir. Bu kapsamda vatana yönelik tehditlerle fetihden aynı anda söz edilmesi dikkat çekicidir. Fetih ilk etapta “gönüllerin fethi” ile özdeşleştirilmekte olup dünya hâkimiyetine varan hedeflerden söz edilmekte, ancak nihai amacın ne olduğu “iz bırakmak, milletin ismini dağa taş yazmak” gibi ulusal gurura yönelik ifadeler dışında muğlak bırakılmaktadır.

Seçim şarkılarında AK Parti'ye tekrarla atfedilen kimi nitelikler ise (niteliklerin vurgulanma frekansları parantez içinde verilmiştir) sırasıyla şöyledir: Milliyetçilik (6), vatanseverlik (5), azim ve alışkanlık (4), kararlılık (3) ve samimiyet (3) ve ulusal gururu temin etmek (2). Ayrıca AK Parti iki parçada siyasi rakiplerinin geçmiş icraatlarının kötölüğüne (“öp dağları” vb. hatırlatmalar vesilesiyle) dikkat çekmiş, bir parçada ise kendi geleneksel terminolojisinin dışına çıkıp “halk” ifadesini kullanarak “sol” sayılabilecek bir söyleme yer vermiştir.

AK Parti seçim şarkılarında biz tanımının dışında kalan kimlikler çeşitlilik arz etmektedir. On dokuz parçanın on birinde belirli bir “öteki”ye işaret edilmektedir. Bu parçaların çoğunda “düşman” muğlak bırakılmış, “zalimler”, “şer odakları” gibi ifadelerle tarif edilerek kim oldukları açıklanmamıştır. Kimi parçalarda düşmanın dışarıda olduğuna yönelik ifadeler bulunmaktaysa da yine de isim verilmemektedir. İçeride olup da açıkça biz tanımına dahil edilmeyenler ise halka tepeden bakanlar, konuşmaktan başka bir şey yapmayan muhalifler, darbeciler ve AK Parti öncesi Türkiye siyaseti (“Eski Türkiye”) olmuştur.

AK Parti'nin on dokuz seçim parçasının sekizi AK Parti'nin, ikisi Türk milletinin, biri Recep Tayyip Erdoğan'ın ağızından söylenmektedir. Üç adet parça belirli bir kişinin ağızından söylenmemektedir. Kalan altı parçada ise söyleyenin AK Parti mi, Türk milleti mi yoksa Osmanlı mı olduğunun belirsizleştii kullanımlar veya geçişkenlikler bulunmaktadır. Altı adet parçada da sözler vesilesiyle Erdoğan övölmüştür. Böylece AK Parti ile Türk milleti arasında bir özdeşlik, AK Parti ile Osmanlı idarecileri, Türk milleti ile de Osmanlı toplumu arasında bir devamlılık kurulmaktadır.

SONUÇ

Ak Parti'nin 2019 Yerel Seçim şarkıları vasıtasıyla inşa ettiği kolektif kimliğin unsurlarını tespit etmeyi amaçlayan bu tezde öncelikle toplum ile müzik arasında bir belirlenim ilişkisi olup olmadığı, varsa bu ilişkinin nasıl ve hangi yönde olduğuna yönelik tartışmalar gözden geçirilmiştir. Bu kapsamda öncelikle müzik eserlerinin bağrından çıktıkları toplum tarafından belirlendiğini savunan “Yansıma Teorisi”, daha sonra bu teoriyi müziğin de bireyleri ve toplumu değiştirdiğini öne sürerek eleştiren yaklaşımlar ele alınmış ve son olarak da Nora'nın “*Eyleme Geçmiş Müzik*” adını verdiği (2017) yaklaşım benimsenerek siyasi partilerin seçim şarkılarının da bu şekilde “*toplumu düzenleme vasıtaları*” (DeNora ve Ansdell, 2017:2) olarak değerlendirilebileceği çıkarımı yapılmıştır.

Müziğin siyasal kullanımının mümkün olmasından hareketle siyasal iletişimin gelişiminin kısa bir özeti sunularak müziğin bir siyasal iletişim aracı olarak nasıl kullanıldığını gösteren (Cross, 2017; Street, 2003) ve bu kullanımın seçim dönemlerindeki etkilerini tartışan bazı çalışmalara (Cloonan ve Street 1998; Englert, 2008; Yavuz ve Sezer, 2018; Tanyıldızı, 2012) dikkat çekilmiştir. Bu kapsamda müziğin ritüel etkisi yaratmak, ortak hafıza oluşturmak, müzisyenlerin imajlarından faydalanmak, siyasal söylemlerin belleklerde daha kolay yer almasını sağlamak ve benzeri yollarla büyük kitleleri birleştirici bir rol oynayarak “kolektif kimlik” inşası sürecinde rol aldığını öne süren çalışmalardan (DeNora, 2000; Frith, 1996; Street, 2003) yola çıkarak, seçim dönemi vesilesiyle yoğun bir kimlik inşa sürecine girmiş olan (Roper, 2005: 140) bir siyasal partinin seçim şarkıları vasıtasıyla nasıl bir kolektif kimlik inşa ettiğinin analiz edilebileceği gösterilmiştir.

Örnek olarak Ak Parti'nin 2019 Yerel Seçimleri için hazırladığı seçim parçaları seçilmiş, araştırma yöntemi olarak ise söylem analizi tercih edilmiştir. Bu analiz için gerekli tarihsel ve toplumsal bağlamlar olan Türk müzik tarihi ve Türk siyasal kampanya tarihi ayrı bölümler halinde incelenerek sunulmuştur. Buna göre Bizans kökenli Klasik Doğu Müziği, halk müziği ve tekke müziğinden oluşan Osmanlı müzik kültürüne Batı müziği de son dönemde eklenmiştir. Türkiye Cumhuriyetinin kurulmasıyla beraber Klasik Türk müziği ve tekke

müziği karşıtı bir politika izlenerek halk müziği ve Batı müziğinin bir sentezi hedeflenmiştir. Çok partili dönemle beraber Batı müziğinin yoğunluğu hız kazanmış, tüm dünyada pop'un yükselişi Türkiye'de de Anadolu Pop akımını zirveye taşımıştır. Buna paralel olarak köyden kente göçün simgesi olarak Arabesk kültürün yükselişi gözlemlenmiş, 12 Eylül sonrası dönemde ise pop ve arabesk sentezlenerek birbirinden ayrılamaz hâle gelmiştir. Türk siyaseti de şarkılardan 1960'lı yıllardan itibaren oldukça faydalanmış, özellikle 1980'lerden sonra merkez sağ partiler pop şarkı kullanımıyla özdeşleşmiştir. Tezde ayrıca seçim şarkıları için arz ettiği önem göz önünde bulundurularak "Müzik ve Toplum" bölümünde ayrı bir alt başlık olarak pop müzik tartışılmıştır. Kökenleri erken Aydınlanma dönemine dayanan popüler müziğin ayırt edici özelliğinin standardizasyon (Çelik, 2012: 58) ve pazara bağımlılık (Frith, 1996: 120) olduğu, ne var ki de muhalif politik içeriğe de rastlanabilen bir kültürel mücadele alanı özelliği gösterdiği (Way, 2013: 715-716) tartışılmıştır. Ayrıca günümüzde pop yapmanın "*Batı tarzında yapmak*" (Küçükakaplan, 2016: 342) ve pop'un bir "*kent kültürü*" (Tekelioğlu, 2006: 22) sonuçlarına değinilmiştir.

Bu bağlamda AK Parti'nin 31 Mart 2019 yerel seçimlerinde adaylarının kullanımı için hazırladığı resmi site olan <http://www.akadaylar.com> adresine yüklenmiş olan on dokuz adet şarkı sözel ve müzikal anlamda incelemeye tabi tutulmuş ve elde edilen bulgular ortaya konmuştur.

Bu bulgular ışığında yapılan değerlendirme sonucunda AK Parti'nin kendini öncelikle Türk milletiyle özdeşleştirdiği görülmektedir. Örneğin incelenen seçim şarkılarında ağırlıklı olarak Türkiye'nin ulusal bir sembolüne dönüşmüş olan (Ersoy, 2009) bağlama kullanılmakta; benzer şekilde kimi parçalarda "biz" ifadesi hem AK Parti'yi hem de Türk milletini kast edecek şekilde muğlak bırakılarak AK Parti – Türk milleti özdeşliği söylemi pekiştirilmektedir. Ayrıca sık sık AK Parti'nin verdiği siyasal mücadelenin milli mücadele ile benzer yönlerinin altı çizilmektedir. Bu kapsamda AK Parti'nin oluşturmaya çalıştığı kolektif kimliğin belirli bir "Türk milleti" tanımı olduğu anlaşılmaktadır. Bu nedenle, partinin seçmenleri etkilemek için nasıl bir "kolektif kimlik" tanımladığı, nasıl bir Türk milleti tariflediğine bakılarak anlaşılabilecektir.

AK Parti söyleminde tarif edilen Türk milletinin temel özelliklerinden biri Osmanlı toplumunun devamı olmasıdır. Bu söylemde yalnızca millet değil, devlet de Osmanlı'nın kuruluşundan bugüne kesintisiz bir çizgi ile bağlanmaktadır. Söylemde parti lideri Erdoğan da

bu devamlılığın bir sonucu olarak Osmanlı'nın yönetici elitleriyle özdeşleştirilmektedir. Bir başka deyişle AK Parti'nin oluşturduğu kolektif kimliğin bir bileşeni Osmanlı mazisini sahiplenmek ve bunun doğal bir sonucu olarak da Erdoğan'ı ulusun lideri olarak kabul etmektir.

AK Parti söyleminde inşa edilen kolektif kimliğinin en çok öne çıkan bir başka boyutu da dindar Müslümanlıktır. Söz konusu dindar Müslüman kimliğinde baskın öge Sünnilik olarak görülmekte beraber, dindar oldukları (ve diğer bazı dini referansları da kabul ettikleri⁵⁴) müddetçe Alevilerin de AK Parti'nin oy almayı hedeflediği gruplardan biri olabileceği anlaşılmaktadır.

AK Parti'nin Osmanlı referansıya öne çıkardığı bir diğer önemli kolektif kimlik bileşeni milliyetçiliktir. Yoğun bir “fetih” ve “sınırların ötesinde etkili olma” vurgusuyla Osmanlı mazisi ulusal bir gurur kaynağı olarak resmedilmektedir. Öte yandan milliyetçi söylem yalnızca fetih gibi askeri faaliyetler ile değil, AK Parti'nin tüm faaliyetleri ile ilişkilendirilmektedir. Yol, köprü gibi altyapı yatırımlarının bile ekonomik getiri ya da konfor maksatlı değil, milli menfaatler için yapıldığı, bu tür hizmetlerin düşmanı korkuttuğu vurgulanmaktadır. Bu durum yerel seçimleri de beka meselesi haline getirmekte, siyasal rakiplerin muhtemel başarısı milletin varlığına bir tehdit olarak gösterilmektedir. Bu kapsamda AK Parti – Türk milleti özdeşliği söylemi aynı zamanda AK Parti dışındaki partileri Türk milletinden dışlamakta, böylece AK Parti'ye oy vermemek de seçmenin Türklüğünü kuşkulu hâle getirmektedir.

Dindarlık ve milliyetçilik gibi normatif denebilecek olanların yanında AK Parti'nin temsil etme iddiasında olduğu kolektif kimliğe dair somut tespitleri olarak değerlendirilebilecek bileşenler de vardır. Bunlardan biri “çeşitlilik”tir. Şarkılarda faydalanılan müzik türlerinin, yöresel enstrümanlar gibi unsurların çeşitliliği AK Parti'nin söyleminin katı bir türdeşlik içermediğini ve toplumdaki farklı toplumsal grupların varlığının dikkate alındığını göstermektedir. Bununla beraber Alevi kimliğinin üstü kapalı kabulünde de görüldüğü üzere bu çeşitliliği oluşturan unsurların isimleri zikredilmemektedir. Örneğin, 2018 Genel

⁵⁴ Erdoğan bir konuşmasında Alevilik'in ancak Ali'yi ortodoks İslam'daki gibi okuduğu takdirde kabul edilebilir olacağını şu sözlerle açıklıyordu: “Eğer Alevilik, Hz. Ali'yi sevmekse benden daha Alevisi olamaz. Ama yok, Alevilik bir dinse orada Tayyip Erdoğan yok. Onu Ali'siz Aleviler düşünsün.” <https://www.haberturk.com/dunya/haber/1076551-cumhurbaskani-erdogandan-almanyada-onemli-aciklamalar> (Son Erişim: 13.12.2019)

Seçimlerinde bir adet de olsa Kürtçe arkı kullanmış olmasına karşın AK Parti’nin 2019 Yerel Seçimleri için hazırladığı arkılarda “Kürt” kelimesine dahi yer verilmemiştir. Alevilerin parçalarda inançları için önemli figürlerin ve inanç terminolojilerinden belli anahtar kelimelerin kullanılmasıyla sembolik olarak içerilmesi gibi, Kürtler de AK Parti’nin çeşitlilik söyleminin içerisine “Kürt” kelimesi kullanılmadan, şehir isimleri, zurna gibi “Doğulu” enstrümanların kullanılması ve benzeri kanallarla dâhil edilmiştir. İnanç ve yöre dışında çeşitliliği kabul edilen bir diğer boyut kılık kıyafet gibi gündelik hayat tercihlerindeki farklılıklara işaret eden yaşam tarzı olmuştur. Farklı cinsel yönelimler ise çeşitlilik söyleminde yer bulamamıştır. Ayrıca AK Parti’nin çoğunlukla erkek olarak kişileştirildiği, kadınların sesinin geri planda kaldığı görülmektedir. Dolayısıyla milletin içindeki çeşitlilik büyük ölçüde yöresel ya da gündelik hayat kaynaklı minör hususlar olarak resmedilmiş, bunların farklı hak arayışlarına işaret eden farklı “*alt kimlik*”lere (Oran, 2013) tekabül ettiği kabul edilmemiştir.

AK Parti’nin seçim arkılarıyla kurduğu kolektif kimliğin bir başka önemli boyutu ise “kırsal kökenli kentlilik”tir. Arabesk motifleri de dışlamayacak şekilde yoğun pop müzik ve halk müziği kullanımı çoğunluğu kentlerde yaşasa da taşrayla bağları hlen güçlü olan toplumun estetik kriterlerine yaslanıldığını göstermektedir. Buna paralel şekilde “O Ses Türkiye” ve “Diriliş Ertuğrul” gibi referanslar, parçalar oluşturulurken genel popüler beğenin AK Parti sempatisine kanalize edilme amacı gdldğine işaret etmektedir. Böylece “popüler olan”ın milletin normu olarak kabullenildiği sonucu çıkmaktadır. Günümüz popunun “kentli muhafazakâr” bir kimliğe işaret ettiği daha önce Tekelioğlu’na (2006: 85) referansla tartışılmış olduğundan bu “norm”un AK Parti tarafından benimsenmesi bir çelişki arz etmediği söylenebilir. AK Parti parçalarında yer alan “Osmanlı mirası”, “dindarlık”, “yüzünü Asya’ya dönmek” gibi “Doğulu” içeriklere karşın 2019 yılı AK Parti seçim arkılarındaki yoğun pop parçası kullanımına rastlanmakta olup pop yapmanın “*Batı tarzında yapmak*” (Küçükkaplan, 2016: 342) olduğu düşünüldüğünde Batılılığın da inşa edilen kolektif kimliğin önemli bir boyutu olduğu iddia edilebilir. Bu iddiayı destekleyecek şekilde, parçalarda Türk halk müziğine ve klasik Türk müziğine ait enstrümanların yoğun bir biçimde Batılı enstrümanlarla beraber kullanımı, bağlamadan sonra en çok kullanılan enstrümanın gitar olması gibi hususlar da dikkat çekmektedir. Bu da Türk modernleşmesinin Gökalp gibi nclerinin Türklerin milli müziği ile Batı musikisinin kaynaşması hedefinin gerçekleşmiş olduğunu doğrulamayı bir gösterge olarak okunabilir. Ancak bu durum Gökalp’in Batılılaşma

idealinin AK Partinin (dindarlık ya da milliyetçilik gibi) sahiplendiği bir kültürel unsur olarak görmek için yeterli olmamaktadır. Zira sözlerin analizinde bu yönde bir söyleme rastlanmamaktadır. Bu nedenle Batıllık, daha doğrusu “kırsal kökenlerini korumakla beraber kısmen Batılılaşmış bir kentlilik”, AK Parti’nin Türk milletinin bugününe dair verili bir durum olarak kolektif kimliğinde kabullenmek durumunda kaldığı bir bileşen olarak görülebilir.

Bu demografik durumla bağlantılı olarak AK Parti’nin toplumsal bellek vasıtasıyla kurduğu bir diğer kolektif kimlik bileşeni “merkez sağ gelenekten gelmek”tir. Adalet Partisi’nin kendilerini yatırım yapan, karşı taraf olan CHP’yiye iş yapmayan parti olarak ayırması örneğinin “Biz Yaparız Onlar Konuşur” ifadesinde tekrar etmesi, ANAP’ın “parti – millet aşkı” söyleminin AK Parti 2019 Yerel Seçim şarkılarında da yoğun bir biçimde kullanılmış olması, merkez sağ partilerin popüler beğeniye sahiplenme eğiliminin AK Parti’yle devam ettirilmesi gibi unsurlar bu tespitin yapılmasına zemin teşkil etmektedir.

İnşa edilen kolektif kimlikte kimi insani vasıflara da işaret edilmektedir. Vatanseverlik, azim ve çalışkanlık, samimiyet, çeşitlilik söylemine paralel olarak hoşgörü, birlik beraberliğe önem vermek ve bir “aile gibi” olmak gibi nitelikler AK Parti’nin 2019 Yerel Seçim şarkılarında öne çıkarılmıştır. Bu vasıfların yukarıda işaret edilen temel özellikleri detaylandırmak için kullanılmış olduğu gözlemlenebilir. Öncelikle “çalışkanlık” gibi ilk bakışta ilişkilendirilmesi zor görünen vasıfların bile milliyetçilikle beraber sunulduğu görülmektedir. Buna göre “çalışkanlık” kolektif kimliğin bir parçasıdır zira bu çalışma azmi vatan, millet sevgisinden ileri gelmektedir. Bu söylem ilk etapta Mustafa Kemal Atatürk’ün “Vatanını en çok seven görevini en iyi yapandır” vecizesiyle de aynı çerçevede değerlendirilebilir. Ancak AK Parti’nin kurduğu çalışkanlık – milliyetçilik ilişkisinde “samimiyet” boyutunu da içerecek şekilde bir nüans bulunmaktadır. AK Parti şarkılarında kurulan kolektif kimliğin bir parçası olan millet sevgisinin bazı “rasyonalite dışı” boyutları olduğunun da çeşitli şekillerde dile getirilmektedir. Örneğin bu kolektif kimlik söylemini kabullenenlerin kendilerine tanımlanan görevleri en iyi biçimde yapmaktansa hata yapma riskini de göze alarak Ferhat’ın dağları delmesi gibi “çılgın” projeler üstlenmesi beklenebilir. Bu kapsamda ortaya çıkacak olası hatalar birer kusur olarak değil, milletle olan aşk hikâyesini “organik” kılan acı tatlı anılardan biri olacaktır. Dolayısıyla AK Parti’nin önerdiği kimlikteki milliyetçiliği doktriner, kuramsal bir anlamda değil hakiki bir sevgi ilişkisi bağlamında doğal,

samimi bir milliyetçilik olarak kurduğu görülmektedir. “Birlik beraberliğe önem vermek” ve “hoşgörü” gibi vasıfların önemli bileşenler olarak sıralanmasının ise “çoğulculuğun” da kolektif kimliğin bir parçası olarak sunulduğu sonucunu beraberinde getirmediğini belirtmek gerekir. Tarif edilen kimlik farklı değerlerin bir aradalığı değil, bir değerler hiyerarşisi içerisinde dindarlık, milliyetçilik, Osmanlı mazisini sahiplenmek gibi bazı değerlerin tartışma dışı bırakılarak gündelik hayat veya yöresel kültürel farklılıklar nedeniyle oluşan kimi sapmalara tolerans gösterilmesi çerçevesinde ele alınmalıdır. Bu çerçevenin dışındaki sapmaların (dinsizlik veya etnik, dinsel, cinsel azınlıkların hak savunuculuğu vb.) ise birlik beraberliği bozucu nitelikte olduğu için kolektif kimliğin dışında bırakıldığı söylenebilir.

Bu bulgular beraber değerlendirildiğinde AK Parti’nin 2019 Yerel Seçimleri döneminde seçim şarkıları vasıtasıyla temel bileşenleri itibarıyla dindar, Osmanlı mazisini sahiplenen, kendi arasında kimi minör farklılıklar arz edebilen ve buna hoşgörüyle yaklaşan, demografik olarak kırsal kökenlerini korumakla beraber kısmen Batılılaşmış bir kentliliğin ağırlıklı olduğu, bu kitlenin tarihsel ve siyasi eğilimini yansıtacak şekilde yakın tarihteki merkez sağ tecrübeyi de sahiplenen, doktriner değil samimi, doğal milliyetçi, bu nedenle de rasyonalite ötesinde bir azme ve çalışkanlığa sahip bir kolektif kimlik inşa ettiği görülmüştür.

Bu tezde siyasal partilerin kolektif kimlik inşa pratiği belirli bir partinin tek bir seçim dönemindeki belirli bir faaliyet alanı olan seçim şarkılarına odaklanılmıştır. Bu kapsamda bu alanda yapılabilecek yeni araştırmalar da söz konusu olabilir. Öncelikle, kolektif kimlik inşası bağlamında seçim şarkılarından başka alanlara (broşürler, miting konuşmaları gibi) bakılarak sonuçların karşılaştırılma imkanı bulunmaktadır. AK Parti iktidarının Türkiye tarihinde tuttuğu yer göz önüne alınırsa, AK Parti’nin başka seçim dönemlerindeki kolektif kimlik oluşturma pratiklerine bakılarak parti tarihi boyunca yaşanan değişimler göz önüne serilebilir. Aynı zamanda, aynı seçim döneminde örneğin CHP, HDP veya MHP gibi diğer çok önemli partilerin ne tür kolektif kimlik inşası yollarına gittiklerine bakılarak yeni mukayese imkanları edinilebilir. Son olarak, bu çalışmada AK Parti’nin yerel seçim şarkıları bizzat araştırmacı tarafından söylem analizine tabi tutularak tartışılmıştır. Bu şarkıların seçmen kitlesini temsil eden belirli bir örneklem grubuna dinletilerek alımlayıcı tarafında nasıl algılandıklarının araştırılması da önemli olacaktır. Benzer şekilde, incelenen şarkılardaki müzikal unsurların semiyotik olarak derinlemesine ele alınacağı bir müzikoloji çalışmasının da verimli sonuçlar doğuracağı düşünülmektedir.

KAYNAKÇA

- Acord, S. K., & DeNora, T. (2008). Culture and the arts: From art worlds to arts-in-action. *The Annals of the American Academy of Political and Social Science*, 619(1), 223-237.
- Adorno, T. W. (1976). *Introduction to the Sociology of Music*. New York: Seabury.
- Adorno, T. W. (2002). *Essays on music*. University of California.
- Adorno, T. W. (2007). *Philosophy of Modern Music*. Continuum.
- Adorno, T. W. (2009). On popular music. *Cultural theory and popular culture: A reader*, 63-74.
- Akın, M. H., & Coşkun, B. (2017). Türkiye siyasi kültüründe sağ-sol ayrımı ve milli görüş hareketi. *Electronic Turkish Studies*, 12(8).
- Aksakal, H. (2015). *Türk politik kültüründe romantizm*. İletişim Yayınları.
- Aktoprak, E. (2016). “Evrensellik”ten kültürel göreliliğe: AKP dış politikasında insan hakları söylemi. *Mülkiye Dergisi*, 40(1), 5-28.
- Alemdar, M. Y., & Köker, N. E. (2011). Siyasi Partilerin 2007-2011 Türkiye Genel Seçimlerinde Web Sitesi Kullanımı ve Karşılaştırmalı Analizi. *Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 1(31), 225-254.
- Anderson, B. (2006). Imagined communities. *Different Dispatches: Journalism in American Modernist Prose*, 49.
- Ateş, K. (2017). AKP, Dinsel popülizm ve Halk-Olmayan. *Mülkiye Dergisi*, 41(1), 105-129.
- Atmış, E., & Günşen, H. B. (2016). Türkiye’de orman yıkımına karşı mücadelelerin analizi. In *Third Annual International Conference on Turkey and Turkish Studies, Athens, Greece*.
- Avaner, T. (2016) Osmanlı devlet yönetiminde eski yerine onlara bakmak ya da Batılılaşmaya başlarken düzen değişikliği arayışları. *Yüzyüncü Yıl Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, (2), 225-255.

Aydın, Y., & Ergur, A. (2004, Nisan). Nationalizing the harmony? A system of harmony proposed by Turkish composer Kemal Ilerici. *Proceedings of the Conference on Interdisciplinary Musicology (CIM04) Graz/Austria* (Vol. 15, No. 18, s. 13) içinde.

Aziz, A. (2019). *Siyasal iletişim*, Nobel Yayın Dağıtım.

Balcı, Ş., & Bal, E. (2007). 22 Temmuz 2007 Genel Seçimleri'nde AKP ve CHP Reklamı: Karşılaştırmalı Bir Analiz. *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi| Istanbul University Faculty of Communication Journal*, (33).

Balkılıç, Ö. (2015). *Temiz ve soylu türküler söyleyelim: Türkiye'de Milli kimlik inşasında halk müziği*. Tarih Vakfı Yurt Yayınları.

Bauer, A., & Kerékfy, M. (Eds.). (2017). *György Ligeti's Cultural Identities*. Routledge.

Bekaroğlu, E. A. (2015). Post-Laik Türkiye?: AK Parti İktidarları ve Güncellenen Laiklik Sözleşmesi. *İnsan & Toplum Dergisi*, 4(9), 103-122.

Bennett, W. L., & Iyengar, S. (2008). A new era of minimal effects? The changing foundations of political communication. *Journal of communication*, 58(4), 707-731.

Bezer, G. Ö. (2010) Dördüncü Haçlı Seferi ve İstanbul. *Marmara Üniversitesi "Tarih İçinde İstanbul" Uluslararası Sempozyumu Bildirileri* 141-147.

Blankenship, C., & Renard, S. (2017). Pop songs on political platforms. *Journal of Popular Music Studies*, 29(3), e12222.

Blitvich, P. G. C. (2010). The YouTubeification of politics, impoliteness and polarization. In *Handbook of research on discourse behavior and digital communication: Language structures and social interaction* (540-563). IGI Global.

Blomster, W.V. (2006). Müzik sosyolojisi: Adorno ve ötesi. Bağcı, H. E. (Ed.), *Frankfurt Okulu* içinde. Doğu Batı Yayınları.

Bourdieu, P. (1984) [1979] *Distinction: a social critique of the judgement of taste* (Harvard University Press, Cambridge)

Bourdieu, P. (1991). *Language and symbolic power*. Harvard University Press.

Bölükbaşı, M. (2012). Milli Görüş'ten Muhafazakâr Demokrasiye: Türkiye'de 28 Şubat Süreci Sonrası İslami Elitlerin Dönüşümü. *İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, 1(2), 166-187.

Brownlee, Jason. 2016. Why Turkey's authoritarian descent shakes up democratic theory. *Washington Post*, 26 Mart.

Budak, E. (2018). Siyasal İletişimde Propaganda Aracı Olarak Seçim Müzikleri: 24 Haziran 2018 Seçimleri Örneği. *Siyaset, Ekonomi ve Yönetim Araştırmaları Dergisi*, 6(5).

Carney, J. (2018). Resur (e) recting a spectacular hero: Diriliş Ertuğrul, necropolitics, and popular culture in Turkey. *Review of Middle East Studies*, 52(1), 93-114.

Castells, M. (1989). *The informational city: Information technology, economic restructuring, and the urban-regional process* (p. 24). Oxford: Basil Blackwell.

Cengiz, F., & Hoffmann, L. (2011). The 2011 general elections in Turkey: Potential implications on domestic and international politics in the shadow of a discourse change?. *Parliamentary Affairs*, 65(1), 255-269.

Chambers, I. (1986). Waiting on the end of the world?. *Journal of Communication Inquiry*, 10(2), 99-103.

Charles, C. A. (2006). The psychology of music and electioneering in the 2002 Jamaican election. *Social and Economic Studies*, 133-166.

Clark, J., & Van Slyke, T. (2010). *Beyond the echo chamber: Reshaping politics through networked progressive media*. The New Press.

Cloonan Street, M. J. (1998). Rock the vote: popular culture and politics. *Politics*, 18(1), 33-38.

Craft, A. J., Wiggins, G. A., & Crawford, T. (2007, Eylül). How Many Beans Make Five? The Consensus Problem in Music-Genre Classification and a New Evaluation Method for Single-Genre Categorisation Systems. *ISMIR* (73-76) içinde.

Cross, S. (2017). The enduring culture and limits of political song. *Cogent Arts & Humanities*, 4(1), 1371102.

Çaha, Ö. & Baykal, Ö. (2017). Milli Görüş Hareketinin Kuruluşu: Türk Siyasetinde Milli Nizam Partisi Deneyimi. *İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 19(3), 788-806.

Çelik, H. (2012). The discourse of today's Turkish pop songs within the transformation of daily life. *International Journal of Turcologia*, 7(13), 55-66.

Çınar, M. U. (2017). "Gelişirken": Türkiye örneğinden hareketle iktisadi kalkınma söylemleri ve demokrasi ilişkisini yeniden düşünmek1. *METU Studies in Development*, 44(1), 47-67.

Değer, K. (2018). Siyasal partilerin seçmen kitlesini ikna etmek amacıyla kullandıkları negatif iletilerin 'yeni anayasa' ve 'başbakanlık sitemi' referandumu örneği üzerinden incelenmesi. *E-Kurgu Anadolu Üniversitesi İletişim Bilimleri Fakültesi Uluslararası Hakemli Dergisi*, 26(2), 77-93.

Demir, M. (2011). Using nonverbal communication in politics/Utilisation de la communication non-verbale dans la politique. *Canadian Social Science*, 7(5), 1-14.

DeNora, T. (1995). The musical composition of social reality? Music, action and reflexivity1. *The Sociological Review*, 43(2), 295-315.

DeNora, T. (2000). *Music in everyday life*. Cambridge University Press.

DeNora, T. (2017). *Music-in-action: Selected essays in sonic ecology*. Routledge.

DeNora, T., & Ansdell, G. (2017). Music in action: Tinkering, testing and tracing over time. *Qualitative Research*, 17(2), 231-245.

Denton, R. E., Woodward, G. C. *Political communication in America*, New York, Praeger, 1990.

Devran, Y. (2011). Medya Bağlamında 22 Temmuz Seçimleri. Seçim Kampanyalarında Geleneksel Medya, İnternet ve Sosyal Medya Kullanımı, 129-167.

Dilmener, N. (2014). *Bak bir varmış bir yokmuş: hafif Türk pop tarihi*. İletişim Yayınları.

Dural, A. B. (2008). Türkiye'de Çevreci Harekete Sağlanan Destek ve Yeşil Siyaset. *Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 10(2), 190-216.

Durna, T., & Kubilay, Ç. (2010). Söylem Kuramları ve Eleştirel Söylem Çözümlemeleri. *Medyadan Söylemler içinde, İstanbul: Libra Kitap.*

Dürük, E. F. (2011). Türk Popüler Müzik Üretimi ve Ürünlerindeki Karma Yapıyı Hazırlayan Toplumsal ve Müziksel Etkenler. *Sosyal ve Beşeri Bilimler Dergisi*, 3(1), 33-42.

Englert, B. (2008). Ambiguous relationships: youth, popular music and politics in contemporary Tanzania. *Wiener Zeitschrift für kritische Afrikastudien*, 14, 71-96.

Er, A. İ., & Özdemir, M. (2019) İslam iktisadı söylemlerinin cuma hutbelerindeki yeri. *PESA Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 5(2), 150-169.

Ergur, A., & Aydın, Y. (2006). Patterns of modernization in Turkish music as indicators of a changing society. *Musicae Scientiae*, 10(1_suppl), 89-108.

Ersoy, İ. (2009). Türkiye'de Uluslaşma Sürecinde Bir Simge Olarak 'Bağlama'. *Motif Halk Oyunları Eğitim ve Öğretim Vakfı, Halk Müziğinde Çalgılar Uluslararası Sempozyumu Bildirileri*, 268-278.

Esen, B., & Gümüşçü, S. (2016). Rising competitive authoritarianism in Turkey. *Third World Quarterly*, 37(9), 1581-1606.

Esenkar, D. (2017). *Türkiye’de ulusal kimlik-din ilişkisi “Ak Parti’nin ulusal kimlik vizyonunda İslam”* (Yüksek Lisans Tezi, Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü).

Ethem, M. (2015) Bağlam merkezli bir tahlil: Fatiha suresi'nin altıncı ve yedinci ayetleri. *Pamukkale Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, (4), 73-103.

Eygi, Y. (2016) *Songs of division: A critical discourse analysis of the 2011 election campaign songs of CHP & AKP* (Yüksek Lisans Tezi, İzmir Ekonomi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü)

Frith, S. (1996). Music and identity. *Questions of cultural identity*, 108-127.

Gök, S. Ü. (2014). Politikayı Deneyimleyen Bir Toplumsal Hareket Olarak Gezi Direnişi. *Marmara Üniversitesi Siyasal Bilimler Dergisi* 2(1): 75-92.

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

Göle, N. (1991). Modern mahrem. *İstanbul: Metis Yayınları*.

Grigoriadis, I. N. (2015). The Turkish presidential elections of 10 august 2014. *Mediterranean Politics*, 20(1), 105-110.

Griswold, W. (1981). American character and the American novel: An expansion of reflection theory in the sociology of literature. *American Journal of Sociology*, 86(4), 740-765.

Güdekli, İ. A. (2008). *Siyasi iletişim: 2007 genel seçimleri (AKP ve CHP'nin seçim kampanyalarının karşılaştırmalı analizi)* (Yüksek Lisans Tezi, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü).

Gündüz, A. (2008). İstanbul'un Osmanlılar Tarafından Fethi, Türk-İslam ve Avrupa Açısından Önemi. *Karadeniz Araştırmaları*, (17), 51-66.

Güngör, N. (1993). *Arabesk: Sosyokültürel Açından Arabesk Müzik*. Bilgi Yayınevi.

Güven, U.Z. ve Ergur, A. (2014). Dünyada ve Türkiye'de müzik sosyolojisinin yeri ve gelişimi, *Sosyoloji Dergisi*, 3(29), 1-19.

Gürhanlı, H. (2018). Populism on Steroids: Erdoğanists and Their Enemies in Turkey. *Populism on the Loose* (53-80) içinde.

Habermas, J. (1991). *The structural transformation of the public sphere: An inquiry into a category of bourgeois society*. MIT press.

Hadiz, V. R. (2014). A new Islamic populism and the contradictions of development. *Journal of Contemporary Asia*, 44(1), 125-143.

Hall, S. (1992). The west and the rest: formations of power. *Formations of modernity* içinde. Polity Press; The Open University.

Harvey, D. (1987). Flexible accumulation through urbanization: reflections on 'post-modernism'in the American city. *Antipode*, 19(3), 260-286.

Hintz, L. (2016). Adding Insult to Injury: Vilification as Counter-Mobilization in Turkey's Gezi Protests. *From Mobilization to Counter-Revolution*, 56.

Horkheimer, M., Adorno, T. W. (1972). *Dialectic of Enlightenment*. Seabury.

Inglehart, R. F., & Norris, P. (2016). *Trump, Brexit, and the rise of populism: Economic have-nots and cultural backlash*.

Işık, N.E. (2015). Türk toplumunda bir zihniyet biçimi olarak arabeski anlamak. Sabuncuoğlu Peksevgen B. & Ateşalp S.T. & Kurultay A.B. (Ed.), *Kavramdan Pratiğe: Medya ve Tüketim* (43-64). Libra Yayınevi

İzmirli, İ.H., 1998; *İslam Dini ve Tabii Din*, Sadeleştiren: Osman Karadeniz, İzmir, İ.İ.F.V.Yay.

Jenkins, G. (2012). Erdogan's Volatile Authoritarianism: Tactical Ploy or Strategic Vision?. *Turkey Analyst*, 5(23).

Jowett, G. S., & O'donnell, V. (2012). *Propaganda & persuasion*. Sage Publications.

Kalaycıoğlu, E. (2010) "Justice and Development Party at the Hel: Resurgence of Islam or Restitution of the Right-of-Center Predominant Party?," *Turkish Studies*, 11(1): 29-44.

Kantar, G. (2018) Türk siyasetinde politik dil kullanımı: Recep Tayyip Erdoğan'ın 22 Temmuz 2007 genel seçimleri miting konuşmalarının söylem dilinin içerik analizi. *Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi (VANYÜİİBFD) Journal Of Van Yyu Faculty Of Economics And Administrative Sciences*, 194-226.

Kemahlıoğlu, Ö. (2015). Winds of change? The June 2015 parliamentary election in Turkey. *South European Society and Politics*, 20(4), 445-464.

Karakaya, Y. (2018). The conquest of hearts: the central role of Ottoman nostalgia within contemporary Turkish populism. *American Journal of Cultural Sociology*, 1-33.

Katz, E. (1987). Communications research since Lazarsfeld. *The Public Opinion Quarterly*, 51, S25-S45.

- Kelley, R. D. (2001). *Yo'mama's disfunkcional!: Fighting the culture wars in urban America*. Beacon Press.
- Keskin, A. (2014). Geleneksel abdal müziğinin temsili ve Neşet Ertuş. *Journal of International Social Research*, 7(34).
- Keyman, E. F. (2014). The AK Parti: Dominant party, new Turkey and polarization. *Insight Turkey*, 16(2), 19.
- Kiriş, H. M. (2011). Parti Sisteminde Kutuplaşma ve Türk Parti Sistemi Örneği. *Amme İdaresi Dergisi*, 44(4), 33-67.
- Koçal, V. (2012). ‘Çevre’den ‘Merkez’e Yönelim Bağlamında Türkiye’de Muhafazakârlığın Dönüşümü: Siyasal İslâmcılıktan Muhafazakâr Demokratlığa AK Parti Örneği. *Bilgi Sosyal Bilimler Dergisi*, (1), 81-111.
- Kutluer, İ. (2001). *İslam'ın klasik çağında felsefe tasavvuru*. İz Yayıncılık.
- Körösenyi, A. (2013). Political polarization and its consequences on democratic accountability. *Corvinus Journal of Sociology and Social Policy*, 4(2), 3-30.
- Kuyucu, M. M. (2016). Theodor W. Adorno’nun Perspektifinden Popüler Türk Müziğinde Standartlaşma Sorunsalı. *TRT Akademi*, 1(1)
- Küçük, M. N. (2018). *The conceptions of “the international” in Turkey* (Doktora Tezi, Bilkent Üniversitesi).
- Küçükkaplan, U. (2016). *Türkiye’nin pop müziği*. Ayrıntı Yayınları.
- Larrain, J. (1995). *İdeoloji ve kültürel kimlik: modernite ve üçüncü dünyanın varlığı*. Sarmal Yayınevi.
- Landau, J. M. (2008) “Radical Parties of the Republic,” in E. J. Zürcher (ed.), *Philologiae Turcicae Fundamenta*, Volume: 5: The History of the Ottoman Empire and Turkey in the Twentieth Century, Berlin: Klaus Schwarz Verlag.
- Lauk, E. (2002). Use of us-them polarization in constructing ideological discourses (Estonia 1940-1989). In *History, Media and Identity II: 23 IAMCR Conference and General Assembly* (pp. 21-26).

- Leudar, I., Marsland, V., & Nekvapil, J. (2004). On membership categorization: 'us', 'them' and 'doing violence' in political discourse. *Discourse & Society*, 15(2-3), 243-266.
- Ling, J. (1984). The Sociology of Music. *Canadian University Music Review / Revue de musique des universités canadiennes*, (5), 1-16.
- Lippman, E. A. (1994). *A history of Western musical aesthetics*. U of Nebraska Press.
- Lippmann, W. (1997). *Public opinion*. New York, NY: The Free Press.
- Llobera, J. R. (2007). Modernliğin Tanrısı, Batı Avrupa'da Milliyetçiliğin Gelişimi. *Çeviren: Emek Akman ve Ebru Akman, Phoenix Yayınevi, Ankara*.
- Lonsdale, A. J., & North, A. C. (2011). Why do we listen to music? A uses and gratifications analysis. *British Journal of Psychology*, 102(1), 108-134.
- Machin, D. (2010) *Analysing Popular Music: Images, Sound, Text*. London: Sage.
- Machin, D., & Richardson, J. E. (2012). Discourses of unity and purpose in the sounds of fascist music: a multimodal approach. *Critical Discourse Studies*, 9(4), 329-345.
- Martin, P. J. (1995). *Sounds and society: Themes in the sociology of music*. Manchester University Press.
- Mattern, M. (1998). *Acting in Concert: Music, Community and Political Action* Rutgers University Press, United States of America.
- McGregor, C. (2000). *Pop kültür oluyor*. Çivi yazıları.
- Megill, A. (2008). *Aşırılığın Peygamberleri*. Ayraç Kitabevi.
- Morley, D., Robins, K. (2011). *Kimlik mekanları: küresel medya, elektronik ortamlar ve kültürel sınırlar*. Ayrıntı yayınları.
- Nisbett, R. E., & Wilson, T. D. (1977). The halo effect: evidence for unconscious alteration of judgments. *Journal of personality and social psychology*, 35(4), 250.
- Oddo, J. (2011). War legitimization discourse: Representing 'Us' and 'Them' in four US presidential addresses. *Discourse & Society*, 22(3), 287-314.

- Oğuş, U. P. (2010). *Yeni sağ ve siyasal İslam: AKP örneği* (Yüksek Lisans Tezi, Adnan Menderes Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü).
- Oran, B. (2013). *Türkiye'de azınlıklar: kavramlar, teori, Lozan, iç mevzuat, içtihat, uygulama*. İletişim Yayınları.
- Öniş, Z. (1997) "The Political Economy of Islamic Resurgence in Turkey: The Rise of the Welfare Party in Perspective," *Third World Quarterly*, 18(4): 743-766.
- Önürmen, O., & Temel, F. (2014). Popülerleşen Siyaset, Siyasallaşan Müzik: 30 Mart 2014 Yerel Seçim Şarkıları Üzerine Bir Çalışma. *İletişim ve Diplomasi Dergisi*, 30.
- Özbudun, E., & Hale, W. (2010). *Türkiye'de islamcılık, demokrasi ve liberalizm: AKP olayı*. Doğan Kitap.
- Özgür, İ. (2006). Arabesk music in Turkey in the 1990s and changes in national demography, politics, and identity. *Turkish Studies*, 7(2), 175-190.
- Özkan, N. (2002). Seçim Kazandıran Kampanyalar. *MediaCat Kitapları, İstanbul*.
- Öztürkmen, A. (1998). *Türkiye'de folklor ve milliyetçilik* (Vol. 69). Milet Publishing Limited.
- Öztüfekçi, M. Y. (2006). *Geleneksel Türk sanat müziğinin eğlence atmosferindeki dönüşümü İzmir Fasil mekanları örnek olayı* (Yüksek Lisans Tezi, DEÜ Güzel Sanatlar Enstitüsü).
- Phillips, N., & Hardy, C. (2002). *Discourse analysis: Investigating processes of social construction* (Vol. 50). Sage Publications.
- Pickering, M. (2015). Song and social context. Dugaw, D. (Ed.), *The Anglo-American Ballad: A Folklore Casebook* içinde. Routledge.
- Pocock, J. G. A. (1994). Deconstructing Europe. *History of European Ideas*, 18(3), 329-345.
- Polletta, F., & Jasper, J. M. (2001). Collective identity and social movements. *Annual review of Sociology*, 27(1), 283-305.
- Ramet, S. P. (1994). *Rocking the state: Rock music and politics in Eastern Europe and Russia*. Westview Pr.

Roper, J. (2005). Organisational identities, identification and positioning: Learning from political fields. *Public Relations Review*, 31(1), 139-148.

Rose, R., & Mishler, W. (1998). Negative and positive party identification in post-communist countries. *Electoral Studies*, 17(2), 217-234.

Schlesinger, P. (1987). On national identity: some conceptions and misconceptions criticized. *Information (International Social Science Council)*, 26(2), 219-264.

Schumpeter, J. (1942). Creative destruction. *Capitalism, socialism and democracy*, 825, 82-85.

Somer, M. (2019). Turkey: The Slippery Slope from Reformist to Revolutionary Polarization and Democratic Breakdown. *The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science*, 681(1), 42-61.

Stein, A. (2001). Revenge of the shamed: The Christian right's emotional culture war. *Passionate politics: Emotions and social movements*, 115-131.

Street, J. (2003). 'Fight the power': The politics of music and the music of politics. *Government and Opposition*, 38(1), 113-130.

Street, J., Hague, S., & Savigny, H. (2008). Playing to the crowd: The role of music and musicians in political participation. *The British Journal of Politics and International Relations*, 10(2), 269-285.

Stokes, M. (1994). Ethnicity, identity and music. *The musical construction of place*.

Storey, J. (Ed.). (2006). *Cultural theory and popular culture: A reader*. University of Georgia Press.

Sumbas, A. (2013). Türk Modernleşmesi'ni Ankara Palas Üzerinden Okumak: "Doğu'dan Batı'ya Açılan Bir Pencere". *H.Ü. İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, Cilt 31, Sayı 1, 2013, s. 171-198

Swanson, D. L., & Mancini, P. (1996). Patterns of modern electoral campaigning and their consequences. *Politics, media, and modern democracy: An international study of innovations in electoral campaigning and their consequences*, 247-76.

Şahin, B. (2013). Farklılık, Hoşgörü ve Ak Parti İktidarı: Gezi Parkı Sürecinin Düşündürdükleri. *Liberal Düşünce*, 18(71), 161-169.

Şen, F., & Cengiz, T. (2018). Türkiye’de Siyasi Partilerin Ve Liderlerin Demokrasi Söylemleri. *Intermedia International Peer-Reviewed E-Journal Of Communication Sciences*, 5(8), 128-144.

Tanyıldızı, N. İ. (2012). Siyasal iletişimde müzik kullanımı: 2011 genel seçim şarkılarının seçmene etkisi. *Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi*, 7(2), 97-110.

Tarasti, E. (2012). *Signs of music: a guide to musical semiotics* (Vol. 3). Walter de Gruyter.

Tas, H. (2014). Melodies of resistance: Islamist music in secular Turkey. *Social Compass*, 61(3), 368-383.

Tekelioğlu, O. (2006). *Pop yazılar: varoştan merkeze yürüyen ‘halk zevki’*. Telos Yayıncılık.

Tokat, A. (2009). *2007 Genel seçimlerinde adalet ve kalkınma partisi'nin siyasal iletişim faaliyetleri ve mesaj stratejileri* (Yüksek Lisans Tezi, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü).

Tokgöz, O. (2019). *Seçimler siyasal reklamlar ve siyasal iletişim*. İmge Kitabevi Yayınları.

Toruk, İ. (2008). 22 Temmuz 2007 genel seçimlerinde siyasal partilerin internet sitelerine bir bakış. *Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi*, 5(2), 219-234.

Vannini, P., & Myers, S. M. (2002). Crazy about you: Reflections on the meanings of contemporary teen pop music. *Electronic Journal of Sociology*, 6(2).

Vodinalı, S., & Çötök, N. A. (2015). Siyasal propaganda bağlamında siyasal reklamlar: 2015 türkiye genel seçimlerinde AKP/CHP/MHP partileri tv reklamları üzerine bir değerlendirme. *Global Media Journal: Turkish Edition*, 6(11).

Vona Kurt, E. (2015). Medya ve Kutuplaşma: Kutuplaşmanın Medyaya Yansımalarının, ‘Gezi Parkı Eylemleri’ Üzerinden Değerlendirilmesi. *Toplum ve Demokrasi Dergisi*, 9(19), 193-223.

Way, L. C. (2013). Discourses of popular politics, war and authenticity in Turkish pop music. *Social Semiotics*, 23(5), 715-734.

Wicke, P., & Dalaman, S. (2006). *Mozart'tan Madonna'ya: popüler müziğin bir kültür tarihi*. Yapı Kredi Yayınları.

Witkin, R. W. (2003). *Adorno on popular culture*. Routledge.

Wolton, D. (1990). Political communication: the construction of a model. *European Journal of Communication*, 5(1), 9-28.

Yalch, R. F. (1991). Memory in a jingle jungle: Music as a mnemonic device in communicating advertising slogans. *Journal of Applied Psychology*, 76(2), 268.

Yavuz, C., & Sezer, S. (2018). Siyasi Partilerin 2015 Seçim Çalışmalarında Kullandığı Propaganda Müziklerinin Seçmenlerin Tercihini Yönlendirmede Rolü. *Sosyal Bilimler Arastirmalari Dergisi*, 8(1).

Yıldız, A. (2003) "Politico-Religious Discourse of Political Islam in Turkey: The Parties of National Outlook," *The Muslim World*, 93/2: 187-209.

ÖZGEÇMİŞ

1986 yılında Ankara’da doğdu. Turgutlu Halil Kale Fen Lisesi’nde, sonrasında Orta Doğu Teknik Üniversitesi Endüstri Mühendisliği bölümünde okudu. *Kıyamet ha Kıyamet* adlı bir öykü kitabı bulunmaktadır.



TEZ ONAY SAKTASI

Üniversite : T.C. GALATASARAY ÜNİVERSİTESİ
Enstitü : SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
Hazırlayanın Adı Soyadı : Hakan Sipahioğlu
Tez Başlığı : Siyasal İletişimde Şarkı Kullanımı: 2019 Yerel Seçimlerinde AK
Parti Örneği
Savınma Tarihi : 27 / 01 / 2020
Danışmanı : Dr. Öğr. Üyesi Gülsün Güvenli

JÜRİ ÜYELERİ

İmza

Dr. Öğr. Üyesi Barış Başaran

Dr. Öğr. Üyesi Murad Özdemir

Dr. Öğr. Üyesi Gülsün Güvenli

Prof. Dr. M. Yaman ÖZTÜRK
Enstitü Müdürü