

Yıl/Year: 4, Sayı/Issue: 8, Mayıs/May, 2023, s. 1-18

Yayın Geliş Tarihi / Article Arrival Date

Yayın Geliş Tarihi:17-04-2023

Yayımlanma Tarihi / The Publication Date

Yayınlanma Tarihi:21-05-2023

ISSN: 2757-6000

**Tolgahan BAY**

Atatürk Üniversitesi

bytolgabay@gmail.com, ORCID: 0000-0003-3630-4973

## SEÇİM MÜZİKLERİNİN SEÇMENLERİN ALGI, MOTİVASYON VE SİYASİ TERCİHLERİ ÜZERİNDEKİ ETKİŐİ

### ÖZET

Siyasi partiler ve liderler, seçim dönemlerinde seçmenleri etkilemek ve siyasi tercihlerini yönlendirmek için birçok farklı yöntem denemektedirler. Siyasi partilerin ve liderlerin seçmenleri etkileme yöntemlerinden biri de ideolojilerini ve hedeflerini seçmenlere yansıtan seçim müzikleridir. Seçim dönemlerinde kitleleri etkilemek, yönlendirmek ve siyasi tercihlerini değiştirebilmek amacıyla seçim müziklerinden yaygın olarak yararlanmaktadırlar. Müzik insanlar üzerinde bilişsel ve duygusal olmak üzere çok yönlü bir etkiye sahiptir. Müziğin insanlar üzerindeki etkisini bilen siyasi partiler ve liderler, seçim sürecinde müziği bir propaganda aracı olarak kullanmakta ve seçim şarkılarına ciddi ölçüde bütçe ayırmaktadırlar. Bu araştırmada da 14 Mayıs 2023 seçimlerinde siyasi partiler tarafından kullanılan seçim müziklerine yönelik görüşlerinin ve algılarının, seçim müziklerinin seçmenlerin motivasyonları ve siyasi tercihleri üzerindeki etkisinin belirlenmesi amaçlanmaktadır. Nicel araştırma yöntemlerinden betimsel tarama modeli ile hazırlanan araştırmanın çalışma grubunu Türkiye’de farklı bölgelerde ve illerde ikamet eden 1044 seçmen oluşturmaktadır. Araştırmada veri toplama aracı olarak “14 Mayıs 2023 Seçim Müziklerine Yönelik Algı ve Tutum Anketi” uygulanmıştır. Araştırma kapsamında nicel verilere erişebilmek amacıyla seçmenlere Google Forms uygulaması ile hazırlanan online anket formu uygulanmıştır. Anket formu aracılığıyla ulaşılan veriler SPSS programına aktarılarak analiz edilmiştir. Araştırma sonucunda katılımcıların büyük bir çoğunluğunun herhangi bir siyasi partiye sempati duymalarına rağmen memurların siyasi partilere üye olmalarının yasaklanması nedeniyle siyasi partilere

üye olmadıkları, siyasi partilere ilişkin gelişmeleri çoğunlukla televizyon ve internet üzerinden takip ettikleri, milliyetçi ve muhafazakar ideolojiye sahip Adalet ve Kalkınma Partisi ve Milliyetçi Hareket Partisi gibi siyasi partiler tarafından kullanılan seçim müziklerini daha fazla beğendikleri ve marş, eğlence ve halk müziği türündeki seçim şarkılarını daha fazla benimsedikleri belirlenmiştir. Araştırmada ayrıca seçmenlerin seçim müziklerine yönelik algı ve tutum düzeylerinin genel olarak düşük düzeyde olduğu belirlenmiştir.

**Anahtar Kelimeler:** Seçim Müziği, Siyasi Partiler, Politika, Seçmen, Propaganda

## ABSTRACT

Political parties and leaders try many different methods to influence voters and direct their political preferences during election periods. One of the ways political parties and leaders influence voters is through election music that reflects their ideologies and goals to voters. During election periods, they make extensive use of election music in order to control and direct the masses and to change their political preferences. Music has a multifaceted effect on people, including psychological, cognitive and emotional. Political parties and leaders, who know the impact of music on people, use music as a propaganda tool during the election process and allocate a significant budget for election songs. In this study it is aimed to determine the President's statement that the election works will be carried out without music in the 14 May 2023 elections, the views and perceptions of the election music used by the political parties in this period, the effect of the election music on the motivations and political preferences of the voters. The study group of the research, which was prepared with the descriptive survey model, which is one of the quantitative research methods, consists of 1044 voters residing in different regions and provinces in Turkey. "Perception and Attitude Questionnaire Towards May 14, 2023 Election Music" was applied as a data collection tool in the research. In order to access quantitative data within the scope of the research, an online survey form prepared with the Google Forms application was applied to the voters. The data obtained through the questionnaire form were transferred to the SPSS program and analysed. As a result of the research, although the majority of the participants were sympathetic to any political party, they were not members of political parties due to constraints such as civil service and the deterioration of their relations with the individuals in their social circle, they followed the developments in political parties mostly on television and the internet, and they had a nationalist and conservative ideology, such as the Adalet ve Kalkınma Partisi and Milliyetçi Hareket Partisi. It was determined that they liked the election music used by the parties more and they adopted the anthem, entertainment and folk music genre election songs more. In the study, it was also determined that the perception and attitude levels of the voters towards the election music were generally low, and their perceptions and attitudes towards the election music did not differ significantly according to demographic variables such as gender, age, marital status and monthly income.

**Keywords:** Election Music, Political Parties, Politics, Voters, Propaganda

## GİRİŞ

Toplumsal bir varlık olan insanlar çevresinde bulunan bireyleri anlamak ve bu bireyler tarafından anlaşılma istemektedirler. İnsanlar sosyal yaşantılarında çevrelerinde bulunan insanlarla iletişim ve etkileşim kurabilecekleri birçok farklı yöntem kullanabilirler (Akçay ve Solmacı, 2020: 338). Müzik, insanların duygularını, düşüncelerini ve beklentilerini çevresindeki bireylere aktarmalarını sağlayan iletişim araçlarından biridir (Önürmen ve Temel, 2014: 50). Tarihsel süreçte bireylerin ve toplumların duygularına ve düşüncelerine tercüman olan müzik düğün, cenaze, savaş, yemek, eğlence ve şölenler gibi toplumsal etkinliklerde yaygın olarak kullanılmaktadır (İlter, 2020: 81; Karaburun ve Çakı, 2018: 91-92).

Müzik bireylerin ve toplumların duygu ve düşüncelerinin yanı sıra aynı zamanda ideolojilerini de yansıtabilen güçlü bir iletişim aracı özelliklerine de sahiptir (Yavuz ve Sezer, 2018: 29). Müzik ait olduğu toplumların ya da bireylerin duygu ve düşüncelerini aktaran ve farklı ritimlerle dinleyiciler üzerinde kalıcı etkiler oluşturan ideolojik bir söylem aracıdır. Türkiye İşçi Partisi'nin 1965 yılı seçimlerinde Tülay German'ın "Yarının şarkısı" şarkısını kullanmasıyla birlikte müzik seçim propagandalarında kullanılan güçlü bir propaganda aracı haline dönüşmüştür (Budak, 2018: 35). İnsanları psikolojik, bilişsel ve duyuşsal açıdan çok yönlü olarak etkileyen müzik, bu özelliklerini nedeniyle tarihsel süreçte kitleleri yönlendirebilmek amacıyla bir propaganda aracı olarak kullanılmıştır (ztrk, 2014: 198-199; Akçay ve Solmacı, 2020: 338). Hedef kitlelerin duygularını, düşüncelerini ve inançlarını değiştirmeye yönelik hazırlanan müzik, propaganda aracı olarak geniş kitleleri etkileyebilme gücüne sahip olabilmektedirler.

Siyasi partilerin ve liderlerin vaatlerini, düşüncelerini, ideolojilerini ve parti programlarını yansıtan seçim müziklerinin seçmenler üzerindeki etkisi şarkıyı seslendiren sanatçılar, şarkı sözleri ve kullanılan enstrümanlar, şarkı türü vb. gibi kriterlere bağlı olarak değişmekte ve ortak bir düşünce etrafında toplanan seçmen kitlesinde "biz" duygusunun oluşumuna katkı sağlayabilmektedir (Göksu, 2018: 4; ağlar, 2017: 150). Siyasi partiler ve liderler farklı dil, din, ırk ve ideolojiye sahip bireylerden oluşan toplumu bir arada tutabilmek ve toplumun her kesiminin tercihi olabilmek için yoğun bir gayret sarf etmektedirler. Seçmenlerin siyasi tercihleri siyasi partinin özellikleri, adayın özellikleri, seçmen özellikleri, ülke gündeminin özellikleri ve siyasi parti ve liderler tarafından gerçekleştirilen kampanya, propaganda ve iletişim çalışmalarının özelliklerine bağlı olarak şekillenmektedir (, 2019: 104-105). Siyasi oluşumların ideolojilerini ve vaatlerini hedef kitlelere aktaran seçim müzikleri, seçmenler üzerinde farklı etkiler ortaya çıkarabilmektedir. Seçim müzikleri, seçmenlerin siyasi tercihlerini etkilemenin yanı sıra aynı zamanda parti ve liderlerin ideolojileri, planlamaları ve çalışmaları hakkında bilgilendirilmesinde de önemli rol oynamaktadır (Budak, 2018: 36; Giray, 2018: 102). Siyasi partilerin ve liderlerin seçmenlerini aracısız olarak bilgilendirmesi ve duygusal yönden etkilemesini sağlayan seçim müzikleri, aynı zamanda parti ve liderlerin seçmenlere kendilerini sürekli hatırlatmalarını sağlamaktadır (Demir, 2022: 24; Alp, 2017: 31). Seçmenlerin algılarını yönetmeye yönelik hazırlanan seçim şarkıları sıradan müzikler olmayıp, parti ideolojilerinin, amaçlarının ve vaatlerinin akılda kalıcılığını artırıcı etkiye sahiptir (Tanyıldızı, 2012: 101).

Seçim müzikleri Türkiye'de 14 Mayıs 2023 tarihinde gerçekleştirilecek olan seçimle birlikte yeniden ülke gündeminin temel konularından birini oluşturmuştur. 6 şubat 2023 tarihinde Kahramanmaraş'ta meydana gelen 7.8 ve 7.6 şiddetlerinde meydana gelen depremlerde yaklaşık 55 bin vatandaşımız yaşamını yitirmiş ve 11 ilde birçok konutun yıkılması sonucunda yüzbinlerce insan evsiz kalmıştır. Depremin ülkede ortaya çıkardığı korku ve üzüntü ortamını nedeniyle Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan, seçimlerin 14 Mayıs 2023 tarihinde yapılacağını ve seçim çalışmalarının müziksiz yapılacağını duyurmuştur.

11 Nisan 2023 tarihinde Adalet ve Kalkınma Partisi 2023 seçimleri için Yücel Arzen tarafından bestelenen "Söyle-Kuvâ-yı Milliye", Uğur Işılak tarafından seslendirilen "Doğruya doğru", Ahmet şafak tarafından seslendirilen "Biz", Cengiz Kurdoğlu'na ait "Her şey senin için-Duyanlara duymayanlara", Uğur Işılak tarafından seslendirilen "Bu yüzyılın adı Türkiye olsun" ve "lene dek arkadayız Erdoğan" adlı marş türündeki müzikler milliyetçi ve muhafazakar ideolojiye sahip seçmenleri etkilemeyi amaçladığı düşünülmektedir. AK parti farklı müzik türlerini barındıran seçim şarkılarıyla toplumun her kesimine hitap etmeye çalışmıştır. "Biz Yürüyelim Haydi" adlı rap şarkıyla geniş seçmenlerin siyasi tercihlerini etkilemeyi amaçlamıştır. Milliyetçi Hareket Partisi 2023 seçimleri için "Aday belli karar net" ve "ağrım sana" şarkılarını; Cumhuriyet Halk Partisi "Fıkr-i hr akl-ı Kemal", "Sana söz yine baharlar gelecek", "Geliyor gelmekte olan", "Ben Kemal geliyorum", "İktidarın yolu Kılıçdaroğlu" ve "Haydi" şarkılarını; İyi Parti "Az kaldı", "Ya millet iradesi", "İyilerin şafağı", "Mutlu Türkiye için", "Türkiye tarih yazacak", "Millet bizi çağırıyor", "Bizimle mümkün", "Haydi gelin el ele" ve "Mühür sende kardeşim" şarkılarını; Büyük Birlik Partisi "Türkiye'm" ve "Büyük Birlik'e gel" şarkılarını; Türkiye İşçi Partisi Sezen Aksu'nun

“Karşıyım” şarkısını ve Yeşil Sol Parti (HDP) “Dîsa Dîsa Em” ve “İşçiyiz Emekçiyiz” şarkılarını kullanmışlardır. Türkiye’de siyasi parti ve liderler tarafından seçim kampanyalarında kullanılan seçim müziklerini ele alan birçok araştırma bulunmaktadır. Öztürk (2014) seçim müziklerini siyasal ikna aracı olarak ele aldığı araştırmasında Türk toplumunda kalıcı etki oluşturan seçim müziklerini incelemiştir. Nitel araştırma türündeki bu çalışmada seçim müziklerine ilişkin literatürde yer alan makale, kitap, tez çalışmaları ve gazete arşivleri incelenmiştir. Araştırmada ayrıca dönemin siyasi partileri tarafından propaganda amaçlı kullanılan şarkı, marş, video vb. gibi içerikler kullanılan söylemler açısından değerlendirilmiştir. Araştırma sonucunda seçim müziklerinin dilinin birçok alanda olduğu gibi siyasi parti ideolojilerine göre farklılaştığı, sağ partilerin çoğunlukla tek lider anlayışını vurgularken, sol partilerin ise daha çok halk ve ideoloji kavramlarını vurguladıkları belirlenmiştir. Araştırmada ulaşılan bir diğer önemli sonuç da siyasi partilerin seçim müziklerinin popüler kültür öncesi ve popüler kültür sonrası önemli düzeyde farklılık göstermesidir. Kızılkaya (2021) araştırmasında seçim müziklerinin seçmen üzerindeki ikna edici etkisini incelemiştir. Nitel araştırma türünde olan bu çalışmada 1965-1995 yılları arasında siyasi partiler tarafından kullanılan seçim şarkıları söylemleri ve mesajları açısından incelenmiştir. Araştırma sonucunda Avrupa ve Amerika’da uygulanan seçim müziği uygulamasının Türkiye’de de seçim dönemlerinde propaganda aracı olarak kullanıldığı, siyasi parti ve liderlerin seçim müzikleriyle seçmenlerin siyasi tercihlerini etkilemeyi amaçladıkları, popüler kültür ile birlikte seçim müziklerinin de değişim geçirdiği ve seçim müziklerinin en önemli hedef kitlesini kararsız seçmenler oluşturduğu belirlenmiştir. Recepoğlu (2019) araştırmasında müziğin ideoloji aktarma rolünü 2015 seçimlerinde AK Parti ve HDP seçim çalışmaları üzerinden değerlendirmiştir. Nitel araştırma yöntemlerinden söylem analizinin kullanıldığı araştırma sonucunda AK Parti tarafından kullanılan müziklerde muhafazakâr demokrat ve milliyetçilik ideolojilerinin aktarıldığı, HDP tarafından kullanılan seçim müziklerinde ise Kürt milliyetçiliği ideolojisinin yansıtıldığı belirlenmiştir. Sipahioğlu (2020) araştırmasında 2019 yerel seçimlerinde AK Parti tarafından kullanılan seçim müzikleri üzerinden seçim müziklerinin siyasal iletişim sürecindeki etkisini incelemiştir. Araştırma sonucunda AK Parti’nin kullandığı seçim müziklerinin Türk milletiyle özdeşleştiği bununla birlikte milliyetçilik ve İslamcılık ideolojilerini yansıttığı belirlenmiştir.

Seçim müziklerine ilişkin literatürde yer alan araştırmalar genel olarak incelendiğinde büyük çoğunluğunda nitel araştırma yöntemlerinin kullanıldığı ve bu bağlamda mevcut makale, tez ve bildiri çalışmalarının değerlendirildiği veya bu çalışmalarda şarkı sözlerinin söylem analizi ile analiz edildiği tespit edilmiş fakat seçim müziklerine yönelik seçmenlerin algı ve tutumlarını ve seçim müziklerinin seçmenler üzerindeki etkisini belirlemeye yönelik mülakat ya da anketlerle seçmen görüşlerinin belirlendiği araştırmalara rastlanmamıştır. Bu çalışmada da seçmenlerin 14 Mayıs 2023 seçimlerinde siyasi partilerin kullandıkları seçim müziklerine yönelik algıları ve tutumlarının ve bu müziklerin seçmenlerin siyasi tercihleri üzerindeki etkilerinin belirlenmesi amaçlanmaktadır.

## ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

Bu çalışmada nicel araştırma yöntemlerinden tarama modeli kullanılmıştır. Sayısal yöntem olarak da adlandırılan nicel yöntem, ölçümler ve gözlemler sonucunda ulaşılan verilere dayalı, tekrarlanabilen objektif araştırma yöntemidir. Deneysel ve deneysel olmayan araştırmalarda kullanılan nicel yöntem herhangi bir olay, olgu ya da duruma yönelik yapılan ölçüm ve gözlemler sonucunda ulaşılan verilerin sayısal verilerle açıklanmasını amaçlamaktadır (Erişti vd., 2013: 9).

## ARAŞTIRMANIN MODELİ

14 Mayıs 2023 tarihinde gerçekleştirilecek seçimlere ilişkin siyasi partilerin kullandıkları seçim müziklerine ilişkin seçmenlerin algılarını, tutumlarını ve seçim müziklerinin seçmenlerin siyasi tercihleri üzerindeki etkisini belirlemeyi amaçlayan bu araştırmanın hazırlanmasında betimsel tarama modeli kullanılmıştır. Bireylerin ya da grupların belli bir olay ya da duruma yönelik görüşlerinin ve tutumlarının,

araştırımcı tarafından herhangi bir m¼dahalede bulunulmaksızın olduğu şekliyle aktarılması betimsel tarama modeli olarak tanımlanmaktadır (Karakaya, 2012: 59; Karasar, 2011: 103).

### ÇALIşMA GRUBU

Araştırmanın alışma grubunu 2023 yılı Nisan ayında T¼rkiye'nin farklı illerinde yaşayan ve araştırmaya g¼n¼ll¼ olarak katılan 1044 seçmen oluşturmaktadır. Amaçlı ¼rneklemeye y¼ntemiyle belirlenen çalışma grubunu, 14 Mayıs 2023 tarihinde oy kullanan bireyler oluşturmaktadır. Araştırmanın alışma grubunun demografik ¼zelliklerine ilişkin bulgular Tablo 1'de verilmiştir.

**Tablo 1- Araştırmanın alışma grubunun demografik ¼zelliklerine ilişkin bulgular**

		Sayı (n)	Y¼zde (%)
Cinsiyet	Kadın	355	34,1
	Erkek	689	65,9
	Toplam	1044	100,0
Yaşınız	18-25 yaş	140	13,4
	26-35 yaş	425	40,8
	36-45 yaş	316	30,3
	46-50 yaş	85	8,2
	51 yaş ve ¼zeri	76	7,3
	Toplam	1042	100,0
Medeni durumunuz	Evli	716	68,9
	Bekar	323	31,1
	Toplam	1039	100,0
Yaşamlarının b¼y¼k bir b¼l¼m¼n¼ geçirdikleri yer	İl merkezi	878	84,3
	İlçe merkezi	113	10,9
	K¼y	50	4,8
	Toplam	1041	100,0
Mesleğiniz	¼ėrenci	116	11,1
	Memur	638	61,3
	Esnaf	37	3,5
	Serbest Meslek	21	2,0
	Ev hanımı	32	3,1
	alışmıyorum	17	1,6
	iftilik-Hayvancılık	8	0,8
	¼zel Sekt¼r	110	10,5
	Diğer	64	6,1
Aylık geliriniz	5000 TL ve altı	112	10,9
	5001-8500 TL	49	4,8
	8501-10000 TL	80	7,8
	10001-15000 TL	192	18,6
	15000 TL ve ¼zeri	597	58

Tablo 1 incelendiğinde katılımcıların %65,9'unun erkek, %34,1'inin kadın; %40,8'inin 26-35 ya, %30,3'¼n¼n 36-45 yaş, %13,4'¼n¼n 18-25 yaş, %8,2'sinin 46-50 yaş ve %7,3'¼n¼n de 51 yaş ve ¼zeri yaş aralığında; %68,9'unun evli, %31,1'inin bekar; %84,3'¼n¼n il merkezinde, %10,9'unun ile merkezinde ve %4,8'inin de k¼ylerde; %61,3'¼n¼n memur, %11,1'inin ¼ėrenci, %10,5'inin ¼zel sekt¼r, %3,5'inin

esnaf, %3,1'inin ev hanımı, %2,0'sinin serbest meslek, %1,6'sının çalışmadığı, %0,8'inin çiftçilik-hayvancılık ve %6,1'inin de diğer meslek gruplarında; %18,6'sının 10.001-15.000 TL, %10,9'unun 5.000 TL ve altı, %7,8'inin 8.501-10.000 TL ve %4,8'inin ise 5.001-8.500 TL aylık gelire sahip oldukları gör¼lmektedir.

## VERİ TOPLAMA ARAÇLARI

Araştırmada veri toplama aracı olarak araştırmacı tarafından geliştirilen “14 Mayıs 2023 Seçim M¼ziklerine Yönelik Algı ve Tutum Anketi” kullanılmıştır. Anket formu hazırlanırken seçim m¼ziklerine ilişkin literat¼r taranmış ve anket formu taslağı oluşturulmuştur. Taslak anket formu Fırat Üniversitesi Devlet Konservat¼varı'nda görev yapan üç akademisyene ve Milli Eğitim Bakanlığı'na bağlı okullarda görev yapan beş m¼zik öğretmenine uygulanmıştır. Uzman görüşleri alındıktan sonra gerekli düzenlemeler yapılarak anket formu son halini almıştır. Anket formunun ilk bölümünde katılımcıların demografik özelliklerini belirlemeye yönelik kişisel bilgi formuna yer verilmiştir. Kişisel bilgi formunda araştırmaya katılan seçmenlerin cinsiyet, yaş, medeni durum, yaşadıkları yer, meslek ve aylık gelir bilgilerini belirlemeye yönelik altı soru yer almaktadır. Bu bölümde ayrıca katılımcıların siyasi partilere yönelik algı ve tutumlarını belirlemeye yönelik beş soruya ve katılımcıların seçim kampanyalarında kullanılan m¼ziklere yönelik genel düşüncelerini belirlemeye yönelik dokuz soruya yer verilmiştir. Anket formunun ikinci bölümünde katılımcıların seçim m¼ziklerine yönelik algı ve tutumlarını ve seçim m¼ziklerinin siyasi tercihleri üzerindeki etkisini belirlemeye yönelik “öğrenme, etkilenme ve sosyalleşme” olmak üzere üç farklı temada beşli likert tipinde on sekiz soruya yer verilmiştir. Katılımcılar bu bölümde yer alan sorulara yönelik görüşlerini “Kesinlikle katılıyorum, katılıyorum, kısmen katılıyorum, katılmıyorum ve kesinlikle katılmıyorum” düzeyinde beş farklı düzeyde belirtmişlerdir. İkinci bölümde yer alan 1, 3, 4, 5, 6 ve 7. sorular olmak üzere altı soru “öğrenme”; 2, 8, 9, 10, 11, 12, 13 ve 18. sorular olmak üzere sekiz soru “etkilenme” ve 14, 15, 16 ve 17. sorular olmak üzere dört soru “sosyalleşme” boyutunu oluşturmuştur. Ölçme aracının güvenilirlik düzeyi tabakalı alfa form¼lü ile hesaplanmış ve yapılan hesaplama sonucunda Cronbach alpha güvenilirlik katsayısının .982 olduğu belirlenmiştir. Araştırmada ayrıca anket formuna yönelik KMO ve Bartlett testi sonuçları hesaplanmış ve KMO değerinin .986, Bartlett değerinin ise 3966,482 p=.000 olduğu belirlenmiştir. Anket formunun geçerlik ve güvenilirlik düzeyine yönelik yapılan test sonuçları genel olarak değerlendirildiğinde kullanılan ölçme aracının semenlerin seçim m¼ziklerine yönelik algı ve tutumlarının belirlenebilmesi açısından uygun olduğunu göstermektedir.

## ARAşTIRMA S¼RECİ

Araştırma kapsamında 14 Mayıs 2023 seçimlerinde oy kullanacak seçmenlere “14 Mayıs 2023 Seçim M¼ziklerine Yönelik Algı ve Tutum Anketi” uygulanmıştır. Anket formu seçmenlere uygulanmadan Fırat Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimleri Araştırmaları Etik Kurulu'na başvurularak önce araştırmanın ve ölçme aracının etik kurallara uygun olduğu onayı alınmıştır. Google Forms uygulaması üzerinden hazırlanan anket formu 14 Mayıs 2023 tarihinde oy kullanan seçmenlere online olarak uygulanmıştır. Seçmenler araştırmaya katılımlarını gönüll¼ olduğu, araştırma kapsamında ulaşılacak bilgilerin bilimsel çalışma dışında herhangi bir amaçla kullanılmayacağı, katılımcıların kişisel ya da kurumsal bilgilerinin istenmediği, soruları cevaplarırken düşüncelerinin yanı sıra günümüzdeki mevcut şartları değerlendirmelerinin araştırmanın geçerlilik ve güvenilirliği açısından önemli olduğu konusunda bilgilendirilmiştir. Çevrimiçi anket formuna ilişkin bağlantı adresi WhatsApp uygulaması üzerinden katılımcılara iletilmiş ve bu doğrultuda 1044 seçmen araştırmaya katılmıştır. Katılımcılar ankette yer alan soruları cevaplamadan önce araştırmanın amacı hakkında bilgilendirilmiş ve araştırmacının iletişim bilgilerine yer verilerek, ihtiyaç duyulması halinde katılımcıların araştırmacıyla iletişim kurabilmeleri sağlanmıştır. Araştırmaya ilişkin veriler 15 Nisan-1 Mayıs 2023 tarihleri arasında toplanmıştır.

## VERİLERİN ANALİZİ

Araştırma kapsamında kullanılan anket formundan elde edilen verilerin analizi Atatürk Üniversitesi tarafından lisanslı olarak erişimi sağlanan SPSS paket programı ile gerçekleştirilmiştir. Anket formunda katılımcıların demografik özelliklerine ve seçim müziklerine ilişkin genel düşüncelerine yönelik soruların analizinde frekans ve yüzde değerleri belirlenirken, seçim müziklerine ilişkin algı ve tutumları ve seçim müziklerinin siyasi tercihlerine etkisine yönelik görüşlerine yönelik soruların analizinde aritmetik ortalama, standart sapma gibi tanımlayıcı istatistik analizleri kullanılmıştır.

## BULGULAR

### KATILIMCILARIN SİYASETE YÖNELİK GENEL DÜŞÜNCELERİNE YÖNELİK BULGULAR

Katılımcıların siyasete yönelik genel düşüncelerine ilişkin bulgulara bu bölümde yer verilmiştir. Katılımcıların herhangi bir siyasi partiye üye olma durumlarına ilişkin görüşleri Tablo 2’de verilmiştir.

**Tablo 2- Katılımcıların siyasi partilere yönelik görüşlerine ilişkin bulgular**

		Sayı (n)	Yüzde (%)
Herhangi bir siyasi partiye üyeliğiniz var mı?	Evet	60	5,7
	Hayır	984	94,3
	Toplam	1044	100,0
Sempati duyduğunuz bir siyasi parti var mı?	Evet	506	48,5
	Hayır	538	51,5
	Toplam	1044	100,0

Tablo 2 incelendiğinde araştırmaya katılan bireylerin %94,3’ünün herhangi bir siyasi partiye üyeliğinin bulunmadığını %5,7’sinin de siyasi parti üyeliğinin bulunduğunu ifade ettiği görülmektedir. Araştırmaya katılan bireylerin büyük çoğunluğunun memur olmalarının ve devlet memurları kanunu çerçevesinde memurların siyasi partilere üye olmasının yasaklanmasının araştırmada ulaşılan bu bulgu üzerinde etkili olduğu söylenebilir.

Tablo 2 incelendiğinde araştırmaya katılan bireylerin %51,5’inin herhangi bir siyasi partiye sempati duymadıklarını, %48,5’inin de herhangi bir siyasi partiye sempati duyduklarını ifade ettikleri görülmektedir.

### KATILIMCILARIN SOSYAL MEDYA KULLANIMLARINA İLİŞKİN BULGULAR

Katılımcıların sosyal medyayı kullanma durumları ve kullanma amaçlarına ilişkin bulgular Tablo 3’te verilmiştir.

**Tablo 3- Katılımcıların sosyal medya kullanımlarına ilişkin bulgular**

		Sayı (n)	Yüzde (%)
Sosyal medyayı aktif olarak kullanır mısınız?	Evet	803	76,9
	Hayır	241	23,1
	Toplam	1044	100,0
	Siyasi partilerin resmi internet sayfalarını takip ediyorum	140	13,6

Siyasi partilerin faaliyetlerini ve kampanyalarını nasıl takip edersiniz? (Birden fazla seçenek işaretleyebilirsiniz)	Sosyal medya hesaplarını takip ediyorum	426	41,4
	TV'den takip ediyorum.	694	67,4
	Dijital ve basılı gazetelerden takip ediyorum.	244	23,7
	Afiş, broşür vb. materyallerden takip ediyorum.	116	11,3
	İnternet üzerinden yayın yapan kanallar aracılığıyla takip ediyorum.	466	45,2
Sosyal medyadan takip ettiğiniz siyasi aktör(ler) var mı?	Evet	540	51,7
	Hayır	504	48,3
	Toplam	1044	100,0

Tablo 3 incelendiğinde katılımcıların %76,9'unun sosyal medyayı aktif olarak kullandığı, %23,1'inin de sosyal medyayı kullanmadıkları görülmektedir. Bu bağlamda sosyal medyanın okuyuculara daha zengin içerikler sunmasının ve kullanıcıların içeriklere aktif olarak katılmalarına olanak sağlamasının sosyal medyayı aktif olarak kullanmalarında etkili olduğu düşünülmektedir.

Tablo 3 incelendiğinde katılımcıların %67,4'ünün siyasi partilerin faaliyetlerini ve kampanyalarını televizyondan, %45,2'sinin internet üzerinden yayın yapan kanallardan, %41,4'ünün partilerin sosyal medya hesaplarından, %23,7'sinin dijital ve basılı gazetelerden, %13,6'sının siyasi partilerin resmi internet sayfalarından ve %11,3'ünün de afiş, broşür vb. materyallerden takip ettikleri görülmektedir.

Tablo 3 incelendiğinde katılımcıların %51,7'sinin sosyal medyada takip ettikleri siyasi aktör(ler) olduğunu, %48,7'ünün de herhangi bir siyasi aktörü takip etmediğini ifade ettikleri görülmektedir. Araştırmada ulaşılan bu bulgu herhangi bir siyasi partiye sempati duymayan bireylerin, siyasi parti liderlerine ilgi duyduklarını göstermektedir.

### KATILIMCILARIN SEÇİM M¼ZİKLERİNE YÖNELİK GÖRÜŞLERİNE İLİŞKİN BULGULAR

Katılımcıların 14 Mayıs 2023 tarihinde ve önceki tarihlerde kullanılan seçim müziklerine yönelik görüşlerine ilişkin bulgular Tablo 4'de verilmiştir.

**Tablo 4- Katılımcıların cumhurbaşkanı tarafından yapılan 14 Mayıs 2023 seçimlerinin müziksiz yapılacağı açıklamasına yönelik görüşlerine ilişkin bulgular**

	Sayı (n)	Yüzde (%)
14 Mayıs 2023 seçimlerinde Cumhurbaşkanının "seçim kampanyamız müziksiz olacak" açıklamasını nasıl karşıladınız?		
Olumlu karşıladım	897	86,1
Olumsuz karşıladım	147	13,9
Toplam	1044	100,0

Tablo 4 incelendiğinde katılımcıların %86,1'inin Cumhurbaşkanı tarafından yapılan 14 Mayıs 2023 seçim kampanyalarının müziksiz yapılacağı açıklamasını olumlu karşıladıklarını, %13,9'unun da bu açıklamayı olumsuz karşıladıklarını ifade ettikleri görülmektedir. Seçim kampanyalarında kullanılan eğlenceli ve coşkulu müziklerin, insanların acılarına saygısızlık olarak değerlendirilebilmesinin araştırmada ulaşılan bu bulgu üzerinde etkili olduğu düşünülmektedir.

**Tablo 5- Katılımcıların siyasi partilerin kampanya müzikleri kullanmalarına yönelik görüşlerine ilişkin bulgular**



		Sayı (n)	Yüzde (%)
Seçim çalışmalarında siyasi partilerin kampanya müzikleri kullanmaları hakkında ne düşünüyorsunuz?	Seçim müziklerinin etkili olduğunu ve kullanılması gerektiğini düşünüyorum	654	62,7
	Seçim müziklerinin gereksiz olduğunu ve kullanılmasının zorunlu olmadığını düşünüyorum	390	37,3
	Toplam	1044	100,0
Seçim kampanyalarında müzik kullanılımasını nitelendirebilirsiniz? (Birden fazla seçenek işaretleyebilirsiniz)	Sıkıcı	279	26,9
	Eğlenceli	290	27,9
	Etkisiz	322	31,0
	Etkili	311	30,0
	Yorucu	317	30,5
	Diğer	138	13,3

Tablo 5 incelendiğinde katılımcıların %62,7'sinin seçim çalışmalarında siyasi partilerin kampanya müzikleri kullanmalarının etkili olduğunu ve kullanılması gerektiğini, %37,3'ünün de seçim müziklerinin gereksiz olduğunu ve kullanılmasının zorunlu olmadığını düşündüklerini ifade ettikleri görülmektedir.

Tablo 5 incelendiğinde katılımcıların %31,0'inin seçim kampanyalarında müzik kullanılımasını etkisiz, %30,5'inin yorucu, %30,0'unun etkili, %27,9'unun eğlenceli, %26,9'unun sıkıcı ve %13,3'ünün de "sinir bozucu, rahatsız edici, coşku verici" şeklinde farklı şekillerde nitelendirdikleri görülmektedir.

**Tablo 6- Katılımcıların siyasi partilerin siyasi oluşumlara yönelik etkisine ilişkin görüşleri**

		Sayı (n)	Yüzde (%)
Siyasi partilere ait seçim müziklerinin siyasi oluşumlara (parti, lider, milletvekili, belediye başkanı vs.) etkisine ilişkin ne düşünüyorsunuz. (Birden fazla seçenek işaretleyebilirsiniz)	Seçim müzikleri siyasal aktörü tanımamda etkili olur.	219	21,5
	Seçim müzikleri siyasal aktörlerin düşüncelerini tanımamda etkili olur.	132	13,0
	Seçim müzikleri siyasal aktörlerin projelerini tanımamda etkili olur.	104	10,2
	Seçim müzikleri seçmen olarak siyasal aktörlere yönelik güvenimin oluşmasını sağlar.	50	4,9
	Seçim müzikleri siyasi partilere/siyasi liderlere sempati duymamda etkili olur	180	17,7
	Seçim müzikleri, oy tercihlerimi etkiler.	24	2,4
	Seçim müzikleri, siyasi partilere üye olmamı etkiler.	10	1,0
	Seçim müziklerinin siyasi oluşumlara bir etkisinin olduğunu düşünmüyorum.	618	60,8

Tablo 6 incelendiğinde katılımcıların %60,8'inin seçim müziklerinin siyasi oluşumlara bir etkisinin olmadığını, %21,5'inin seçim müziklerinin siyasal aktörü tanımamda etkili olduğunu, %17,7'sinin seçim müziklerinin seçmen olarak siyasal aktörlere yönelik güveninin oluşmasını, %13,0'ünün seçim müziklerinin siyasal aktörlerin düşüncelerini tanımamamda etkili olduğunu, %10,2'sinin seçim müziklerinin siyasal aktörlerin projelerini tanımamamda etkili olduğunu, %4,9'unun seçim müziklerinin seçmen olarak siyasal aktörlere yönelik güvenlerinin oluşmasını sağladığını, %2,4'ünün seçim müziklerinin oy tercihlerini etkilediğini ve %1,0'inin de seçim müziklerinin siyasi partilere üye olmalarını etkilediğini ifade ettikleri görülmektedir.

**Tablo 7- Katılımcıların seçim müziklerini beğendikleri siyasi partilere ilişkin görüşleri**

		Sayı (n)	Yüzde (%)
Bugüne kadar yapılan seçimlerde hangi siyasi partinin kullandığı seçim müzikleri daha çok aklınızda kaldı? (Birden fazla seçenek işaretleyebilirsiniz)	AK Parti	679	68,9
	Büyük Birlik Partisi	24	2,4
	CHP	232	23,5
	HDP	32	3,2
	İYİ Parti	42	4,3
	MHP	303	30,7
	Saadet Partisi	21	2,1
	Türkiye İşçi Partisi	24	2,4
	Diğer	126	12,1

Tablo 7 incelendiğinde katılımcıların %68,9'unun AK Parti, %30,7'sinin MHP, %23,5'inin CHP, %4,3'ünün İYİ Parti, %3,2'sinin HDP, %2,4'ünün Büyük Birlik Partisi, %2,1'inin de Saadet Partisi'nin seçim şarkılarını beğendiklerini ifade ederken katılımcıların %12,1'inin de diğer partilere ait seçim müziklerini beğendiklerini ifade ettikleri görülmektedir. 3 Kasım 2002 seçimleriyle iktidarı devralan AK Parti, iktidarını 21 yıl boyunca sürdürmüş ve 14 Mayıs 2023 seçimlerinde en yüksek oy oranına sahip siyasi parti olmuştur. Milliyetçi ve muhafazakâr ideoloji ile ön plana çıkan AK Parti, yıllar içerisinde toplumun beklentilerini ve isteklerini etkili bir şekilde analiz etmiş ve toplumun tüm kesiminin beklentilerini ve ideolojisini seçim müziklerinde yansıtmıştır. Halk müziği, marş türü müzik vb. gibi birçok farklı müzik türünde seçim müzikleriyle farklı yaş, etnik köken, inanç ve ideolojiye sahip grupları etkilemeyi amaçlamıştır. 3 Kasım 2002-14 Mayıs 2023 tarihleri arasında yapılan tüm seçimlerde en yüksek oyu alan parti olmalarında, seçim müziklerinin etkili olduğu ve seçim kampanyalarında kullanılan bu müziklerin partinin ideolojileri, planları, vaatleri vb. gibi parti çalışmalarını farklı demografik özelliklere sahip seçmenlere doğru ve etkili bir şekilde aktardığı düşünülmektedir.

**Tablo 8- Katılımcıların 14 Mayıs 2023 seçimlerinde siyasi parti ve ittifakların kullandıkları seçim müziklerine ilişkin görüşleri**

		Sayı (n)	Yüzde (%)
14 Mayıs 2023 seçimlerine yönelik siyasi partilerin/ittifakların kullandıkları seçim müziklerini duydunuz mu?	Evet	367	35,6
	Hayır	663	64,4
	Toplam	1030	100,0
Dinlediyseniz/duyduysanız en çok hangi siyasi partinin/ittifakın seçim müziğini beğendiniz?	Ata İttifakı	19	2,0
	Cumhur İttifakı	227	23,9
	Emek ve Özgürlük İttifakı	7	0,7
	Millet İttifakı	132	13,9
	Memleket Partisi	9	0,9
	Sosyalist Güç Birliği İttifakı	2	0,2
	Türkiye İşçi Partisi	15	1,6
	Yeşil Sol Parti	9	0,9
	Diğer	65	7,0
	Dinlemediğim için fikrim yok	464	48,9
	TOPLAM	949	100,0

Tablo 8 incelendiğinde katılımcıların %64,42'nin 14 Mayıs 2023 seçimlerinde siyasi parti ve ittifakların kullandıkları seçim müziklerini duymadıklarını, %35,6'sının da seçim müziklerini duydıklarını; ayrıca katılımcıların %48,9'unun siyasi parti ve ittifakların seçim müziklerini dinlemediği için fikirlere sahip olmadığını, %23,9'unun Cumhur İttifakının, %13,9'unun Millet İttifakının, %2,0'sinin Ata İttifakının, %1,6'sının Türkiye İşçi Partisinin, %0,9'unun Memleket Partisinin, %0,9'unun Yeşil Sol Partinin, %0,7'sinin Emek ve Özgürlük İttifakının ve %0,2'sinin de Sosyalist Güç Birliği İttifakının kullandıkları

seçim müziklerini beğendiklerini ifade ettikleri görülürken katılımcıların %7,0'sinde hiçbir parti ve ittifakın seçim müziklerini beğenmediklerini ifade ettikleri görülmektedir. 14 Mayıs 2023 tarihinde yapılan seçimlere Türkiye'de faaliyet gösteren birçok siyasi parti ve bağımsız aday hazırlanmış ve seçim kampanyalarında kullanmak üzere birçok farklı türde seçim müziği kullanılmıştır. Siyasi partiler ve liderler seçim müziklerini sosyal medya hesaplarında, resmi internet sayfalarında, mitinglerde ve seçim araçlarıyla seçmenlerine duyurmuşlardır. Araştırmada siyasi parti ve liderlerin seçim müziklerine yönelik gerçekleştirdikleri yoğun çalışmalara rağmen seçmenlerin büyük çoğunluğunun seçim müziklerini duymadıklarını ifade ettikleri görülmektedir. Bu bağlamda seçmenlerin seçim müziklerine karşı duyarsızlaştıkları söylenebilir. Araştırmada ayrıca en fazla duyulan seçim müziklerinin Cumhuriyet İttifakı ve Millet İttifakı'na ait seçim müzikleri olduğu görülmektedir. 14 Mayıs 2023 tarihinde yapılan seçimlerde en fazla oy alan AK Parti ve Cumhurbaşkanı aday Recep Tayyip Erdoğan'ın aldığı ve en fazla duyulan seçim müziklerinin de Cumhuriyet İttifakı müzikleri olduğu göz önünde bulundurulduğunda, seçim müziklerinin seçmen kitlesi üzerinde etkili olduğu söylenebilir. Ayrıca siyasi partilerin seçim müziklerinin duyulma oranlarının, oy oranlarıyla paralel olmasının da seçim müziklerinin seçmen kitlesi üzerinde etkili olduğunun bir göstergesi olarak nitelendirilebileceği söylenebilir.

**Tablo 9- Katılımcıların siyasi partilerin kullandıkları seçim müziklerini dinledikleri platformlara ilişkin görüşleri**

		Sayı (n)	Yüzde (%)
Siyasi partilerin kampanyalarında müzikleriyle daha çok hangi mecralarda karşılaşıyorsunuz? (Birden fazla seçenek işaretleyebilirsiniz)	Sosyal medya	535	52,0
	Televizyon	445	43,2
	Radyo	75	7,3
	Seçim Araçları	501	48,7
	Mitingler	219	21,3

Tablo 9 incelendiğinde katılımcıların %52,0'sinin seçim müziklerini sosyal medya araçlarından, %48,7'sinin seçim araçlarından, %43,2'sinin televizyondan, %21,3'ünün mitinglerden ve %7,3'ünün radyodan dinlediğini ifade ettikleri görülmektedir.

**Tablo 10- Katılımcıların beğendikleri seçim müziği türlerine ilişkin görüşleri**

		Sayı (n)	Yüzde (%)
Hangi tür seçim müzikleri daha çok ilginizi çeker?	Marş türü	400	38,9
	Eğlenceli	228	22,2
	Popüler müzik	172	16,7
	Protest (bir ideolojiyi temsil eden) müzik	102	9,9
	Halk müziği	193	18,8
	Özgün müzik	147	14,3
	Hiçbir müzik türü ilgimi çekmez	220	21,4
	Diğer...	32	3,1

Tablo 10 incelendiğinde katılımcıların %38,9'unun marş türü, %22,2'sinin eğlenceli, %18,8'inin halk müziği, %16,7'sinin popüler müzik, %14,3'ünün özgün müzik, %9,9'unun protest müzik ve 3,1'inin de diğer müzik türlerini daha fazla beğendiklerini ifade ettikleri görülürken katılımcıların %21,4'ünün de hiçbir müzik türüne ait seçim müziğinin ilgisini çekmediğini ifade ettikleri görülmektedir.

#### **Katılımcıların Seçim Müziklerine Yönelik Algılarına İlişkin Bulgular**

Araştırma kapsamında katılımcıların seçim müziklerine yönelik algı ve tutumları öğrenme, etkilenme ve sosyalleşme olmak üzere üç farklı boyutta ele alınarak değerlendirilmiştir. Katılımcıların öğrenme alt boyutuna ve görüş maddelerine bulgular Tablo 11’de verilmiştir.

**Tablo 11- Katılımcıların seçim müziklerine yönelik algı ve tutum ölçeği “öğrenme” alt boyutuna ilişkin görüşleri**

	n	X	ss
Seçim müziklerinden siyasal aktörlerin ideolojileri hakkında bilgi edinirim.	1044	2,68	1,23
Seçim müziklerinden siyasal aktörlerin projeleri hakkında bilgi edinirim.	1044	2,28	1,06
Seçim müziklerinden siyasal aktörlerin rakipleri hakkında eleştirilerini öğrenirim.	1044	2,31	1,06
Seçim müziklerinden siyasal aktörlerin değişiklik, yenilik vs. hakkında bilgi edinirim.	1044	2,43	1,09
Seçim müziklerinden siyasal aktörün hedefleri hakkından bilgi edinirim.	1044	2,38	1,09
Seçim müziklerini merak ederim.	1044	2,51	1,23
<b>Öğrenme Alt Boyutu</b>	<b>1044</b>	<b>2,39</b>	<b>0,95</b>

Tablo 11’deki bulgulara göre seçmenlerin seçim müziklerine yönelik algı ve tutum ölçeği “öğrenme” alt boyutuna ilişkin aritmetik ve standart sapma değerleri incelendiğinde en yüksek aritmetik ortalama puanının “seçim müziklerinden siyasal aktörlerin ideolojileri hakkında bilgi edinirim” ( $X = 2,68$ ), “seçim müziklerini merak ederim” ( $X = 2,51$ ), “seçim müziklerinden siyasal aktörlerin değişiklik, yenilik vs. hakkında bilgi edinirim” ( $X = 2,43$ ) görüş maddelerine ait olduğu görülmektedir.

Tablo 11 incelendiğinde en düşük katılımın “seçim müziklerinden siyasal aktörün hedefleri hakkında bilgi edinirim” ( $X = 2,38$ ), “seçim müziklerinden siyasal aktörlerin rakipleri hakkında eleştirilerini öğrenirim” ( $X = 2,31$ ) ve “seçim müziklerinden siyasal aktörlerin rakipleri hakkında eleştirilerini öğrenirim” ( $X = 2,28$ ) görüş maddelerine ait olduğu görülmektedir.

14 Mayıs 2023 seçim müziklerine yönelik algı ve tutum ölçeği “öğrenme” alt boyutuna ilişkin aritmetik ortalama puanı  $X = 2,39$  olarak belirlenmiştir. Ölçek alt boyutuna ilişkin belirlenen bu değer göz önünde bulundurulduğunda seçmenlerin “öğrenme” alt boyutunda yer alan maddelerin tümüne “kısmen katılıyorum”a yakın olmakla beraber “katılmıyorum” düzeyinde cevap verdikleri görülmektedir.

Katılımcıların etkilenme alt boyutuna ve görüş maddelerine bulgular Tablo 12’de verilmiştir.

**Tablo 12- Katılımcıların seçim müziklerine yönelik algı ve tutum ölçeği “etkilenme” alt boyutuna ilişkin görüşleri**

	n	X	ss
Bir siyasal aktörün kampanyalarında müzik kullanmaması onun hakkındaki görüşlerimi olumsuz etkiler.	1044	2,13	1,03
Seçim müziklerini dinlemek isterim.	1044	2,51	1,23
Seçim müzikleri siyasal aktör ile ilgili davranışımı etkiler (oy verme, partiye üye olma vs.)	1044	2,54	1,25
Üye olduğum/sempati duyduğum siyasal aktörün kampanya müziğini dinlemek beni mutlu ve motive eder.	1044	1,95	0,99
Siyasi aktörlerin kullandıkları seçim müzikleri sempati duymadığım siyasi aktörlere yönelik sempati duymamı sağlayabilir.	1044	2,75	1,29
Seçim müzikleri türleri siyasal aktörlere karşı seçmenin sempatisini kazanmalarını sağlayabilir.	1044	2,40	1,04

Siyasal aktörlerin seçim müzikleri çalışmalarında seçmenin beklentilerini ve ilgisini göz önünde bulundurmalarının gerekli olduğunu düşünürüm.	1044	2,85	1,28
<b>Etkilenme Alt Boyutu</b>	<b>1044</b>	<b>2,41</b>	<b>0,85</b>

Tablo 12'deki bulgulara göre seçmenlerin seçim müziklerine yönelik algı ve tutum ölçeği "etkilenme" alt boyutuna ilişkin aritmetik ve standart sapma değerleri incelendiğinde en yüksek aritmetik ortalama puanının "siyasal aktörlerin seçim müzikleri çalışmalarında seçmenin beklentilerini ve ilgisini göz önünde bulundurmalarının gerekli olduğunu düşünürüm." ( $X = 2,85$ ), "siyasi aktörlerin kullandıkları seçim müzikleri sempati duymadığım siyasi aktörlere yönelik sempati duymamı sağlayabilir." ( $X = 2,75$ ), "seçim müzikleri siyasal aktör ile ilgili davranışımı etkiler (oy verme, partiye üye olma vs.)" ( $X = 2,54$ ) ve "seçim müziklerini dinlemek isterim" ( $X = 2,51$ ) görüş maddelerine ait olduğu görülmektedir.

Tablo 12 incelendiğinde en düşük katılımın "seçim müzikleri türleri siyasal aktörlere karşı seçmenin sempatisini kazanmalarını sağlayabilir" ( $X = 2,40$ ), "üye olduğum/sempati duyduğum siyasal aktörün kampanya müziğini dinlemek beni mutlu ve motive eder" ( $X = 1,95$ ) ve "bir siyasal aktörün kampanyalarında müzik kullanmaması onun hakkındaki görüşlerimi olumsuz etkiler" ( $X = 2,13$ ) görüş maddelerine ait olduğu görülmektedir.

14 Mayıs 2023 seçim müziklerine yönelik algı ve tutum ölçeği "etkilenme" alt boyutuna ilişkin aritmetik ortalama puanı  $X = 2,41$  olarak belirlenmiştir. Ölçek alt boyutuna ilişkin belirlenen bu değer göz önünde bulundurulduğunda seçmenlerin "etkilenme" alt boyutunda yer alan maddelere genel olarak "katılmıyorum" düzeyinde cevap verdikleri görülmektedir.

**Tablo 13- Katılımcıların seçim müziklerine yönelik algı ve tutum ölçeği "sosyalleşme" alt boyutuna ilişkin görüşleri**

	n	X	ss
Siyasal aktörler tarafından kullanılan seçim müzikleri hakkında çevremdekilerle konuşurum.	1044	2,40	1,10
Siyasal aktörler tarafından kullanılan seçim müziklerine ilişkin arkadaşlarımdan düşüncelerinden etkilenirim.	1044	1,99	0,94
Sempati duyduğum siyasal aktörün seçim müziklerini sosyal medya hesabımda yayınlıyorum.	1044	1,95	1,07
Sempati duymamama rağmen herhangi bir siyasal aktörün seçim müziğini beğenmem durumunda bu müziği sosyal medya hesabımda paylaşıyorum.	1044	1,75	0,92
<b>Etkilenme Alt Boyutu</b>	<b>1044</b>	<b>2,02</b>	<b>0,84</b>

Tablo 13'deki bulgulara göre seçmenlerin seçim müziklerine yönelik algı ve tutum ölçeği "sosyalleşme" alt boyutuna ilişkin aritmetik ve standart sapma değerleri incelendiğinde en yüksek aritmetik ortalama puanının "siyasal aktörler tarafından kullanılan seçim müzikleri hakkında çevremdekilerle konuşurum" ( $X = 2,40$ ) ve "siyasal aktörler tarafından kullanılan seçim müziklerine ilişkin arkadaşlarımdan düşüncelerinden etkilenirim" ( $X = 1,99$ ) görüş maddelerine ait olduğu görülmektedir.

Tablo 13 incelendiğinde en düşük katılımın "sempati duyduğum siyasal aktörün seçim müziklerini sosyal medya hesabımda yayınlıyorum" ( $X = 1,95$ ) ve "sempati duymamama rağmen herhangi bir siyasal aktörün seçim müziğini beğenmem durumunda bu müziği sosyal medya hesabımda paylaşıyorum" ( $X=1,75$ ) görüş maddelerine ait olduğu görülmektedir.

14 Mayıs 2023 seçim müziklerine yönelik algı ve tutum ölçeği "sosyalleşme" alt boyutuna ilişkin aritmetik ortalama puanı  $X = 2,02$  olarak belirlenmiştir. Ölçek alt boyutuna ilişkin belirlenen bu değer göz

önünde bulundurulduğunda seçmenlerin “etkilenme” alt boyutunda yer alan maddelere genel olarak “katılmıyorum” düzeyinde cevap verdikleri görülmektedir.

## SONUÇ

Müzik hem bir sanat alanı olarak hem de bir meta olarak insanları etkilemektedir. Müzik tarihsel süreç boyunca insanları coşturan, düşünmeye sevk eden ve duygularını farklı şekillerde etkileyen bir unsur olarak birçok farklı alanda araştırmalara konu edinilmiştir. Tarihsel süreçte kapitalizm ve siyasi müdahalelerden etkilenerek çeşitli amaçlar doğrultusunda kullanılan müzik tarihsel süreç boyunca psikoloji, tıp, eğitim, siyaset vb. gibi birçok alanda kullanılmıştır. Siyaset alanında bir ideoloji aktarma aracı olarak kullanılan müzik, günümüzde siyasi oluşumlar tarafından seçmenlerini etkilemek amacıyla yaygın olarak kullanılmaktadır. Bu araştırmada da seçmenlerin seçim müziklerine ve 14 Mayıs 2023 seçimlerinde siyasi partiler tarafından kullanılan seçim müziklerine yönelik algı ve tutumlarının belirlenmesi amaçlanmıştır. Araştırmanın bu bölümünde ulaşılan sonuçlara ve bu sonuçların literatürde yer alan araştırmalarda ulaşılan sonuçlarla karşılaştırılmasına yer verilmiştir.

Araştırmaya katılan seçmenlerin büyük çoğunluğunun 26-35 yaş aralığında ve erkek seçmenlerden oluştuğu, katılımcıların büyük bir bölümünün evli olduğu, il merkezinde yaşadıkları, memur ve 10001-15000 TL aylık gelire sahip oldukları görülmektedir. Araştırmada katılımcıların büyük bir bölümünün herhangi bir siyasi partiye sempati duydukları halde herhangi bir siyasi partiye üyeliğinin bulunmadığı belirlenmiştir. 657 sayılı Devlet Memurları Kanunu’nda memurların tarafsızlık ve devlete bağlı sorumlulukları çerçevesinde herhangi bir siyasi partiye üye olamayacakları, kanununun 125. maddesinde ise herhangi bir siyasi partiye üye olmanın cezai karşılığının memuriyetten çıkarılma cezası olduğu ifade edilmiştir. Araştırmada ulaşılan bu sonuç herhangi bir siyasi partiye üye olmayan bireylerin büyük bir bölümünün siyasi partilere ilgi duyduğunu ancak memurların siyasi partilere üye olma yasağının sempati duydukları partilere üye olmamalarında etkili olduğu düşünülmektedir.

Araştırma sonucunda seçmenlerin büyük çoğunluğunun sosyal medyayı aktif olarak kullandıkları belirlenmiştir. Araştırmada ulaşılan bir diğer sonuç katılımcıların büyük bir bölümünün siyasi aktör(ler)i sosyal medya hesaplarından takip etmeleridir. Bu sonuç herhangi bir siyasi partiye sempati duymayan bireylerin, siyasi parti liderlerine ilgi duyduklarını göstermektedir. Seçmenler parti politikalarını benimsememelerine rağmen, siyasi parti liderlerine sempati duyabilmektedirler. Bu durum bireylerin siyasi partileri takip etmemelerine rağmen yalnızca siyasi parti liderlerini takip etmelerinde etkili olmaktadır. İnternet ve GSM teknolojilerinde yaşanan gelişmelerle birlikte zaman ve mekân kısıtlaması olmaksızın insanlar birçok alanda bilgiye erişebilmektedirler. Günümüzde sosyal medya kullanımının gençler başta olmak üzere toplumun birçok kesimi tarafından aktif olarak kullanılması ve TV, gazete, dergi vb. gibi geleneksel medya araçlarında yer veril(e)meyen içeriklere sosyal medya aracılığıyla hızlı ve kolay bir şekilde erişilebilmesi bireylerin sosyal medya kullanımını artırmıştır. Geleneksel medya araçlarında izleyici/okuyucu haber içeriklerini yalnızca izlemeyerek/okuyarak pasif konumda iken, sosyal medya bireylerin içerikleri izlemelerine/okumalarına, aynı zamanda içeriklere ilişkin düşüncelerini ifade edebilmelerine ve kendi içeriklerini oluşturabilmelerine olanak sağlayarak aktif bir konuma getirmektedir. Sosyal medyanın okuyuculara daha zengin içerikler sunmasının ve kullanıcıların içeriklere aktif olarak katılmalarına olanak sağlamanın sosyal medyayı aktif olarak kullanmalarında etkili olduğu düşünülmektedir. Araştırmada ayrıca katılımcıların siyasi faaliyetlerini çoğunlukla televizyon, internet kanallarından, sosyal medyadan ve dijital/basılı gazetelerden öğrendikleri sonucunda ulaşılmıştır. İnternet teknolojilerinde yaşanan gelişmelerle birlikte internet maliyetlerinin azalması ve GSM şirketleri tarafından kullanıcılarına yönelik uygun fiyatlı internet paketleri sunmaları Türkiye’de internet kullanım oranlarının artmasını sağlamıştır.

Kahramanmaraş depremi sonrasında Cumhurbaşkanının 14 Mayıs 2023 seçim kampanyalarının müziksiz yapılacağını oluşturmuş ve bu durum seçmenler üzerinde farklı etkiler ortaya çıkarmıştır. Araştırma sonucunda 14 Mayıs seçim kampanyalarında müzik kullanılmayacağı açıklamasını seçmenlerin büyük bir bölümünün olumlu karşıladığı belirlenmiştir. Türkiye’de 6 Şubat 2023 tarihinde yaşanan depremde yaklaşık 55 bin vatandaşımız yaşamını yitirmiş ve binlerce konutun hasar almasına ya da yıkılmasına bağlı olarak yüzbinlerce insan evsiz kalmıştır. Deprem, toplumun tüm kesimini derinden etkilemiş ve derin bir üzüntü ortaya çıkarmıştır.

Araştırma sonucunda seçmenlerin genellikle seçim müziklerinin etkili olduğunu ve kullanılması gerektiğini düşündükleri belirlenmiştir. Siyasi partilerin ideolojilerini yansıtan seçim müzikleri, seçmenlerini etkileyerek ve seçmenlerinin coşkusunu seçim tarihine kadar sürdürmelerini sağlamaktadır. Bu açıdan seçmenlerin, seçim müziklerini inandıkları ideolojilerin halka duyurulmasını sağlayan bir araç olduğunu düşünmelerinin araştırmada ulaşılan bu bulgu üzerinde etkili olduğu düşünülmektedir. Araştırmada ulaşılan bir diğer sonuç da katılımcıların büyük çoğunluğunun seçim müziklerini etkisiz, yorucu ve sıkıcı bulmalarıdır. Araştırma sonucunda ayrıca seçmenlerin büyük çoğunluğunun seçim müziklerinin siyasal aktörü tanınmalarında ve siyasi partilere/liderlere sempati duymalarında etkili olduğunu ifade ettikleri görülmektedir. Siyasi partiler belli bir ideolojiye sahip olup, bu ideolojilerini TV programları, broşür, miting vb. gibi seçim çalışmalarında sıklıkla dile getirerek seçmenlerini etkilemeye çalışmaktadırlar. Araştırmalar müziğin insan psikolojisi ve siyaset üzerinde etkili olduğunu belirlemiş ve bu durum siyasi partilerin ideolojilerini seçmenlere aktarmada müziği kullanmalarında etkili olmuştur. Seçmenlerin siyasi tercihleri üzerinde etkili olan en önemli unsur ideoloji olup, seçmenlerin birçoğu kendi ideolojilerine sahip siyasi partileri desteklemektedirler. Seçmenlerin genellikle marş türü ve eğlenceli müzikleri beğendikleri, en az ise protest (bir ideolojiyi temsil eden) müzik ve özgün müzik türündeki seçim müziklerini beğendikleri belirlenmiştir. Bu bağlamda seçim propagandalarında kullanılan seçim müziklerinin insanları eğlendirme ve siyasi coşkularını artırma yönünde etkili olduğu, seçim araçlarıyla yüksek sesle günün farklı saatlerinde çalınmasının insanlarda rahatsızlık ve yorgunluk duygusunun ortaya çıkmasına neden olduğu söylenebilir. Bu durumun araştırmada ulaşılan bu bulgu üzerinde etkili olduğu düşünülmektedir. Ayrıca araştırma sonucunda seçmenler tarafından en fazla beğenilen seçim müziklerinin AK Parti ve MHP gibi milliyetçi muhafazakâr ideolojiye sahip partiler tarafından kullanılan müzikler ile Atatürk tarafından kurulan CHP tarafından kullanılan müzikler olduğu görülmektedir. Seçmenlerin büyük bir bölümünün 14 Mayıs 2023 seçimlerine yönelik siyasi partilerin kullandıkları seçim müziklerini duymadıkları, buna bağlı olarak seçmenlerin büyük bir bölümünün seçim müziklerine yönelik herhangi bir fikrinin olmadığını; seçimi dinleyen seçmenler tarafından en fazla beğenilen seçim müziklerinin de Cumhur İttifakı ve Millet İttifakına ait müzikler olduğu belirlenmiştir. AK Parti milliyetçi muhafazakâr ideolojiye sahip olup, seçim müziklerinde de genellikle milliyetçi muhafazakâr ideolojiyi yansıtmıştır. 3 Kasım 2002 seçimleriyle iktidarı devralan AK Parti, iktidarını 21 yıl boyunca sürdürmüş ve 14 Mayıs 2023 seçimlerinde en yüksek oy oranına sahip siyasi parti olmuştur. Milliyetçi ve muhafazakâr ideoloji ile ön plana çıkan AK Parti, yıllar içerisinde toplumun beklentilerini ve isteklerini etkili bir şekilde analiz etmiş ve toplumun tüm kesiminin beklentilerini ve ideolojisini seçim müziklerinde yansıtmıştır. Halk müziği, marş türü müzik vb. gibi birçok farklı müzik türünde seçim müzikleriyle farklı yaş, etnik köken, inanç ve ideolojiye sahip grupları etkilemeyi amaçlamıştır. 3 Kasım 2002 - 14 Mayıs 2023 tarihleri arasında yapılan tüm seçimlerde en yüksek oyu alan parti olmalarında, seçim müziklerinin etkili olduğu ve seçim kampanyalarında kullanılan bu müziklerin partinin ideolojileri, planları, vaatleri vb. gibi parti çalışmalarını farklı demografik özelliklere sahip seçmenlere doğru ve etkili bir şekilde aktardığı düşünülmektedir.

Araştırmada katılımcıların seçim müziklerine yönelik algı ve tutum ölçeği geneline ve alt boyutlarına ilişkin görüşlerinin düşük düzeyde olduğu; seçim müziklerine yönelik algı ve tutumlarının cinsiyet, yaş, medeni durum ve yaşanan yer gibi demografik özelliklerine bağlı olarak farklılık göstermediği; herhangi bir siyasi partiye sempati duyma durumlarına göre seçim müziklerine yönelik algı ve tutumlarının anlamlı düzeyde farklılaştığı, herhangi bir siyasi partiye sempati duyan seçmenlerin seçim

m¼ziklerine yönelik algı ve tutumlarının, herhangi bir siyasi partiye sempati duymayan seçmenlere oranla daha yüksek düzeyde olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

- Araştırmada seçmenlerin büyük bir bölümünün sempati duyduğu herhangi bir siyasi parti bulunmasına rağmen siyasi partilere üye olma oranının oldukça düşük düzeyde olduğu belirlenmiştir. Ülkemizde siyasi seçimlerde ülkeye ve seçildikleri bölgelere hizmet etme kabiliyeti yüksek bireylerin belirlenmesinden ziyade daha çok adaylar genellikle ideolojilerine göre değerlendirilmektedir. Bu durum arkadaşlar, akrabalar ve hatta aileler arasında fikir çatışmalarının ortaya çıkmasına neden olabilmektedir. Bu bağlamda siyasi partilerin ve liderlerin toplumu belli ideolojiler doğrultusunda ayırıtıran bir dil kullanmaktan kaçınarak, birleştirici ve kapsayıcı bir dil kullanmalarının bu sorunun çözümünde etkili olabileceği düşün¼lmektedir.
- Araştırmada seçmenlerin sosyal medya kullanım oranlarının oldukça yüksek olduğu ve siyasi gelişmeleri çoğunlukla internet, televizyon, sosyal medya ve gazetelerden öğrendikleri sonucuna ulaşılmıştır. Bu bağlamda siyasi partilerinin seçim kampanyalarında kullanacakları seçim müziklerini internet ve sosyal medya ortamlarında seçmenlere sunulmasının, seçmenlerin beklentilerinin belirlenebilmesi ve seçim müziklerine ilişkin görüşlerine yönelik geri bildirimler alınabilmesi açısından etkili olabileceği düşün¼lmektedir.
- Araştırmada seçmenlerin seçim müziklerinin seçmenler üzerinde etkili olduğunu ve seçim kampanyalarında kullanılması gerektiğini ifade etmelerine rağmen 6 Şubat 2023 tarihinde yaşanan deprem nedeniyle birçok insanın yaşamını kaybetmesine bağlı olarak 14 Mayıs 2023 seçim kampanyalarının müziksiz yapılacağını açıklaması olumlu karşılanmıştır. Cumhurbaşkanı tarafından yapılan bu açıklamaya rağmen siyasi partiler seçim kampanyalarında müzik kullanmış ve bu durum seçmenler tarafından normal karşılanmıştır. Seçim müziklerinin seçmenler tarafından bir ideoloji aktarma aracı olarak algılanmasının tepki göstermemelerinde etkili olduğu düşün¼lmektedir. Bu bağlamda siyasi partilerin seçim kampanyalarında kullanacakları seçim müziklerinin bölgenin sosyo-kültürel yapısına uygun olmasının seçmenleri ikna etmeleri açısından daha etkili olabileceği düşün¼lmektedir.
- Araştırmada seçmenlerin siyasi partiler tarafından yapılan TV programları, mitingler ve broşür çalışmalarının parti ideolojileri, vaatleri ve programları hakkında seçim müziklerine oranla daha fazla bilgi verdiğini ancak buna rağmen seçim müziklerinin kullanılması gerektiğini düşündükleri belirlenmiştir. Bu bağlamda seçim müziklerinin seçmenleri bilgilendirmekten ziyade daha çok eğlendirme yönünde etkili olduğunu göstermektedir. Bu bağlamda siyasi partilerin birlik ve beraberlik mesajları içeren seçim müziği kullanmalarının daha geniş kitlelere hitap etmelerinde etkili olacağı düşün¼lmektedir.
- Araştırmada seçmenlerin, seçim kampanyalarında kullanılan müziklerin siyasi parti ve liderleri tanımlarında etkili olduğunu, seçmenlerin en fazla AK Parti ve MHP gibi milliyetçi ve muhafazakar ideolojiye sahip partiler tarafından kullanılan seçim müziklerini daha fazla benimsedikleri belirlenmiştir. Bu bağlamda siyasi partiler tarafından toplumun inanç, kültür, örf ve geleneklerini barındıran seçim müzikleri kullanılarak, daha geniş kitleleri etkilemelerinin sağlanacağı söylenebilir.
- Araştırma kapsamında veri toplama aracı olarak anket formu kullanılmıştır. Bu bağlamda araştırmada nitel araştırma yöntemlerinden olan m¼lakat tekniğinin kullanılmasının daha farklı sonuçlara ulaşılmasında etkili olacağı düşün¼lmektedir.



## KAYNAKLAR

Akçay, ., Solmacı, C. (2020). Türkiye’de müzik ve politika ilişkisi üzerine yapılmış akademik çalışmaların incelenmesi. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 8(72), 338-348.

Alp, M. (2017). *Kitle iletişim araçlarının genç seçmenlerin siyasi tercihleri üzerindeki etkisi*. Yüksek Lisans Tezi, Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Balıkesir.

Budak, E. (2018). Siyasal iletişimde propaganda aracı olarak seçim müzikleri: 24 haziran 2018 seçimleri rneği. *Siyaset, Ekonomi ve Yönetim Araştırmaları Dergisi*, 6(5), 31-45.

ağlar, N. (2017). Yeni medyanın siyasal iletişim aracı olarak kullanımı: siyasal partilerin resmi web sitelerine yönelik bir araştırma. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*. 5(1), 149-173.

Demir, R. (2022). *Siyasal İletişimde Müzik Kullanımı: Türkiye’de Meclis’te Grubu Bulunan Siyasal Partilerin Seçim şarkılarının İncelenmesi*. Yüksek Lisans Tezi, Mardin Artuklu Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Mardin.

Bedir Erişti, S.D., Kuzu, A., Kabahkı Yurdakul, I., Akbulut, Y., Kurt, A.A. (2013). *Bilimsel Araştırma Yöntemleri*, Ankara: T.C. Anadolu Üniversitesi Yayını.

Giray, M.Z. (2018). *2000’li yıllarda Türk siyasal hayatında propaganda amaçlı müzik kullanımı, Türk siyasal hayatında propaganda müzikleri*. D. K. Doğan, and C. akı içinde, (s. 97-117). Akademisyen Kitabevi A.ř., Ankara.

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.

İlter, M.S. (2020). Siyasi kampanya çalışmalarında, siyasal reklamcılığın siyasi parti adayları ve seçmenler üzerindeki etkileri. *Yalova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 10(20), 79-96.

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

Karaburun Doğan D., akı C.(2018). *Türk Siyasal Hayatında Propaganda Müzikleri*. Akademisyen Kitapevi, İstanbul.

Kızılkaya, R. (2021). Türk siyasal hayatında bir ikna aracı: seçim müzikleri (1965-1995). *Anasay*, 5(16), 151-176.

Öç, B. (2019). 24 Haziran 2018/27. dönem seçimlerinde AK Parti'nin kullanmış olduğu mesaj stratejileri, *CİDER*, 2, 9-112.

Önürmen, O., Temel, F. (2014). Popülerleşen siyaset siyasallaşan müzik: 30 Mart 2014 yerel seçim şarkıları üzerine bir alışma. *İletişim ve Diplomasi, 2014 Yerel Seçimler*, 1, 50-64.

Öztürk, S. (2014). Siyasal ikna ve seçim müzikleri: Türkiye üzerinde bir inceleme. *İletişim ve Diplomasi Dergisi*, 2(3), 196-218.

Recepoglu, S. (2019). *M¼zik Aracılığı İle İdeolojik Söylemin Topluma Aktarılması: 1 Kasım 2015 Genel Seçimlerinde AK Parti ve HDP Seçim Şarkıları Üzerine Bir İnceleme*, Yüksek Lisans Tezi, İnönü Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Malatya.

Sipahioğlu, H. (2020). *Siyasal iletişimde şarkı kullanımı: 2019 yerel seçimlerinde Ak Parti örneği*. Yüksek Lisans Tezi, Galatasaray Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

Yavuz, C., Sezer S. (2018). Siyasi partilerin 2015 seçim çalışmalarında kullandığı propaganda müziklerinin seçmenlerin tercihini yönlendirmede rolü. *Ordu Üniversitesi Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi*, 8(1), 29-34.