

PAPER DETAILS

TITLE: SIYASAL İLETİŞİM: KAVRAMSAL BİR DERLEME

AUTHORS: Mine İNANÇ DEMİR

PAGES: 79-104

ORIGINAL PDF URL: <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/572930>



NEAR EAST UNIVERSITY

INTERNATIONAL JOURNAL of
ART, CULTURE & COMMUNICATION

Cilt/Volume: I, Sayı/Issue: 1

Kasım 2018

SİYASAL İLETİŞİM: KAVRAMSAL BİR DERLEME

Political Communication: A Conceptual Compilation

Geliş Tarihi/Received: 08.05.2018

Kabul Tarihi/Accepted: 03.11.2018

Mine İnanç DEMİR*

Abstract

The concept of political communication, which is formed by the combination of the disciplines of politics and communication, became an integral part of the world of politics immediately after the Second World War in the USA and was first observed in Turkey in the 1980s as it became more open to the outside world. Particularly in relation to election periods, which are indispensable components of the democratic process, people have discussed the effects of political communication on voters' preferences. During these periods of political campaign and propaganda, voters' political opinions and preferences affected by and aims to promote sustainability of these effects. The aim of this work is to understand the concept of political communication and the historical development of this concept around the world and in Turkey. Firstly, in this context, the concept of politics and communications are defined and afterwards, the different perspectives of this concept will be discussed. The study ends with different examples from around the world and Turkey.

Keywords: Politics, communication, political communication, political propaganda.

* Ege Üniversitesi, İletişim Araştırmaları Anabilim Dalı Doktora Öğrencisi, Öğr. Gör. İzmir.
minancdemir@gmail.com

Öz

Siyaset ve iletişim disiplinlerinin birleşiminden ortaya çıkan siyasal iletişim kavramı, dünyada ikinci dünya savaşı sonrasında, Türkiye’de ise 1980’li yıllarda dışa açılmayla birlikte önem kazanmaya başlamış, giderek siyaset dünyasının ayrılmaz bir parçası haline gelmiştir. Özellikle demokrasinin vazgeçilmez unsuru olan seçim dönemlerinde kendisinden ağırlıkla söz ettiren ve seçmenin oy tercihlerinde belirleyici olmak adına kampanya ve propagandalarla desteklenen siyasal iletişim, seçmenin siyasal kanaat ve tercihlerine etkili olmayı ve bunun sürdürülebilirliğini amaçlamaktadır. Bu çalışmanın amacı da, siyasal iletişim kavramlarını ve unsurlarını ele alarak bu kavramın dünyada ve Türkiye’de tarihsel gelişimini incelemektir. Bu kapsamda öncelikle siyaset ve iletişim kavramlarının tanımı yapılmakta, sonrasında siyasal iletişim olgusuna yönelik farklı bakış açılarına yer verilmektedir. Çalışma, dünyadan ve Türkiye’den verilen örneklerle sona ermektedir.

Anahtar kelimeler: Siyaset, iletişim, siyasal iletişim, siyasal kampanya, siyasal propaganda.

Giriş

Özellikle seçim dönemlerinde siyasal kampanyalar sırasında yoğun bir biçimde karşımıza çıkan siyasal iletişim kavramını dar anlamda; “siyasal süreçlerle iletişim süreçleri arasındaki ilişkileri ele alan araştırmalardan oluşan disiplinler arası bir akademik alan” olarak tanımlanmaktadır (Mutlu, 2004: 199). Daha geniş anlamda ise; “siyasal aktörlerin belli ideolojik amaçlarını, politikalarını belli gruplara, kitlelere, ülkelere ya da bloklara kabul ettirmek ve gerektiğinde eyleme dönüştürmek, uygulamaya koymak üzere çeşitli iletişim tür ve tekniklerini kullanmaları” şeklinde ele alınmaktadır (Aziz, 2013: 3).

Siyasi partiler özellikle kampanya dönemlerinde siyasal iletişim çalışmalarını profesyonel bir anlayışla yürütmek istemektedir. Bu kampanyalarda özellikle, reklam ajansları, araştırma şirketleri, medya ile ilişkilerde uzman basın danışmanları gibi profesyonel unsurlar yer almaktadır (Uztuğ, 1999: 14). Bu tür kampanyaların amacı, iletişim araçları aracılığıyla oy verecek olan seçmenleri partiler ya da adaylar hakkında bilgilendirmek, parti ve adaylar hakkında olumlu i maj yaratarak, o parti ya da adaya oy verilmesini

sağlamaktır.

Demokrasinin vazgeçilmez unsuru olan seçimler, siyasal iletişim çalışmalarının en yoğun biçimde yürütüldüğü dönemlerdir. Halkın desteğinin kazanılması ve sürdürülebilmesi etkili ve sistemli bir iletişim ile ancak mümkündür. Siyasal kampanyalar, halkın oy verme davranışındaki en önemli nedenler göz önünde tutularak planlanmaktadır. Seçim kampanyaları da bu görüşlerden yararlanarak ele alınmaktadır. Bu çalışmanın amacı da, siyasal iletişim kavramlarını ve unsurlarını ele alarak bu kavramın dünyada ve Türkiye’de tarihsel gelişimini incelemektir.

SİYASET

Siyaset sözcüğü farklı kültürlerde farklı anlamlarda kullanılmaktadır. Örneğin; Arapça dilinde siyaset, “at eğitimi” anlamına gelmektedir. Batı dillerindeki karşılığı ise, Yunanca kökenli “politika” sözcüğüdür. “Polis”, Yunanca dilinde kent devletlerine verilen genel isimdir ve devlete ait işler anlamına gelmektedir. Kışlalı (2010: 17-19), siyaset bilimini siyasal otorite ile ilgili kurumların, bu kurumların ortaya çıkmasında ve çalışmasında rol oynayan davranışların bilimi olarak tanımlamaktadır. At bakıcısı anlamında seyis kelimesiyle aynı kökten gelen siyaset kelimesi, Daver’e göre (2003), Osmanlı döneminde devlet yönetimiyle ilgili faaliyetlerin yanı sıra devlete karşı işlenen ve kamu düzenini bozmaya yönelik işlenen suçlara verilen cezaları da kapsamaktadır.

Siyaset, insanların yaşamlarını düzene sokan, bununla ilgili genel kuralları koyan ve bu kuralları hem koruyan hem de yeri geldiğinde değiştiren faaliyetlerin tümü olarak algılanabilir. Siyaset, devlet çatısı etrafında toplanan sosyal bir örgütlenme biçimi olarak bakanlar kurulu, devlet daireleri meclis ve pek çok devlet organı tarafından şekillenmektedir. Ayrıca, bu devlet çatısının dışında da o toplumda var olan siyasal partiler ve siyasal aktörler tarafından da gerçekleştirilen iktidara yönelik faaliyetlerin bütünüdür. Bu nedenle, siyaset kavramının temellerini iktidara yönelik faaliyetler oluşturmaktadır. İktidar kavramının olduğu her yerde siyasetten söz edilebilir. Siyasi iktidarın odak noktasında bir tarafta toplumu yönetenler yani hükümet edenler varken, diğer tarafta da siyasal aktörler tarafından yürütülen siyasi faaliyetler ve halk bulunmaktadır. Bu iki taraf sürekli olarak birbiriyle siyasi anlamda iletişim halindedirler.

Siyasi bilimciler, siyaset kavramına üç değişik açıdan yaklaşmaktadır. Birincisi, siyaseti toplumu yönetme sanatı olarak gören uzlaşmacı görüşlerdir. Bu görüşe göre, siyaset farklı çıkar gruplarını uzlaştırarak gelirleri ve serveti hakkaniyet ölçüleri içinde paylaşmak olarak gören görüşlerdir. İkinci görüş, siyaseti aynı toplum içinde yaşayan insanların iktidarı ele geçirmek için mücadele ve kavga etme yöntemi olarak gören görüştür. Üçüncüsü ise, aslında iktidar mücadelesinin bir toplumda siyasi aktörlerin kendi aralarında yürüttükleri bir iktidar mücadelesi olduğunu belirten görüştür. Aşağıda bu üç farklı görüş ayrıntılı olarak ele alınmaktadır.

Tablo 1, siyaset kavramının tanımını farklı açılardan ele almaktadır. Toplumu yönetme sanatı olarak bakıldığında siyaset, toplumsal ilişkilerin kurulmasındaki önemine vurgu yaparak toplumu yönetme ya da topluma düzen verme süreci olarak işlem görmektedir. İnsanlararası mücadele sanatı olarak siyaset, toplum içinde kendi kurallarını ya da pratiklerini benimsetmek adına iktidar olmak için gruplar arasında yaşanan çatışma şeklinde görülmektedir. Son olarak, siyasal aktörler arasında bir mücadele aracı olarak siyaset ise, gücün ya da değerlerin otoriteye bağlı olarak paylaşılmasını öngörmektedir.

Tablo 1. Siyaset tanımına farklı yaklaşımlar

No	Yazar adı	Tanım	Biçimi
1	Kışlalı, 2010	Siyasal otorite ile ilgili kurumların, bu kurumların ortaya çıkmasında ve çalışmasında rol oynayan davranışların bilimidir.	Genel Tanım
2	Kongar, 2010	Toplumu yönetme sanatıdır.	Toplumu Yönetme Sanatı Olarak Siyaset
3	Öztekin, 2000	Toplumsal birliği, bütünlüğü sağlamak, özel çıkarlar yerine genel çıkarları gerçekleştirerek toplumun iyiliğini düşündürmektir	
5	Merkel (Dalkıran, 1995)	İnsanın içinde yaşadığı topluma kendi toplumsal görüşleri doğrultusunda bir düzen verme sürecidir.	
6	Kışlalı, 2010	Ülke, devlet ve insan yönetimidir.	
7	Habermas, 2002	Toplumsal ilişkiler kurulurken, bireysel ve kolektif kimliklerin birbirlerine bağımlı olarak yaşamak zorunda olduklarını fark ederek, sınırlı da olsa aralarında sorgulama, dayanışma ve tartışma olgularını öne çıkararak etkinlikte bulunmalarıdır.	
8	Kapani, 2009	Aynı toplumda yaşayan insanlar arasında yaşanan çatışma, mücadele ve kavgadır.	İnsanlar Arası İktidar Mücadelesi Olarak Siyaset
9	Heywood, 2006	Toplumların iktidar olma eylemlerini düzenleyen genel kuralları koymak, korumak ve değiştirmek için sürekli olarak gerçekleştirdikleri faaliyetlerin bütünüdür.	
10	Weber, 1993	Devletler arasında ya da aynı devlet içindeki çeşitli grupların iktidar gücünü paylaşmaları ve bu gücün dağılımını etkilemeye çalışmalarıdır.	
11	Yavaşgel, 2004	Siyasetin temel konusunu toplumsal iktidar değil, siyasal iktidar oluşturmaktadır.	
12	Van Dyke, 1960	Kamuyu ilgilendiren sorunlarda kendi tercihlerini kabul ettirmek, uygulamak, başkalarının tercihlerinin gerçekleşmesini engellemek üzere çeşitli aktörlerin yürüttükleri bir mücadeledir.	Siyasi Aktörler Arasındaki
13	Easton(Özkan,2007)	Maddi ve manevi değerlerin otoriteye dayalı olarak	

		dağıtılması sürecidir.	Mücadele Olarak Siyaset
14	Wolton, 1991	Siyasetin yapılabilmesi için siyasal aktörler olan politikacıların, gazetecilerin ve kamuoyunun söylemlerinin karşılıklı tartışıldığı ‘mücadele’ edildiği bir meşru alan olmalı ve siyaset ancak böyle bir alanda yapılmalıdır.	
15	Kılıçaslan, 2008	Siyasetin olduğu yerde iktidar mücadelesi kendini gösterir.	

Kaynak: Yazar tarafından derlenmiştir.

Toplumu Yönetme Sanatı Olarak Siyaset

Kongar (2010), siyaseti genel anlamıyla toplumu yönetme sanatı olarak yorumlamaktadır. Tarihsel gelişimine bakılırsa, en eskiden beri en güçlü aşiretlerin, ailelerin, dinlerin, değişik mezheplerin, ırkların, milletlerin, grupların ya da sınıfların mücadele ile iktidara gelmeleri ve iktidarlılıklarını devam ettirmeleri sanatı olarak tanımlanabilir. Aydınlanma Çağı ve Sanayi Devrimi’nden sonra gelişen insan hakları ve demokrasi ile birlikte siyaset; toplumda var olan farklı çıkarları uzlaştırma, gelirleri ve serveti paylaşırma, can ve mal güvenliğini sağlayarak herkesi mutlu ve müreffeh yaşatma sanatı olarak tanımlanmaktadır.

Öztekin (2000: 2), bu görüşü destekleyerek, siyaseti toplumsal birliği, bütünlüğü sağlamak, özel çıkarlar yerine genel çıkarları gerçekleştirerek toplumun iyiliğini düşünmek olarak tanımlamaktadır. Bu yönüyle de siyaset, iktidar olma kavgasının yanı sıra, aynı zamanda bir ölçüde de uzlaşma ve toplumsal genel çıkarların da gözetilmesidir. Merkl ise, siyaseti kısaca, “insanın içinde yaşadığı topluma kendi toplumsal görüşleri doğrultusunda bir düzen verme süreci” olarak tanımlamaktadır (Aktaran Dalkıran, 1995: 36). Siyasete olumlu olarak yaklaşan bu görüşler, siyaset etmeyi bir yönetme sanatı olarak ele almaktadırlar. Siyasetin asıl amacının ise, toplumda var olan farklı çıkarların uzlaştırılması ve ortak zenginliğin paylaşılması olarak görmektedirler. Toplumsal genel çıkarların bireysel çıkarların da önünde olduğu savını ileri süren bu düşünce tarzı, dünyada bugünkü siyaset ortamında ütöpik olmaktan kurtulamamaktadır.

Habermas (2002) siyaseti; toplumsal ilişkiler kurulurken, bireysel ve kolektif kimliklerin birbirlerine bağımlı olarak yaşamak zorunda olduklarını fark ederek, sınırlı da olsa aralarında sorgulama, dayanışma ve tartışma olgularını öne çıkararak etkinlikte bulunmaları olarak yorumlamaktadır. Bu görüşe göre, birlikte yaşamak zorunda olan insanların sınırlı da olsa bazı konularda birlikte düşünme, birlikte hareket etme ve ortak çıkarları öne çıkarma gibi davranışları benimsemeleri gerektiği belirtilmektedir.

Siyaseti “ülke, devlet ve insan yönetimi” diye tanımlayan Kışlalı (2010: 22-28), siyaset biliminin doğuşuna ve gelişimine hizmet eden kişileri ve bu bilimin gelişmesinin kilometre taşlarını; en başta Aristo’nun ‘Politika’ adlı eseri ile İbni Haldun’u, Machiavelli’nin ‘Prens’ adlı eserini, Montesquieu’nun ‘Güçler Ayrımı’ ilkesini, Auguste Comte’un ‘Toplumbilimler Kavramı’nı, Max Weber’in ‘Bürokrasi’ kavramı ile Karl Marx’ın ‘Altyapı ve Üstyapı’ kavramlarını işaret etmektedir.

İnsanlar Arası İktidar Mücadelesi Olarak Siyaset

Bazı siyaset bilimciler ise, siyaseti insanlar arası iktidar mücadelesi olarak tanımlamakta ve farklı düşüncelere ve çıkarlara sahip bireylerin iktidarı ele geçirmek için kıyasıya mücadele ettiklerini söylemektedirler. Kapani (2009: 142), siyaseti aynı toplumda yaşayan insanlar arasında yaşanan çatışma, mücadele ve kavga olarak tanımlamaktadır. İnsanların yaradılışları, sosyal ve ekonomik durumları, değişik fikirlere ve çıkarlara sahip olmalarını da beraberinde getirmektedir. İşte bu farklılıklardan doğan çatışma, politikanın temelini oluşturmaktadır. Oysa Kapani’ye göre, siyasetin amacının toplumsal bütünlüğü sağlamak, özel çıkarlara karşı çıkarak insanlığın genel yararını ve ortak iyiliğini gerçekleştirmek olmalıdır.

Siyaset en geniş anlamıyla, toplumların iktidar olma eylemlerini düzenleyen genel kuralları koymak, korumak ve değiştirmek için sürekli olarak gerçekleştirdikleri faaliyetlerin bütünüdür (Heywood:1). Max Weber’e (1993: 5-7) göre ise siyaset, çok daha geniş kapsamlı bir kavramdır. Devletler arasında ya da aynı devlet içindeki çeşitli grupların iktidar gücünü paylaşmaları ve bu gücün dağılımını etkilemeye çalışmaları anlamına gelmektedir. Siyaseti toplumda var olan d eğerlerin dağıtımı, çıkar çatışması ve iktidar mücadelesi olarak yorumlayan Yavaşgel, “siyasetin temel konusunu toplumsal iktidar değil, siyasal iktidar oluşturmaktadır” demektedir (Yavaşgel, 2004: 140-144).

Siyasi Aktörler Arasındaki Mücadele Olarak Siyaset

Siyaseti topluluk halinde yaşayan insanları yönetebilme çabası olarak gören bir başka görüşe göre, siyaset kavramının gelişmesi binlerce yıl boyunca sürmüş ve yöneten ile yönetilen arasındaki ilişkilerin düzenlenmesi ve yönetim gücünün elde tutulmasında büyük rol oynamıştır (Kılıçaslan, 2008:8). Siyaset bilimci Van Dyke (1960) siyaseti, “kamuyu ilgilendiren sorunlarda kendi tercihlerini kabul ettirmek, uygulamak, başkalarının

tercihlerinin gerçekleşmesini engellemek üzere çeşitli aktörlerin yürüttükleri bir mücadele” olarak tanımlamaktadır. David Easton’a göre ise, siyaset maddi ve manevi değerlerin otoriteye dayalı olarak dağıtılması sürecidir (Özkan, 2007: 14).

Siyasetin meşru bir alanda yapılması ve fikirlerin karşılıklı olarak tartışılmasının gereğinden de söz edilmektedir. Örneğin; Wolton (1991: 45), siyasetin yapılabilmesi için siyasal aktörler olan politikacıların, gazetecilerin ve kamuoyunun söylemlerinin karşılıklı tartışıldığı ‘mücadele’ edildiği bir meşru alanın olması gerektiğini belirtmekte ve siyaset ancak böyle bir alanda yapılabilir demektedir.

Günümüzde siyaset bir güç ve iktidar mücadelesi haline gelmiştir. Yönetenler, ellerinde bulundurdıkları siyasi güç ile yönetilenler üzerinde egemenlik kurmaya başlamışlardır. Bu bağlamda Kılıçaslan da (2008: 9), siyasetin olduğu her yerde iktidar mücadelesi olduğunu söylemektedir. Siyasetin belli başlı bu tanımlarından sonra, siyaset ile doğrudan ilişkili olan iletişim kavramı alt başlıklar halinde aşağıda açıklanmaktadır.

İLETİŞİM

İletişimi; Latince ‘communicationem’, ‘commicare’ fiilinin miş’li geçmiş halinden türetilen eylem anlatan bir isimdir. Genel anlamda ‘commnicare’ kominike etmek, yani ‘çoğunluğu genellemek’, ‘herkesin yararlanmasını sağlamak’ ve ‘herkese pay vermek’ anlamına gelmektedir (Zıllıoğlu, 2010: 11). Bir başka görüş ise, “communication” kelimesinin Türkçe karşılığı olarak kullanılan iletişim sözcüğünün bu kelimeyi tam karşılamadığını belirtmektedir. Çünkü bireyler arasındaki karşılıklı simgeler gönderimi ve alımı olarak kısaca tanımlanan iletişim sözcüğü, “communication” kelimesinin temelinde bulunan toplumsallaşma anlamını kapsamamaktadır. “Oysa Latince dilindeki anlamı “communa”, “communicare” gibi kelimelerden anlaşılacağı gibi bir ortaklığı, toplumlaşmış olmayı, birlikteliği, iştirak haline gelmiş olmayı kapsamakta; dolayısı ile iletişimi hem bireyler arasında bir süreç hem de bunlar aracılığı ile toplumsal düzeyde bir süreç olarak ifade edebilmektedir” (Bektaş, 1996: 98). Bu görüşü destekleyen Çağlar ve Kılıç (2011:3), iletişimin insanların toplumsallaşmalarının bir yansıması olarak ortaya çıktığını söylemektedirler. İletişim kavramına farklı açılardan yaklaşan düşünürler iletişimi; insanlar arsında duygu, düşünce ve bilgilerin aktarımı olarak tanımlamaktadırlar. Ayrıca bazı düşünürler iletişimin sadece sözlü ve yazılı bir anlatım olmadığını ve çok daha geniş toplumsal faaliyetleri kapsadığını ileri sürmektedirler. Bazı düşünürler ise, iletişimi bir süreç olarak algılamaktadırlar.

Duygu, Düşünce ve Bilgilerin Aktarımı Olarak İletişim

Bu bağlamda iletişim insanlar arasında düşünce, duygu ve bilgilerin bir kanal aracılığıyla başkalarına aktarılması anlamına gelmektedir. Mağara dönemlerinde duvarlara resimler yaparak duygu ve düşüncelerini başkalarına anlatan insanoğlu daha sonra yazıyı icat ederek yazı aracılığıyla duygu, düşünce ve bilgilerini başkalarına aktarmaya başlamıştır. Daha sonra da gelişen teknolojilere uyarak bu ihtiyacını var olan kaynaktan alıcıya iletme biçiminde yürütmüştür (Kılıçaslan, 2008: 7).

Mutlu (2004: 139), İletişim Sözlüğü'nde iletişimin iki yüze yakın tanımı olduğundan söz etmektedir. Sözlükte yer verdiği tanımlardan biri Berelson ve Steiner'e ait olan, "iletişim bilginin, fikirlerin, duyguların, becerilerin simgeler kullanılarak iletilmesidir." Oskay (2001: 9) ise iletişimi şu şekilde tanımlamaktadır:

Birbirlerine ortamlarındaki nesneler, olaylar, olgularla ilgili değişimleri haber veren, bunlara ilişkin bilgilerini birbirine aktaran, aynı olgular, nesneler, sorunlar karşısında benzer yaşam deneyimlerinden kaynaklanan, benzer duyguları taşıyıp bunları birbirine ifade eden insanların oluşturduğu topluluk ya da toplum yaşamı içinde gerçekleştirilen tutum, yargı, düşünce, duygu bildirimselidir.

Bir başka tanım ise, "iletişimin kişiden kişiye, kişiden gruba, gruptan gruba bilgi, tutum ve davranışların uygun ortamlar, kanallar kullanarak aktarılması" olarak yapılmaktadır (Aziz, 2010: 26). Zıllıoğlu da (2010: 24), sadece insanlar arası iletişimden söz ederken, "çalar saatin zili, hoparlörden gelen ezan sesi, reklam panoları, sokaktaki, iş yerindeki insanlarla merhabalar, baş çevirmeler, tavır takınmaları" gibi eylemleri de ekleyerek iletişimim kapsamını genişletmektedir. Benzer bir tanımı da siyaset bilimci Dan Nimmo (1978) yapmaktadır. Nimmo'ya göre iletişim; insan davranışlarının temelini teşkil eden, dünyaya ilişkin imajların oluşturulduğu ve bu imajların belirli semboller aracılığıyla insanlar arasında değiş tokuş edildiği bir sosyal eylem sürecidir. Nimmo, iletişimi "insanların davranışlarına temel teşkil eden, dünyaya ilişkin imajlarını oluşturan anlamların meydana getirildiği ve bu imajların semboller yardımıyla değiş tokuş edildiği sosyal bir eylem süreci" olarak tanımlamaktadır (Özkan, 2007: 15).

Sözlü ve Yazılı İletişimin Ötesi

Birçok düşünür; iletişimin sadece yazılı ve sözlü anlatımdan ibaret olmadığını, toplumsal yaşamın ayrılmaz birer parçası olarak iletişim teknolojilerinin gelişmesi sonucu insanlara sağlanan tüm iletişim olanaklarından da yararlanıldığını belirtmektedirler.

Örneğin; Kağıtçıbaşı (1999), iletişimin kapsamını genişleterek telefonlaşma, mektup alma ve gönderme, posta hizmetleri, ulaşım, elektronik bağlantı gibi son teknolojik gelişmeleri de kapsam içine almaktadır. İletişimin ana işlevinin aslında bilgilendirme, yönlendirme, denetleme, eğitime, duyguları dile getirme bilgi ve beceri iletme, toplumsal ilişki kurma, eğlendirme, uyarma gibi olduğunu söyleyen Kağıtçıbaşı; özellikle de radyo ve televizyonun kitleler ile yakın ilişki kurma, onları yönlendirme ve denetleme amaçlı olarak yaygın bir biçimde kullanıldığını da belirtmektedir. Bu araçlara günümüz teknolojilerindeki gelişmelerin etkisiyle internetin de eklendiğini ifade etmektedir.

Son zamanlardaki iletişim teknolojilerindeki bu gelişmelere dikkat çeken Bektaş (2002: 231), medyanın tüm bu gelişmelerin ışığında planlı, programlı kullanımının da zorunlu hale geldiğinden söz etmekte ve iletişim araçlarını kullananların bunu göz önünde bulundurarak iletişim uzmanları kullanmalarının zorunlu hale geldiğini belirtmektedir. Bu konuda Özerkan da (2001: 76); kentleşme ve kent yaşamındaki hızlı değişimler sonucu iletişimin ağırlığını alet yardımlı iletişime bıraktığını, internet teknolojilerindeki gelişmeler ile dünyanın farklı bölgelerindeki insanlarla iletişim kurulması, mesaj alışverişinin gerçekleşmesi, bilgi aktarımı ile bu iletişimin sonuçta düşük oranda da olsa yüz yüze iletişim sağladığını ifade etmektedir.

İletişim faaliyeti başka bir açıdan ele alınırsa, insanlar sadece konuşarak, işaretleşerek, yazıyarak, ya da bazı teknolojik araçları kullanarak iletişim kurmazlar. Giyim tarzları, imajları, beden dilleri dış görünüşleri ve kullandıkları çeşitli eşyalarla da iletişim kurmaktadır. Bunu bilinçli ya da bilinçsiz olarak yapabilirler ama sonuçta tüm bu davranışlar da bir çeşit iletişimdir. Peltekoğlu (2007: 177), bunu “insanların konuşurken kullandığı dil, jest ve mimikler, bulunduğu mekân, dinlediği müzik, kullandığı markalar ve giyimi, kişiyle ilgili mesajlar iletirken onun sosyal statüsü ve kültürel ortamını da yansıtmaktadır” olarak aktarmaktadır. Türk Dil Kurumu (2000) da iletişimi tanımlarken benzer bir yaklaşım sergilemektedir. İletişimi “bir düşüncenin, bir duygunun yüz anlatımı, el, kol ve baş hareketleri, konuşma yoluyla ya da yazı, telefon, radyo, televizyon gibi bildirişim araç ve gereçlerinden yararlanılarak bir kimseden başka bir kimseye iletimidir” ifadesiyle tanımlamaktadır.

McNair (2007: 24), siyasal iletişimin sadece sözlü ve yazılı bir iletişim süreci olmadığını, aynı zamanda giysi, makyaj, saç ve logo tasarımı olarak görsel sunumları da kapsayan bir iletişim biçimi olduğunu söylemektedir. Aynı eserinde McNair; Graber'den de aktararak, siyasal iletişimin aynı zamanda beden dili, protesto, boykot gibi siyasi eylemleri de kapsadığını belirtmektedir. İletişimin boyutlarının sadece yazılı ve sözlü iletişim ile sınırlı olmadığını belirttikten sonra, iletişimin durağan bir eylem olmayıp zamanımızda hareketli bir süreç olduğunu ortaya atan düşünürlere de bakmak gerekir.

Bir Süreç Olarak İletişim

İletişim ile ilgili süreçleri belirleyen pek çok model bulunmaktadır. Bu modeller içinde en yaygın olarak bilineni 1948 yılında bir siyaset bilimci olan Harold Laswell'in geliştirdiği modeldir. Aslında kitle iletişimini şematik olarak gösteren bu model; kim, kime, hangi kanalla, nasıl bir etki yaratmak için, ne söylüyor olarak formüle edilebilir. Laswell'in modelinde göz ardı ettiği geri besleme (feedback) ve gürültü unsurlarını Melvi DeFleur, sonradan modele eklemiştir. En son olarak, Bruce Westley ve Malcolm MacLean, modele eşik bekçileri (gatekeeper) unsurlarını açıklamışlardır (Peltekoğlu, 2007: 205).

Ancak iletişim yukarıda aktarıldığı gibi, sadece bir süreçten ibaret değildir. Bir bakıma iki insan arasında karşılıklı gerçekleşen salt bir süreç değildir. Bilgi ve düşüncelerin bir toplum içindeki değiş tokuşunu da ifade etmektedir. Bu değiş tokuş sırasında sadece yüz yüze iletişim değil, çeşitli araçlar kullanılarak iletişim sağlanmaktadır. İletişimin bugünkü çağdaş biçimi olan kitle iletişimi, hatta gelişen teknolojiler sayesinde dijital iletişim olarak adlandırılabilen internet iletişimi ortaya çıkmıştır. Bu nedenle, iletişime ilişkin iki yüze yakın tanım olduğundan söz edilmektedir. Hepsi de, hiçkuşkusuz, konuyu bir açıdan ele alan tarihsel sürece ve toplumların yapısına, siyasal ortama koşut tanımlardır. En sade yalın biçimiyle iletişim, kaynaktan alıcıya iletinin aktarılması sürecidir. Masterson ve Watson, iletişimi, “dünyayı anlamlı kıldığımız ve bu anlamı başkalarıyla paylaştığımız insani bir süreç” olarak tanımlamaktadırlar (Bıçakçı, 2003: 17). İletişim kavramını ele aldıktan sonra, siyaset ve iletişim kavramlarının bir bileşeni olan siyasal iletişim kavramına da açıklık getirmek gerekmektedir.

SİYASAL İLETİŞİM KAVRAMI

“Siyaset” ve “iletişim” kavramlarının çok geniş kavramlar olduğunu ve tek tanımlarının yapılamayacağını belirttikten sonra, bu kavramların birleşiminden meydana gelen “siyasal

iletişim” olgusunun tek bir tanımını yapmak oldukça güçtür. Aslında siyasi iletişim süreci, genel anlamda iletişim süreci ile benzerlik taşımaktadır. Aralarındaki en önemli fark, siyasi iletişim sürecinin siyasi sonuçlarının olmasıdır. Siyasi iletişim kavramının bu kadar değişik tanımlarının yapılması aslında tarihsel süreç içinde bu kavramın gelişmesi ve değişikliklere uğraması nedeniyledir. Antik ağdan orta çağa, oradan yeniçağa ve günümüze gelene kadar siyasi iletişim olgusu ve süreçleri farklılıklar göstermektedir.

Siyasi iletişim kavramı, İkinci Dünya Savaşı sonrası ortaya kmış ve pek çok bilimsel disiplin tarafından kullanılmaya başlamıştır. Özellikle siyaset bilimci Harold D. Lasswell, sosyolog Paul F. Lazarsfeld ve sosyal psikologlar Kurt Lewin ve Carol Hovland, iletişim alanının çok disiplinli yapısına örnek ampirik araştırmalar yapmışlardır. Bu araştırmalarda yoğunlukla siyasi iletişim ele alınmıştır (Toker, 2013: 47). 1950’li yıllara kadar geçen dönemde, siyaset ve iletişim kavramları içinde ele alınan siyasi iletişim kavramı, sonraki dönemlerde yeni bir bilimsel disiplin olarak ortaya kmaktadır.

Mutlu (2004: 199), siyasi iletişim kavramını dar anlamda, “siyasi süreçler ile iletişim süreçleri arasındaki ilişkileri ele alan araştırmalardan oluşan, disiplinler arası bir akademik alan” olarak tanımlamaktadır. Konuya daha geniş açıdan bakan Aziz (2013: 3), siyasi iletişimi, “siyasi aktörlerin belli ideolojik amaçlarını, belli gruplara, kitlelere, lkelere ya da bloklara kabul ettirmek ve gerektiğinde eyleme dnştrmek, uygulamaya koymak üzere çeşitli iletişim tür ve tekniklerini kullanmaları” olarak tanımlamaktadır. Burada aslında önemli olan siyasi iletişimin nasıl yapılacağı, hangi teknik ve yöntemlerin kullanılacağı ve hedef kitlelere nasıl ulaşılacağıdır. Bu durumda Aziz, iletişim tekniklerinin, yöntemlerinin ve özelliklerinin iyi tanımlanması, hedef kitleye bu teknik ve yöntemlerden nasıl yararlanılacağının iyi bilinmesi gerektiğini ifade etmektedir (Aziz, 2013: 5).

Siyasi iletişimin hem dar anlamda hem de geniş anlamda bu tanımlamalarından sonra, siyasi iletişimin hedeflerinin ne olduğu konusundaki düşüncelere kısaca bakmak gerekmektedir. Siyasi iletişimi; insanların birbirini anlama ve anlatma biçimi olarak gören düşünce ile, asıl amacının iktidarı ele geçirmek ve devlet olanaklarından yararlanmak olarak gören düşünce, birbirine zıt iki düşünce olarak ortaya kmaktadır. Ayrıca, siyasi iletişimi toplumsal hayatın her alanını kapsayan bir eylem biçimi olarak gören düşüncelere de rastlanmaktadır.

Tablo 2, siyasi iletişim tanımına yönelik olarak farklı yaklaşımların listesini vermektedir. Bütün tanımlar özetlendiğinde, iktidar olma mücadelesi için gerekli olan

iletişim biçimi ön plana çıkmaktadır. İnsanların birbirini anlama biçimi açısından bakıldığında siyasal iletişim, siyasette tarafların birbirini anlama çabası olarak görölmektedir. Bir diğeriinde siyasal iletişim, iktidarı ele geçirme mücadelesi olarak ele alınmakta ve bu kapsamda hertürlü parasal kaynakların harcanması ve reklam ve halkla ilişkiler faaliyetlerinin yürütölmesidir. Son olarak ise, toplumsal alanın her tarafını kapsayan bir faaliyet olarak görölmesidir. Burada siyasal iletişim, sadece belirli bir zaman ya da toplum parçası değıl, sürekli bir faaliyet olarak ele alınmaktadır.

Tablo 2. Siyasal iletişim tanımına farklı yaklaşımlar

No	Yazar adı	Tanım	Biçimi
1	Mutlu 2004	Siyasal süreçler ile iletişim süreçleri arasındaki ilişkileri ele alan araştırmalardan oluşan, disiplinler arası bir akademik alandır.	Genel Tanım
2	Aziz, 2013	Siyasal aktörlerin belli ideolojik amaçlarını, belli gruplara, kitlelere, ölkelere ya da bloklara kabul ettirmek ve gerektiğinde eyleme dönüştörmek, uygulamaya koymak üzere çeşitli iletişim tür ve tekniklerini kullanmalarıdır.	Genel Tanım
3	Kentel, 1991	Siyasal arenada insanların birbirini anlama ve anlatma biçimi olarak ifade etmekte ve bu sürecin iki yönlü olduğunu vurgulamaktadır.	İnsanların Birbirlerini Anlama Biçimi Olarak Siyasal İletişim
4	Wolton, 1991	Siyaset üzerinde kamu önünde fikir belirtmeleri meşru olan üç aktörün (politikacı, gazeteci ve kamuoyu) çelişkili söylemlerinin mübadele edildiği alandır.	
5	Bongrand, 1992	Tüm iktidar biçimlerinin ihtiyacına cevap vermek üzere her dönemde varlığını sürdürdüğü iktidara gelme, iktidarın sağladığı gücü kullanmak ve vatandaşa bu konuda bilgi verebilmek için gerekli olan siyasal iletişim programlarının (temel düşüncelerin) ve diğeri önermelerin varoluş nedeni olma özelliğini göstermektedir.	İktidarı Ele Geçirme Mücadelesi Olarak Siyasal İletişim
6	Denton ve Woodward, 1998	Kamusal kaynakların, devlet gelirlerinin ve hazine gibi kaynakların bölüşölmesi, resmi otorite ve resmi yaptırımlar konusunun tartişılmasıdır.	
7	Graber, 2005	Mesajın oluşturulması, iletilmesi ve alınması sürecidir.	
8	Kalender 2000	İktidar olma çabalarına uygun olarak yürütölen, propaganda ve halkla ilişkiler teknikleri kullanılarak yapılan iletişim faaliyetleri olarak kavramsallaştırır.	
9	Uslu, 1996	Bir siyasal görüş ya da organın, etkinlikte bulunduğu siyasal sistem içerisinde kamuoyu güvenini sağlamak - dolayısıyla iktidar olabilmek için- zaman ve konjonktürünün gereklerine göre reklam, propaganda ve halkla ilişkiler tekniklerinden yararlanarak sürekli bir biçimde gerçekleştirdiği tek ve/ya da çift yönlü iletişim çabalarıdır.	
10	Binark, 1994	Siyasal süreç alanının içinde olan iktidar mücadelesinin yapıldığı, aile, okul, kültür ya da diğeri toplumsal kurumlardaki iletişimdir.	
11	Erdogan, 1997	Siyasal iletişimi sadece seçim dönemleri ile sınırlamak yanlış olup, aksine siyasal iletişim toplumsal hayatın her dönemini kapsamaktadır.	Toplumsal Hayatın Her Alanını Kapsayan Siyasal İletişim
12	Oktay, 2002	Belirli siyasal amaçlara ulaşmak için siyasal aktörlerin kullandığı bir iletişim biçimidir.	

Kaynak: Yazar tarafından derlenmiştir.

İnsanların Birbirlerini Anlama Biçimi Olarak Siyasal İletişim

Bu gruba göre; siyasal iletişim, kamuoyu ile siyasetin ilişkiye geçtiği, siyasal partilerin ve siyaset adamlarının iletişimde ön plana çıktığı bir toplumsal süreçtir. Kentel (1991: 41), bu anlamda siyasal iletişimi, siyasal arenada insanların birbirini anlama ve anlatma biçimi olarak ifade etmekte ve bu sürecin iki yönlü olduğunu vurgulamaktadır. Ayrıca Kentel'e göre (1991: 39-40), siyasal iletişim, "temsil sistemi ile toplumsal yaşam arasında özerk bir alan olarak var olan kamuoyunun siyaset ile ilişkiye geçtiği ve siyasal partilerin siyaset adamlarının devreye girdiği bir süreç" olarak tanımlanmaktadır.

Wolton'a (1991: 52) göre de siyasal iletişim, "siyaset üzerinde kamu önünde fikir belirtmeleri meşru olan üç aktörün, yani politikacıların, gazetecilerin ve nabız yoklama aracılığıyla kamuoyunun çelişkili söylemlerinin mübadele edildiği alandır." Wolton'un üzerini önemle durduğu konu, meşru olan siyasal aktörlerin söylemlerinin siyasal iletişim alanı içinde olmasıdır. İnsanlar bu alan içinde birbirleriyle ilişkiye geçerek, iletişim kurarak birbirlerini anlamaya çalışmaktadır. Aslında bu iki iyimser görüşün aksine siyasal iletişim aslında, insanlar arasında iktidarı ele geçirme mücadelesinden öteye geçmemektedir. Bu görüşü savunan düşünürler ise, aşağıda ayrıntılı olarak ele alınmaktadır.

İktidarı Ele Geçirme Mücadelesi Olarak Siyasal İletişim

Siyasal iletişimin asıl amacının iktidar gücünü kullanma olarak tanımlayan Bongrand (1992: 34) "tüm iktidar biçimlerinin ihtiyacına cevap vermek üzere her dönemde varlığını sürdürdüğü iktidara gelme, iktidarın sağladığı gücü kullanmak ve vatandaşa bu konuda bilgi verebilmek için gerekli olan siyasal iletişim programlarının (temel düşüncelerin) ve diğer önermelerin varoluş nedeni olma özelliğini" gösterdiğini söylemektedir.

Benzer bir yaklaşımı, Denton ve Woodward (1998) da paylaşmaktadır. Siyasal iletişimi; kamusal kaynakların, devlet gelirlerinin ve hazine gibi kaynakların bölüşülmesi, resmi otorite ve resmi yaptırımlar konusunun tartışılması olarak tanımlamaktadırlar. Bu tanımda asıl olan devlet kaynaklarının, devlet otoritesinin paylaşılması için yapılan mücadelelerdir. Graber (2005: 479), siyasal iletişimi mesajın oluşturulması, iletilmesi ve alınması sürecini kapsayan bir disiplin olarak tanımlamaktadır. Bu tanımda asıl öge mesajdır ve mesajların, bireylerin, grupların ve toplumun tümünün düşünce, inanç ve davranışları üzerinde önemli bir siyasal etkisi bulunmaktadır.

Siyasal iletişimi kamuoyunun güvenini kazanmak ve istediği doğrultuda yönlendirmek olarak tanımlayan Kalender (2000), iktidar olma çabalarına uygun olarak yürütülen, propaganda ve halkla ilişkiler teknikleri kullanılarak yapılan iletişim faaliyetleri olarak kavramsallaştırır. Benzer bir yaklaşımı benimseyen Uslu (1996: 790) ise; siyasal iletişimi “bir siyasal görüş ya da organın, etkinlikte bulunduğu siyasal sistem içerisinde kamuoyu güvenini sağlamak -dolayısıyla iktidar olabilmek için- zaman ve konjonktürünün gereklerine göre reklam, propaganda ve halkla ilişkiler tekniklerinden yararlanarak sürekli bir biçimde gerçekleştirdiği tek ve/ya da çift yönlü iletişim çabalarıdır” diye tanımlamaktadır.

Binark (1994: 185); siyasal iletişimi çok geniş anlamıyla, “siyasal süreç alanının içinde olan iktidar mücadelesinin yapıldığı, aile, okul, kültür ya da diğer toplumsal kurumlardaki iletişimi de bu tanımla açıklamak olasıdır. Çatışma ve iktidar mücadelesine sahne olan her iletişim siyasal iletişimdir” olarak tanımlamaktadır.

Tokgöz (2008: 21-22), iletişimin insan yaşamında önemli bir yer tuttuğunu ve toplumsal hayatın hemen hemen her alanında karşımıza çıktığını ve siyasetle çok yakın ilişki içinde olduğundan söz ederek, siyasal iletişim tarihini çok gerilere götürmektedir. Bu durumu “siyasal iletişim uygulamaları insanoğlunun toplum yaşamında kendini savunması, toplum düzenini sağlaması, tanrı ve tanrılarla ilgili kutsal söylemi oluşturması, parayı kullanması vb. Tüm bunlar çeşitli kültürel etkileşimlerin sonucunda oluşmuştur” sözleriyle ifade etmektedir. Bu süreçlerde iletişimin siyaset ile olan ilişkisi ortaya çıkmakta, toplumu yönetmeye soyunan siyasi partiler çeşitli iletişim kanallarını kullanarak mesajlarını kitlelere ulaştırma çabası içine girmektedirler (Debord, 1996: 22).

Siyasal iletişimi sadece iktidar mücadelesi olarak görmeyen ve yaşamın her alanını kapsayan düşünceleri de içerdiğini savunan düşünürler aşağıda yer alan konu alt başlıkları altında değerlendirilmektedir.

Toplumsal Hayatın Her Alanını Kapsayan Siyasal İletişim

Siyasal iletişimi sadece seçim dönemleri ile sınırlamanın yanlış olduğunu söyleyen Erdoğan (1997: 190), aksine siyasal iletişimin toplumsal hayatın her dönemini kapsadığından söz etmektedir. Örnek olarak, aynı ulus içindeki siyasal düzen, çıkarlar, altyapı ve üstyapı ilişkileri, kalkınma stratejileri, ücret politikaları ve uluslararası diplomatik ilişkilerin tümünün siyasal iletişimin bir parçası olduğunu söylemektedir. Benzer tutumu benimseyen Köker (1998: 22), siyasal iletişimin kamuoyu ile ilişkisinden bahsederken, demokrasilerin İkinci Dünya Savaşı’ndan sonra yeniden inşası sırasında

siyasal iletişimin çok önemli rol oynadığını söylemekte ve siyaset bilimi ile iletişim bilimi arasında çok anlamlı bir köprü kurulduğunu belirtmektedir.

Kılıçaslan (2008: 10-11), bu yaklaşımın siyasal iletişimi, seçim süreçleri ve oy verme davranışları içine sıkıştırdığını, aslında siyasal iletişimin seçim propagandaları, seçme seçilme hakları, seçmenlerin parti ve aday tercihleri gibi daha kapsamlı olarak ele alınması gerektiğini söylemektedir. Ayrıca siyasal iletişimi sadece dört yılda bir yapılan seçim odaklı bir iletişim süreci olarak değil, siyasal kampanya, seçim dönemi ve seçim dışı zaman olarak da ele almak gerektiğini vurgulamaktadır.

Siyasal iletişimin demokrasi ile olan bağlantısını vurgulayan Oktay (2002: 77), bu yönüyle siyasal iletişimin siyasette denetim ve şeffaflık sağladığını belirterek, siyasal iletişimin aynı zamanda belirli siyasal amaçlara ulaşmak için siyasal aktörlerin kullandığı bir iletişim biçimi olarak tanımlamaktadır. Daha geniş anlamıyla; medya haberlerinde, çeşitli televizyon programlarında köşe yazılarında, sosyal medyadaki tüm söylem biçimlerinde kullanılan iletişim olarak da belirtmektedir. Ayrıca Oktay (2002: 24), siyasal iletişimin üç fonksiyonu birden yerine getirdiğini belirtmektedir. Birincisi, ortaya çıkan siyasal sorunların tanımlanmasına yardımcı olmaktır. İkincisi, bu sorunların siyasal tartışma ortamına girmesinde meşruiyet sağlamaktır. Üçüncüsü ise, tartışmalı olmaktan çıkan sorunların gündemden düşürülmesi için görüş birliğine varmaktır. Bütün bu süreçlerin medya tarafından yerine getirildiğini de belirtmektedir.

Özetle, siyasal iletişimin demokrasiyle çok yakından ilişkisi olduğunu söylemek mümkündür. Özellikle de genel oy hakkının geniş kitlelere verilmesiyle ortaya çıkan ve giderek gelişen bir kavramdır. Siyasal iletişimin gelişiminde, kitle iletişim teknolojilerindeki hızlı değişim çok etkili olmuştur. Özellikle Birinci Dünya Savaşı sonrası gelişen radyo, İkinci Dünya Savaşı sonrası gelişen televizyon ve son çeyrek yüzyılda da dijital medyadaki gelişmelere paralel olarak siyasal iletişim de kapsam değiştirmiştir. Geniş halk kitlelerini bir fikre ikna etmek ve özellikle de seçim dönemlerinde halkın güvenini kazanıp bu güveni oya dönüştürmek için çaba harcanmaktadır.

Siyasal iletişim araştırmaları, özellikle İkinci Dünya Savaşı'ndan sonra yoğunluk kazanmıştır. Çünkü bu dönemden sonra dünya siyasetinde önemli bir değişim görülmekte, genel oy ilkesi evrensel ölçekte kabul edilmekte ve kitle iletişim araçlarının yaygınlaşması ve çeşitlenmesi, siyasal parti, baskı ve çıkar gruplarının artması bu konuda önemli rol oynamaktadır (Tokgöz, 2008: 100).

Bu gelişmeler doğrultusunda siyasal iletişim, stratejik bir yöntem ve profesyonelleşme içeren bir süreç haline gelmektedir. Siyasi aktörlerin iktidarlığa ulaşma yolunda, stratejik planlarıyla seçmen kitlesinin kararlarında belirleyici olmaları, tercih ve davranışlarını yönlendirme çabaları ve toplumsal rızanın oluşturulması konusunda meslek profesyonellerine başvurması bir gerek haline gelmektedir. Böylelikle siyasal aktörler siyasal iletişim sürecinde kaynak rolü üstlenmekle birlikte, politik mesajlarını ve demokratik hedeflerini siyasal iletişim enstrümanlarını kullanarak seçmen kitlesinin siyasi kararlarını etkileme çabasına girmektedirler. Siyasal iletişim çalışmalarının dünyada ve Türkiye’deki tarihsel gelişimine bakarak bu çabaların boyutların ve etkileri ortaya çıkarılabilir.

DÜNYADA SİYASAL İLETİŞİM

Siyasal iletişimin tarihinin insanlığın ilk dönemlerine kadar uzadığını belirten düşünceler mevcuttur. Tokgöz (2008: 53), mağara duvarlarına çizilen resimlerin ilk simgesel düşünce ve mantık yürütmenin gelişmesi açısından önemli olduğunu belirtmektedir. Ama insanlığın yazıya geçişle birlikte, “korkularını, sevinçlerini paylaşmak, toplumsal yaşamı derleyip toplamak, düzene koymak, bellekteki deneyimlerini geleceğe aktarmak” açısından yepyeni bir dönemin ortaya çıktığını söylemektedir. Burada açıklandığı gibi, aslında siyasal iletişim yazıyla doğrudan ilintilidir. Ancak siyasal iletişimin tarihini eski Yunan site devletleri dönemine kadar götüren düşünceye göre, Aristo’nun o çağlarda yazdığı “Retorik” adlı eserini siyasal iletişimin başlangıcı olarak kabul edilmektedir. Özellikle de siyasal iletişimin asıl amacının ikna etmek olduğu göz önünde tutulursa ve retorik’in amacının da ikna etmek olduğu bilindiğinden bu düşünce kendisini doğrulamaktadır (Aziz, 2013: 18).

Demokratik sistemlerde halkın tercihlerini yönlendirmek amacıyla ikna bir yöntem olarak kullanılmaktadır. Politika seçkinleri tarafından kullanılan ikna unsuru, özellikle seçmenlerin karar alma aşamalarında, oy verme davranışlarına yönelik olumlu etki sağlayan önemli bir unsurdur.

M.Ö. 5. yüzyılda eski Yunanistan’da sofistler tarafından kullanılan ve ikna edici bir iletişim metodu olan retorik, ilk anda akla geldiği gibi; yapay, süslü, abartılı ve kandırmaya yönelik bir konuşma biçimi değildir. Eski Yunan felsefesinde retorik, tanıklıklarla kanıtlanan, dramatik bir temsil fırsatı sağlayan, hakikati iletmenin tek aracıdır (Postman, 1994: 31).

Aristo (1993:19-20) retoriği, “belli bir durumda elde var olan inandırma yollarını gözlemlene yetkisi” olarak tanımlamaktadır. Yıllar önce yazdığı ve elimize ancak bir kısmının ulaşabildiği bu kitabında Aristoteles, ağırlıklı olarak ikna süreci, propaganda ve retorikten söz etmektedir. Retoriğin akla uygun bir dayanağı olmayan, sözlerle kitleleri kandırma sanatı olmadığını açıklayan bilim insanı, kişinin görüşlerini çok açık, yalın ve kuşku yaratmayacak bir şekilde savunması anlamına geldiğini söylemektedir.

Atina ve Sparta gibi küçük ölçekli site devletlerinde siyasal aktörler, halkı bir şeye inandırmak ve destek sağlamak amacıyla, “agora” denen meydanlarda toplar ve onlarla sözlü olarak yüz yüze iletişimde bulunurlardı. Retorik kavramının önem kazanması bu dönemlerde başlamaktadır (Aziz, 2013: 18). Bu şekilde aracısız olarak halk ile ilişki kurmanın önemine değinen Aristoteles, Atina’da yaşayan yurttaşları ikna etmenin retorik denen teknik ile geliştirileceğinden de söz etmiştir (Köker, 1998: 84).

Kılıçaslan (2008:13), retoriğin, hiçbir zaman içi boş ve karşı tarafı kandırmaya yönelik bir konuşma biçimi olmadığından söz ederek, politikacıların kitleleri ikna etme gücü olarak tanımlamakta ve Aristoteles’in Retorik adlı eseri ile Seneca’nın pek çok konuşma metinlerini siyasal iletişimin ilk örnekleri olarak yorumlamaktadır.

Bu bilgiler ışığında siyasal iletişim olgusunun, yöneten ve yönetilen sınıfların ortaya çıkmasıyla birlikte filizlendiğini söylemek mümkündür. Toplumların büyümesi, gelişmesi ve kültürel düzeyin artmasıyla birlikte siyasal iletişimin yöntem ve içerikleri genişlemekte ve değişmektedir. Yazılı iletişim giderek kitle iletişimi gelişene kadar toplumlarda egemen olan iletişim biçimi, sözlü iletişim olmaktadır. Bunun için sözlü iletişimde güzel ve ikna edici konuşma biçimi olan retorik önemlidir. Ancak yazılı iletişimin başlaması ve kitle iletişim araçlarının devreye girmesi ile yeni bir siyasal iletişim süreci başlamaktadır.

Siyasal iletişimin önem kazanması ve yoğun bir biçimde kullanımı Birinci Dünya Savaşı sonrasına rastlamaktadır. 1930’lu yıllarda radyonun toplum hayatında önemli bir yere sahip olması ile birlikte, özellikle Nazi Almanyasında ve Faşist İtalya’da siyasal iletişim alanında kullanılmaya başlanmıştır. İkinci Dünya Savaşı sonrası yoğun bir biçimde Batı’da toplumsal hayatın bir parçası haline gelen televizyon ile birlikte siyasal iletişimde bu mecraaya kaymaya başlamıştır. Özellikle televizyonun devreye girmesiyle birlikte, ilk önce modernleşme çabalarını destekleme amaçlı ikna edici siyasal söylemler öne çıkmıştır. “Azgelişmişlik” olgusuna karşı yürütülen ve bu ülkelere medeniyet götürme amacı güttüğü

söylenen bu araştırmalar dönemin önemli siyasal iletişim çalışmalarına örnek teşkil etmektedir (Kılıçaslan, 2008: 14).

Siyasal iletişim çalışmalarının seçim kampanyaları döneminde ilk kez kullanılması Amerika Birleşik Devletleri'nde 1948 yılında yapılan başkanlık seçimleri sırasında olmuştur. O tarihte Thomas Dewey ile Harry S. Truman arasında gerçekleşen seçim mücadelesi sırasında kullanılan yöntemler siyasal iletişim kampanyaları açısından iyi bir örnektir. Araştırmacılar Truman'ın kampanya sırasında kullandığı “*Give 'em hell, Harry*” sloganı ile yapılan agresif kampanyanın başarıyı getirdiği görüşündedirler (Özkan, 2004: 276-277).

1952 yılında yine Amerika Birleşik Devletleri'nde yapılan başkanlık seçimlerinde bu sefer televizyonda yapılan konuşmalar öne çıkmıştır. Dwight D. Eisenhower ile Adlai Stevenson arasında geçen bu başkanlık yarışında General Eisenhower ilk kez BDDO reklamcılık şirketi ile çalışmış ve otuzar saniyelik reklam filmleri hazırlanmıştır (Turam, 1994: 204). Topuza göre bu reklam filmleri, dünya siyaset ve iletişim literatürüne, “*Otuzar saniyelik reklam spotlarıyla seçim kazanmak*” deyişini eklemiştir (Topuz, 1991: 56).

Ancak çağdaş anlamda ilk siyasal iletişim çalışmasının 1960 yılında Amerika Birleşik Devletleri'nde yapılan başkanlık seçimleri sırasında yapıldığını belirten düşünceler de vardır. Topuz (1991: 61), bu tarihte yapılan başkanlık seçimlerinde Nixon ve Kennedy arasındaki ünlü televizyon tartışma programının bu geleneği başlattığını söylemektedir. Benzer bir görüşü, Oktay da (2002:81) savunmaktadır. Bu tartışma programının seçimler üzerindeki etkisini ölçmenin çok zor olduğunu söylemekle birlikte, bu açık oturumun önemli etkileri olduğunu belirtmektedir.

Bu tür televizyon açık oturumları ve tartışma programları hemen hemen her başkanlık seçimi döneminde tekrarlanmış ve bir gelenek haline gelmiştir. Daha sonraki dönemlerde başkan olan tüm isimler, Johnson, Ford, Carter, Reagen, Bush, Clinton, G.W. Bush ve Obama bu geleneği sürdürmüş ve tüm dünyada ilgiyle izlenen seçim kampanyaları sırasında pek çok yeni siyasal iletişim örneklerine başvurmushlardır. Özellikle de 1980'li yıllardan itibaren siyasal iletişim alanındaki literatür, neredeyse seçim iletişimi egemenliği altına girmiştir (Johnston, 1990: 30).

TÜRKİYE'DE SİYASAL İLETİŞİM

Türkiye'de siyasal iletişim uygulamalarının başlangıcı 1946 yılından sonra çok partili yaşama geçiş ile başlamıştır. Çünkü 1946 yılına kadar yapılan seçimlerde tek alternatif

olduğu için mevcut durumda herhangi bir siyasal iletişim tekniğinin kullanılması gereksiz bir çaba olurdu. Siyasal rekabet ortamı olmayınca siyasal iletişim yöntemlerine gerek duyulmamıştır. 1950 yılında yapılan çok partili seçimde siyasal partiler ilk kez o dönemde en etkili kitle iletişim aracı olan radyoyu kullanmışlardır.

Radyo dışında yaygın olarak kullanılan kitle iletişim aracı mevcut olmadığından, ilk çok partili seçimde daha ağırlıklı olarak kişisel yöntemler tercih ediliyordu. Ayrıca afişlerde seçimlerde etkili bir siyasal iletişim aracı olarak kullanılmaya başlamıştır. Siyasal mesajları içeren afişler, köy odalarını, kahvehaneleri, sokakları süslemiştir (Özkan, 2004: 261).

Radyolarda seçim propagandası yapabilmek için yasada değişiklik yapılması gereğini ilk kez gündeme getiren, 1945 yılında kurulan Demokrat Parti (DP) olmuştur. Bu partinin isteği üzerine 5392 Basın Yayın Turizm Genel Müdürlüğü Yasası'nda yapılan değişiklikle tüm siyasal partilere programlarını açıklamak için seçim gününden 15 gün önce başlamak ve iki gün öncesinde bitmek üzere radyodan ücretsiz konuşabilme süresi tanınmıştır. Bu yasaı tamamlayan 16 Şubat 1950 tarihli Seçim Yasası da radyoyu seçime giren tüm siyasal partilerin kullanımına açmıştır (Uztuğ, 1999: 26).

Radyonun bu şekilde propagandaya açılması ve DP'nin yaygın bir biçimde afişleme yapması bu partinin seçimi kazanmasında çok önemli rol oynamıştır. Bu seçimlerde DP'nin çok yaygın bir biçimde kullandığı “Yeter Söz Milletin” afişi ile Adnan Menderes'in fotoğrafının yer aldığı “Büyük Türkiye için Desteğinizi İstiyorum” afişleri Türkiye siyasal iletişim tarihinde seçim kazandıran afişler olarak literatüre geçmiştir (Aktaş, 2004:70). Demokrat Parti'nin bu çok başarılı olan sloganı günümüzde bile hatırlanmakta, hatta kullanılmaktadır. Bu dönemde CHP'nin yeterince vurucu ve güçlü olmayan “Mutlu Yarınlar İçin Oyunu CHP'ye Ver” sloganı ise hiç başarılı olamamıştır (İşler, 2007:116). Demokrat Parti'nin sadece radyodaki, seçim konuşmaları ve çok etkili bir biçimde kullandığı afişlemenin dışında, yurt genelinde yaptığı seçim gezileri, mitingler ve toplantılar da halkın siyasal tercihleri üzerinde etkili olmuştur. Seçim kampanyaları bu boyutuyla siyasal sistem ve demokrasi açısından çok önemli işler başarmıştır. Bu tür kampanyalar ve yürütülen siyasal iletişim çalışmaları ülkemizde demokratik katılımcı kültürün gelişmesinde ve biçimlenmesinde büyük rol oynamıştır (Uztuğ, 1999: 26).

1960 yılına kadar olan yıllarda yapılan seçimlerde radyonun yanısıra çok güçlü bir şekilde yazılı basın ve özellikle de gazeteler siyasal iletişim çalışmalarına eklenmiştir.

Seçim kampanyaları döneminde adayların seçim gezilerini ve mitinglerini izleyen gazeteler, parti liderlerini ve milletvekili adaylarını seçmenlere tanıtırmaktaydılar. Bu durum, gazetelerin siyasal iletişim çalışmalarında en etkili iletişim aracı olmalarını da beraberinde getirmiştir (Uztuğ, 1999: 28). İlk kez bu yıllarda bugün “yandaş” diye adlandırılan o dönemde ise “taraf” denilen gazeteler ortaya çıkmış ve seçimlere giren siyasal partileri koşulsuz desteklemişlerdir. Örneğin; Ulus Gazetesi, Cumhuriyet Halk Partisi’nin; Zafer Gazetesi ise, Demokrat Parti’nin taraf gazeteleri olarak siyasal literatüre geçmişlerdir (ste, 2000: 43).

1970’li yıllarda ise, o zamana kadar gündeme gelmemiş yeni bir gelişme yaşanmıştır. Adalet Partisi, 1977 yılı genel seçimlerinde seçim kampanyalarını yürütmek üzere Cen Ajans ile anlaşarak bir ilke imza atmıştır. Bu uygulama Türkiye’de siyasal partilerin seçim çalışmalarına yeni bir bakış açısı getirmiş ve ilk kez profesyonel bir ajans ile çalışılmıştır. Cen Ajans, AP Genel Başkanı Süleyman Demirel’in konuşmalarından oluşan ve güncel sorunlardan derlenen bant kayıtları hazırlayıp  büyük ilde yirmi bin civarında dağıtmıştır. “Demirel Evinizde” adı verilen bu bantlarla birlikte Cen Ajans, gazete ilanları ve afişler ile bantlardaki temaları destekleyen ve birbirini tamamlayan profesyonel bir kampanya yrtmştir. Tüm bu alışmalar Türkiye siyasal iletişim tarihinde ilk planlı siyasal tanıtım faaliyetleri olarak tarihe geçmiştir (Yıldız, 1994: 49).

Ancak lke siyasal iletişim tarihinde profesyonel ajanslarla çalışmanın miladı 1983 yılında yapılan genel seçimlerdir. İlk kez bu seçimlerde bir parti lideri bir reklam ajansına bu kadar güvenmiş ve partisinin tanıtımından çok kendisinin tanıtımını ön plana çıkarmıştır. Bu lider Anavatan Partisi (ANAP) genel başkanı Turgut zal ve dönemin en büyük ajanslarından birisi olan Man Ajans’tır. zkan (2002:71), bu ajansın çalışmaları “star stratejisi” olarak isimlendirilmiştir.

Aziz (2013:86), Türkiye’deki seçim kampanyalarında gerçek anlamda profesyonel anlayışın ilk kez bu seçimlerde ortaya çıktığını belirtmektedir. Bu dönemin bir başka özelliği de, 12 Eylül ihtilali sonrası demokrasinin bir süre askıya alınıp tüm siyasal partilerin kapatıldığı ve yepyeni  parti ile seçimlere girildiği bir dönem olmasıdır. Türk siyasal hayatında yepyeni isimler ve liderlerle seçime gidilmiştir.

Aynı tarihli seçimde, ANAP dışında seçimlere giren Milliyetçi Demokrat Parti (MDP) nce Cen Ajans ile çalışmaya başlamış, kısa bir süre sonra bu ajansı bırakarak Ajans Ada ile işbirliği yapmıştır. Siyasal iletişim açısından bu seçimlerin bir başka önemi de ilk kez bu seçimlerden önce parti liderlerinin televizyonda bir açık oturum çerçevesinde

karşı karşıya gelmeleri ve parti programlarını tartışmaları olmuştur. 22 Ekim 1983 yılında TRT televizyonunda yapılan bu açık oturum, televizyonun siyasal iletişim açısından ilk kez kullanımı olarak siyasal tarihteki yerini almıştır (Rigel, 1993: 224).

ANAP, 1983 genel seçimlerinden sonra, iktidar döneminde yaptığı hizmetleri halka anlatmak amacıyla televizyonu kullanmaya devam etmiştir. “İcraatın İçinden” adlı bu programlar siyasal iletişimin öneminin Turgut Özal ve ekibi tarafından iyi anlaşılmasından kaynaklanmaktadır. Profesyonel ajanslar tarafından hazırlanan bu programlar, televizyon sayesinde geniş kitlelere ulaşıyor ve iktidarın gücünü simgeliyordu. Ancak burada önemli olan konu, iktidar partisine sağlanan bu olanağın muhalefet partilerinden uzak tutulmasıydı (Topuz, 1991: 30).

1987 genel seçimlerinde ilk kez televizyondan siyasal reklamlar yayınlamaya başlanmıştır. Bu olanaktan ilk kez yararlanan partiler ANAP ve SHP olmuştur. Çok yoğun geçen bu kampanya dönemi, renkli sloganları ile siyasal tarihe geçmiştir (Özkan, 2004: 97). Bu seçim döneminde Yorum Ajans ile çalışan SHP, halkın ANAP iktidarı döneminde çok zorlandığını ve sömürüldüğünü anlatmak için, seçimlerde “limon gibi sıkılmak” temasını başarıyla kullanmıştır (Dalkıran, 1995:104).

Ancak televizyonun etkili bir biçimde siyasal iletişim aracı olarak kullanılması 1990’lı yıllarda olmuştur. Özellikle de TRT’nin yayın kırılmasıyla birlikte özel televizyonların devreye girmesi, televizyonun bu süreçteki önemini oldukça artırmıştır. O yıllarda iktidarda olan bir siyasal parti liderinin bir yakınının, Magic Box adıyla, üstelik yasalara aykırı bir biçimde televizyon kanalının devreye girmesiyle birlikte siyasal rekabette televizyonların önemini artırmış ve seçim kampanyaları sırasında haksız rekabetin ortaya çıkmasına neden olmuştur (Özkan, 2004: 222-223).

1991 yılı genel seçimlerinin siyasal iletişim açısından bir başka yeniliği de uzun süreler Fransa’da Mitterand’a seçim kampanyaları hazırlamış olan ünlü Jacques Seguela’nın, ANAP yeni lideri Mesut Yılmaz’ın kampanyasını yürütmek üzere bu partiyle anlaşmış olmasıdır. ANAP’a 1991 seçim kampanyalarında siyasal iletişim danışmanlığı yapan Seguela’nın bu çalışmaları, siyasal iletişim tarihimizde önemli bir örnek olarak yer almıştır (Üste, 2000:45). O döneme kadar partiler seçim kampanyaları sırasında Türkiye’deki profesyonel reklamcılarla çalışmış olsalar da bu şirketlerin hiçbiri siyasal iletişim alanında uzman değillerdi. Üstelik 1983, 1987 ve 1989 yıllarındaki denemelerde reklamcı-siyasal parti iş birlikleri bazı partiler tarafından küçümsenmiştir. Ancak bu kampanyalar sırasında reklam ajansları ile profesyonel bir biçimde iş birliği yapan

tarafların seçimlerden kazançlı çıkması bu partilerin bakış açılarını değiştirmiştir. İşte böyle bir ortamda Jacques Seguela gibi kendini bu konuda kanıtlamış bir uzmanın devreye girerek bir siyasal partiye siyasal iletişim alanında danışmanlık yapması da siyasal iletişim tarihimizde bir ilktir (Özkan, 2004: 113).

1990'lı yıllardan sonra, bugüne kadar gerçekleşen tüm seçimlerde; özellikle özel televizyonların yaygınlaşması ve 1950'li yıllarda “taraf” diye adlandırılan yazılı basından günümüzde “yandaş” diye söz edilmesi ve medya sahipliğinin seçim kampanyaları üzerinde çok etkili olması, siyasal iletişim açısından karmaşık bir durumla karşı karşıya geldiğimiz bir göstergesidir. Ayrıca Türkiye'deki reklam şirketlerinin pek çoğu da geçmiş yıllarda deneyim kazanmış ve siyasal partilere siyasal iletişim danışmanlığı yapar hale gelmişlerdir.

Sonuç

İnsanlık tarihi kadar eski olan ve mağara resimlerine kadar uzanan iletişim, kitleselleşme ile birlikte en uzaktaki kişiye de aynı anda veya çok kısa süre içinde ulaşarak toplumun günlük yaşam pratiklerine, özellikle de birlikte yaşamı düzenleyen siyasal alanlarda bilgi sahibi olmasını ve belli dönemlerde siyasal tercihlerini ortaya koymasını kolaylaştırmıştır. Bu açıdan bakıldığında, siyasal iletişimin tarihinin oldukça eski olduğu görülmektedir. Siyaset; insanların yaşamlarını düzenleyen, bu düzenleme ile ilgili genel kurallar koyan ve bu kuralları koruyan ve yeri geldiğinde de değiştiren faaliyetlerin tümü olarak tanımlanabilir. Siyasal bilimciler, siyaset kavramına değişik açılardan yaklaşmaktadırlar. Bazı siyasal bilimciler, siyaseti toplumu yönetme sanatı olarak ele alırken bazıları siyaseti aynı toplum içinde yaşayan insanların iktidarı ele geçirme mücadelesi olarak görmektedirler. Diğer bir başka görüş ise, iktidar mücadelesinin bir toplumda siyasi aktörlerin kendi aralarında yürüttükleri iktidar mücadelesi olarak görülmesidir.

Siyasal iletişim kavramı ilk kez İkinci Dünya Savaşı sonrası ortaya atılmış ve disiplinler arası bir kavram olarak kullanılmaya başlanmışsa da, Aristoteles'in “Retorik” isimli eseri, siyasal iletişimin ilk örneklerinden sayılmakla birlikte, özünde siyasal iletişimin izlerini Antik Yunan dönemine kadar uzandığı söylenebilir. Siyasal iletişim uygulamalarını profesyonel anlamda İkinci Dünya Savaşı'ndan sonra uygulanmaya başlanmışsa da, Türkiye'de 1980'li yılların ortalarında kullanılmaya başlandığı görülmektedir.

Bu çalışma kapsamında da ele alındığı üzere; siyasal iletişim kavramının başat bir tanımı olmamakla birlikte, siyasal iletişimi; insanların birbirlerini anlama ve anlatma biçimi olarak gören düşünce ile, asıl amacın iktidarı ele geçirme ve iktidarın nimetlerinden yararlanma olarak gören birbirine zıt iki düşünce olarak tanımlamak mümkündür. Ayrıca siyasal iletişimi, toplumsal hayatın her alanını kapsayan bir eylem biçimi olarak gören farklı görüşler de bulunmaktadır. Siyasal iletişim çalışmalarının temel amacı, siyasal pazarlama stratejileri belirleyerek, halkın oy tercihlerini belirlenmesinde ve bireyler üzerinde siyasal karar ve kanaat oluşturmada belirleyici rol oynamaktadır. Bir başka ifadeyle, bir propaganda aracı olarak kullanılarak katalizör görevini üstlenmektedir. Özellikle seçim kampanyalarının arttığı propaganda dönemlerinde siyasal partiler ve siyasal aktörlerin kitlelere tanıtımı ve kamuoyu oluşturmak amacıyla siyasal iletişim stratejilerinden yararlandıkları görülmektedir.

Kaynakça

- Aktaş, H.(2004). *Bir Siyasal İletişim Aracı Olarak İnternet*, Konya: Tablet Yayınları.
- Aristoteles(1993). *Retorik*, (çev. Mehmet H. Doğan), İstanbul:Yapı Kredi Yayınları.
- Aziz, A.(2013). *Siyasal İletişim*(4. Baskı), Ankara: Nobel Yayınları.
- Bektaş, A.(1996). *Kamuoyu İletişim ve Demokrasi*, İstanbul:Bağlam Yayınları.
- Bıçakçı, İ.(2003). *İletişim ve Halkla İlişkiler*: İstanbul:Mediacat Yayınları.
- Binark, M.(1994). “Acaba Türkiye’de Siyasal İletişimi Nasıl ‘Yeniden Keşfedebiliriz’ Üzerine Karınca Kararınca Bir Deneme, *İletişim*, Sayı: 1-2, s.183-186 İstanbul.
- Bongrand, M.(1992). *Politikada Pazarlama*, İstanbul: İletişim Yayınları.
- Çağlar, İ., Kılıç, S. (2011). *Genel İletişim*, Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.
- Dalkıran, N.(1995). *Siyasal reklamcılık ve Basının Rolü*, İstanbul: Türkiye Gazeteciler Cemiyeti Yayınları.
- Daver, B.(2003). *Siyaset Bilimine Giriş*, İstanbul: Doğan Yayınları.
- Debord, G.(1996). *Gösteri Toplumu ve Yorumlar*, (çev. Ayşe Ekmekçi-Oksan Taşkent), İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Denton, R.E. & Woodward, G.C. (1998). *Political Communication in America*, New York: Praeger.
- Erdoğan, İ.(1997). *İletişim Egemenlik ve Mücadeleye Giriş*, Ankara: İmge Kitabevi.
- Graber, D.A.(1981). “Political Language”, *Handbook of Political Communication*, Nimmo & Sanders (Ed), Beverly Hills:Sage Publications, 195-223.
- Habermas, J. (2002). “öteki” olmak. “ötekiyle” yaşamak: *Siyaset Kuramı Yazıları*, İstanbul: YKY Yayınları.
- Heywood, A.(2006). *Siyaset*, (çev. Özipek ve diğerleri), Ankara:Liberte Yayınları.
- İşler, E.K.(2007). “Demokrat Parti’nin Halkla İlişkileri Üzerine Bir İnceleme”, *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, Kış-Bahar 24, 111-118.

- Johnston, A.(1990). “Trends in Political Communication: A Selective Review and Research in the 1990’s”. İçinde L.D. Swanson ve D. Nimmo (editörler).*New Directions in Political CommunicationA Resource Book*(ss.329-362), USA: Sage.
- Kağıtçıbaşı, Ç.(1999). *Yeni İnsan ve İnsanlar Sosyal Psikolojiye Giriş*, İstanbul: Evrim Yayınevi.
- Kalender, A.(2000). *Siyasal İletişim Seçmenler ve İkna Stratejileri*, Konya: Çizgi Yayınevi.
- Kapani, M.(2009). *Politika Bilimine Giriş*, Ankara: Bilgi Yayınevi.
- Kentel, F.(1991). “Demokrasi, Kamuoyu ve Siyasal İletişime Dair”, *Birikim Dergisi*, Sayı.30, 39-44: İstanbul.
- Kılıçaslan, Ç.E.(2008). *Siyasal İletişim: İdeoloji ve Medya İlişkisi*, Kriter Yayınları: İstanbul.
- Kışlalı, A.T. (2010). *Siyaset Bilimi*, İstanbul: İmge Kitabevi.
- Kongar, E.(2010). *Demokrasi ve Kültür*, İstanbul: Remzi Kitabevi.
- Köker, E.(1998). *Politikanın İletişimi İletişimin Politikası*, Ankara: Vadi Yayınları.
- McNair, B.(2007). *An Introduction to Political Communication*, London and New York: Routledge.
- Mutlu, E.(2004). *İletişim Sözlüğü*, Ankara: Bilim-Sanat Yayınları.
- Nimmo, D. (1978). *Political Communication and Public Opinion in America*, California: Goodyear Publications.
- Oktay, M.(2002). *Politikada Halkla İlişkiler*, İstanbul:Derin Yayınları.
- Oskay, Ü.(2001). *İletişimin ABC’si*, İstanbul: Der Yayınları.
- Özerkan, Ş.(2001). *Medya, Dil ve İletişim*, İstanbul: Martı Yayınevi.
- Özkan, A.(2007). *Siyasal İletişim Stratejileri*, İstanbul: Tasam Yayınları.
- Öztekin, A.(2000). *Siyaset Bilimine Giriş*, Ankara: Siyasal Kitabevi.

- Peltekoğlu, F.B.(2007). *Halkla İlişkiler Nedir*, İstanbul: Beta yayınları.
- Rigel, N. (1993). *Medya Ninnileri*, İstanbul: Sistem Yayıncılık.
- Toker, H.(2013). *Ulusal Politikanın Uluslararasılaşması, Siyasal Seçimler, Uluslararası İletişim ve Medya*, Ankara: Orion Kitabevi.
- Tokgöz, O.(2008). *Siyasal İletişimi Anlamak*, Ankara: İmge Kitabevi.
- Topuz, H.(1991). *Siyasal Reklamcılık*, İstanbul: Cem Yayınevi.
- Uslu, K.Z.(1996). “Siyasal İletişim ve 24 Aralık 1995 Genel Seçimleri”, *Yeni Türkiye Medya Özel Sayısı*, Sayı:11,793-794.
- Uztuğ, F.(1999). *Siyasal Marka Seçim Kampanyaları ve Aday İmajı*, Ankara: Mediacat Yayınları.
- Üste, R.B.(2000). “Türkiye’deki Seçim Propagandaları Üzerine Bir Değerlendirme” *Siyasal İletişim I. Ulusal İletişim Sempozyumu Bildirileri*, İletişim Dergisi Yayınları, 35-51: Ankara.
- Van Dyke, V. (1960). *Political Science: A Philosophical Analysis*. California: Stanford University Press.
- Weber, M.(1993). *Sosyoloji Yazıları*, (çev. Taha Parla), İstanbul: Hürriyet Vakfı Yayınları.
- Wolton, D.(1991). *Medya Siyasal İletişimin Zayıf Halkası*, (çev. Hülya Tufan, Ömer Laçiner), Birikim Yayınları: İstanbul.
- Yavaşgel, E.(2004). *Siyasal İletişim Kavramlar ve Ardındakiler*, Ankara: Babil Yayınları.
- Yıldız, U.(1994). *Bir Halkla İlişkiler Yöntemi Olarak Siyasal Reklam*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Zılhoğlu, M. (2010). *İletişim Nedir*, İstanbul: Cem Yayınları.