



Millî Kültür Araştırmaları
Dergisi (MİKAD) Cilt: 3- Sayı: 2-
Aralık 2019 ISSN: 2587 1331

SIYASAL İLETİŞİMİN YENİ DOĞASI VE LİDERLİK

Süleyman ŞAHAN¹

Özet

İkinci dünya savaşının sonrasında sosyal bilimlerin yapısını etkileyen birçok farklı gelişme yaşanmış ve bu durum farklı alanların ve disiplinlerin doğuşunu hızlandırmıştır. Siyasal iletişim kavramı da bu dönem içerisinde siyaset ve iletişim kavramlarının bir araya gelmesiyle oluşmuştur. Aslında siyasal iletişim kavramının tarihsel köklerini insanoğlunun yerleşik hayata geçmesi, ticaretin gelişimine kadar götürebilsek de kavramın kullanımı için asıl belirleyici olan zaman dilimi 20. yüzyıldır. İkinci Dünya Savaş sonrasındaki süreçte yaşanan siyasal, ekonomik ve toplumsal dönüşümler sosyal bilimlerde yeni alanları ortaya çıkarırken yeni bir siyaset yapma biçiminin gelişmesini sağlamıştır. Yeni siyaset biçiminin en önemli aktörleri ise liderlerdir. Çalışmada siyasal iletişimin yeni doğası üç başlıkta özetlenecektir. Bunlardan birincisi yeni bir toplum yaratma düşüncesine paralel olarak özellikle sosyal refah devletinde siyasetin teknik bir alan olarak kavranılmasıdır. İkincisi neoliberal dönemde pazarlama mantığının siyasette yaygınlaşmasıdır. Üçüncü ve son olarak ise internet teknolojisinin gelişiminin sonucunda dijital bir ağa dönüşen siyasetin hem siyasetçilere hem de yurttaşlara sunduğu imkanlardır. Çalışma, üç eksen üzerinde siyasal iletişimin yeni doğasını ve bu doğada liderlerin siyasal alandaki artan gücünü teorik bir çerçevede sunmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Siyasal İletişim, Yeni Siyaset, Liderlik

NEW NATURE OF POLITICAL COMMUNICATION AND LEADERSHIP

Abstract

After the world war two, the various events that affect the structure of social science have occurred and this phenomenon accelerated the birth of the distinct fields and the disciplines. The concept of the political communication also emerged from the convergence of the politics and the communication in this era. Although, the historical origin of this phenomenon reaches the settled life of mankind and the commercial advancements, the decisive timeline for this concept is 20th century. While political, economic and social transformations that occurred after the world war two, created new fields in social science, they also enhanced the new form of the politics. The most important actors of the new political form are the leaders. In this research, the new nature of the political communication will be summarized under the three main titles. First, accepting politics as a technical field, especially in social welfare states, in parallel with the idea of creating a new society. Second, in neo-liberal period, popularizing marketing logic in politics. Third and the last, as a result of the evolution of the internet technologies, the opportunities which are provided to both politicians and citizens by the politics transformed into a digital network. The research presents the new nature of political communication on three axes and the increasing power of the political leader of this nature in the political environment in a theoretical framework.

Key Words: Political Communication, New Politics, Leadership

¹ Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler MYO, suleymansahan28@gmail.com

Giriş

Siyaset ve iletişim kavramlarının bir araya geldiği noktada tanımlanması zor yeni bir kavram olan siyasal iletişim türemiştir. Siyaset ve iletişim gibi kapsamı son derece geniş olan iki kavramın birlikteliği ile oluşan siyasal iletişimi de kavramsallaştırmak bir o kadar güçtür. Siyasal iletişim, siyasal aktörlerin belirli ideolojik öğeler barından amaçlarına birey, grup ve örgütsel yapılara benimsetmek için uyguladıkları çeşitli iletişim tür ve etkinlikleri olarak tanımlanabilir (Aziz, 2003: 3). Siyasal aktörler, siyasal iletişim faaliyetleriyle kendilerini siyasal alanda konumlandırmaktadır. Bu konumlandırma sonucunda oluşacak olan imaj, siyasal aktörün kendini kavrayışının, tanımlayışının ve kendisine ait bütün temsillerin ifadesi olan kimliğin elde edilmesini sağlamaktadır. Ayrıca siyasal iletişim araç ve yöntemleri, siyasal aktörlerin ideolojik bir söylem geliştirmesine ve ideolojik içerikli söylemin geniş kitlelere yayılmasına katkı yapmaktadır (Öztürk, 2015).

McNair'e göre siyasal iletişimin, kitle iletişim araçları üzerinden vatandaş ve siyasal örgütler arasında aracı bir rolü bulunmaktadır (McNair, 2005). Siyasal iletişimin araçsallığı, demokrasinin işleyişinin ve sistemin devamının ana unsurlarından biridir.

20. yüzyılın ikinci yarısı bütün alanlarda olduğu gibi siyasette de değişimler için milat kabul edilecek bir dönemdir. Bu dönemde siyasetteki değişimlerin temelinde demokrasinin yeniden inşası düşüncesi yatmaktadır. İkinci Dünya Savaşı, rasyonel düşünemeyen, bilinçaltı motiflerle hareket eden kitlelerin kontrol edilmediğinde sistem için ne kadar yok edici bir güç olabileceğini dünyanın tamamına göstermiştir. Nasyonal Sosyalist Almanya'da ve Faşist İtalya'da yaşanan kötü deneyimler, kitlelerin demokratik değerler etrafından yeniden tanımlanabilmesi ihtiyacını doğurmuştur. Böylelikle de siyaset ve bilim arasında yakın bir ilişki ağı oluşmuştur. Demokrasi düşüncesinin toplum tarafından içselleştirilmesini sağlamak için sistemin bütün parçalarının birbirine düzenli bir biçimde eklemlendiği daha öncelilere benzemeyen bir düzen ortaya çıkmaya başlamıştır. Temsili demokrasinin daha fazla güçlendirilmesi, sosyal refah devleti çerçevesinde geniş bir toplumsal mutabakatın sağlanabilmesi için siyaset bilimciler tarafından düzenlenen, yurttaşlarla devlet arasında yeni bir anlaşma yürürlüğe konulmuştur (Köker, 2007: 32).

1. Sosyal Refah Devletinde Siyasetin Teknik Bir Alan Olarak Kavranılması

Toplumsal yapının yeniden inşası sürecinde sosyal refah devleti bu sürecin işleyişi için en uygun yönetim modeli olarak tasarlanmıştır. Savaş sonrası dönemin sosyal, ekonomik ve siyasal koşullarına uygun olarak iki kutuplu dünyada yaklaşmakta olan komünizm tehlikesine karşı kapitalist devletler, 1929 ekonomik bunalımında elde ettikleri tecrübeleri uygulama fırsatı bulmuşlardır. Toplumsal yaşam içerisinde bireyleri ve aileleri hastalık, yaşlılık, işsizlik gibi sosyal içerikli risklere karşı koruyan, onlara belirli bir gelir garantisi sunarak kamusal alanı insanca bir yaşam için devlet gücüyle düzenleyen bir yönetim anlayışı, Kıta Avrupa'sından Avustralya'ya kadar dünyanın birçok yerinde Sosyal Demokrat iktidarların "altın çağı" olarak adlandırılmıştır.

Sosyal refah devleti "sistem kuramı" çerçevesinde sistemin her bir ögesini birbirini tamamlayan birer parça olarak görmüştür. Bu anlayış, sistemin aktörleri arasında uzlaşıyla oluşturulacak büyük bir devlet aygıtının yapılanmasını amaçlamaktadır. Büyük sermaye, devlet ve örgütlü işçi hareketi sistemin önemli parçalarıdır. Devletin bürokratik teknik yönetim anlayışı ile sistemin bu parçalar

arasında kuracağı uzlaşma ve uygulayacağı denge siyaseti, kitlesel bir ekonomi programına dayanan refah devletini ortaya çıkarmıştır (Harvey, 1975: 159).

1929 bunalımı öncesinde endüstriyel verimi artırarak ekonomik kar sağlama düşüncesinden dolayı teknik bilgidен yararlanma yoluna gidilmiştir. Bunalım sonrasında ise teknik bilginin önemi siyasal alanda da kavranılmaya başlanmıştır. Amerika Birleşik Devletleri Başkanı Franklin Delona Roosevelt, dünyayı büyük buhrandan kurtaracak reform politikalarını planlamak ve uygulamak için içlerinde halkla ilişkiler uzmanlarının, ekonomistlerin, hukukçuların olduğu profesyonelleri bir araya getirmiştir. Krizi atlatabilmek için uzmanlık bilgisi ile geliştirilen “New Deal” (Yeni Anlaşma) programı, sistemin kendisini yenilemesi için önemli bir fırsat yaratırken, aynı zamanda yönetimlerin teknik bilgiye olan taleplerinin ne boyutlara geldiğini göstermiştir. İkinci Dünya Savaş öncesi başlayan bilim ve siyaset arasındaki yakın ilişki savaş sürecince özellikle de askeri alandaki işbirliği ile devam etmiş savaş sonrası ise demokratik, rasyonel bir toplumsal yapının inşası ile yeni bir boyuta ulaşmıştır. Sosyal refah devleti bu yeni boyutun somutlaştığı bir alandır. Devlet, kapitalist sermaye ve örgütlü işçi sınıfı arasındaki uzlaşmayı sağlayarak öncelikle başta ekonomi olmak üzere toplumsal hayatın tamamını inşa etmeye başlamıştır. İnşa sürecinin planlayıcıları ise başta üniversitelerden gelen bilim adamları olmak üzere alanlarında uzmanlardan oluşan “teknokrat” bir kesimdir. Farklı sınıfların talepleri, beklentileri devletin etkin gücü altında birleştirilerek krizlerin olmadığı, sistemle bütünleşmiş, farklılıkları homojen bir yapı içerisinde erimiş kitlelerin düzen için herhangi bir tehdit oluşturmadığı bu anlayış, devleti de aynı zamanda bürokratik, teknik bir yapı haline getirmiştir.

Farklı çıkar ve taleplerin teknik bir soruna indirgenerek çözüleceğine dair inanç, rasyonel teknik ve ilkelerle siyasal, ekonomik, askeri politikalarında oluşturabileceğine dair düşüncenin daha da derinleşmesine neden olmuştur. Uzmanlık bilgisine dayalı planlama, planlamaya dayalı yönetim anlayışı, bilimin farklı çıkarları dengeleyeceğine duyulan güven bu dönemin anlaşılmasına yardımcı olan ifadelerdir.

Sosyal refah devleti, hedeflediği toplumsal uzlaşmayı sağlayabilmek ve sürdürülebilmek adına örgütsel yapıları güçlü, merkezîyetçiliğin belirgin olduğu, ideolojik mesajlarla toplumu yönlendirebilen parti yapıları yerine, farklı çıkarları dengeleyerek bütünleştirme işlevini yerine getirecek parti yapılarını sistemin devamı için önemli görmüştür. Bu eksende Kıta Avrupa’sındaki “Katolik” ve “Sosyal Demokrat” partilerinde yer aldığı önceden “toplumsal siyasallaşmanın temeli” olan partiler bu özelliklerini kaybetmeye başlamıştır (Swanson, Mancini, 1998). İdeolojik yönü katı olmayan, faydacı tarafı daha dikkat çeken, sınıflar üstü politikalarla kitlelerini mümkün olduğunca genişleterek herkese ulaşmaya çalışan partiler (Kapani, 2002: 175) refah devletinin öngördüğü sistemin siyasal alandaki biçimi haline gelmiştir. Otto Kirchheimer’ın “Catch-All” (1966) parti olarak tanımladığı bu parti yapısı farklı sınıfların çıkarlarını dengeleyerek toplumsal uzlaşmayı tehlikeye atabilecek tartışmaların da önüne geçip geniş bir toplumsal kesimin desteğini arkasına alabilecektir. Örgütün zayıflığı, ideolojik kimliğin ön plana çıkarılmaması, çıkar gruplarıyla “bağış” temelli ilişki kurulması gibi özellikler taşıyan bu parti yapılarının temel amacı farklı sınıfların desteğini sağlayarak seçimleri kazanmaktır.

Parti yapılarında yaşanan değişimler ve dönüşümler partilerin örgütlenme biçimi de etkilemiştir. Güçlü merkezî yapılarıyla ülkenin her tarafına yayılan kitle partilerinde,

partinin üyeleri ve aktivistleri, özellikle seçim dönemlerinde seçmenler ile iki yönlü bilgi akışını sağlayan araçlardır. Ancak parti yapılarındaki farklılaşma iki yönlü bilgi akışının kesintiye uğramasına neden olmuştur. Parti üyelerinin ve aktivistlerinin azalan etkinliklerinin sonucunda partilerin topluma ulaşmasını sağlayan araçlar ise uzmanlar olmaya başlamıştır. Toplumun beklentilerini, taleplerini öğrenerek buna göre mesajlar oluşturarak geniş bir toplumsal kesimin desteğini elde etmeye çalışan siyasal partiler için içlerinde kamuoyu araştırmacıları ve medyada görev alanların da olduğu uzmanlar, en fazla kullanılabilir araçlardır. Böylelikle de siyasal kurumlar ve seçmelerin arasına teknik bilgiye sahip uzmanlar girmiştir.

Sosyal refah devleti, siyasal katılımı seçim sandıklarıyla sınırlandırılan bir anlayışı benimsemiştir. Katılım sadece yönetici kesimin seçimi olarak öngörülmüş boş zaman ve tüketim üzerinde daha çok durulmuştur. Parti yapılarındaki dönüşümle beraber siyasetin uzmanların yaptığı bir etkinlik olarak görülmesi de bu düşüncenin sonucudur. Siyaset, uzmanların teknik bilgisi ile verdiği tavsiye ve yönlendirmelerin olduğu bir alan olarak tasvir edilmiş, refah devletinin egemen paradigması olan sistem yaklaşımından yola çıkarak yurttaşların beklentileri uzmanlar tarafından biçimlendirilen çıktılar haline gelmiştir. (Keskin, 2011: 70) Seçimlerin yurttaşların beklentilerinin ortaya çıkmasını sağlayan katılımın merkezi haline gelmesiyle aynı zamanda büyük bir seçim endüstrisi doğmuştur.

Sosyal refah devletinin asgari katılım öngören anlayışının ve boş zaman, tüketim gibi kavramların üzerindeki vurgusunun somutlaşmasını sağlayan temel etkenlerden biri kitle iletişim araçlarının gelişmesiyle siyasetin medyatikleşen bir alan haline gelmesidir.

Siyasetin medyatikleşmesi siyasetin teknik yönünün hem başka bir bağlamda devam etmesine neden olmuş hem de sosyal refah devletinin arzuladığı boş zaman ve tüketim ağırlıklı bir yapının ihtiyaçlarına cevap veren bir siyasetin oluşmasına zemin hazırlamıştır. Kitle iletişim araçlarının gelişen teknolojisi, parti yapılarında var olan değişimler, sistemin arzuladığı siyasal alan beklentisi medyanın siyasetin biçim ve içeriğinde yeni kalıpları ortaya çıkartmasını sağlamıştır. Medyanın da ihtiyaçları doğrultusunda siyaset klasik anlamdaki sunumundan sıyrılarak yaratılan imajlarla yapılan, görsel zengin unsurlar taşıyan, eğlence yönü ağır basan bir alan haline gelmeye başlamıştır. Gerçeklerin kurgusal imajlarla yer değiştirdiği siyaset, sportif ve eğlendirici yönü olan şov programına dönüşmüştür (Baudrillard, 1996: 37).

Medyatikleşen siyaset uzmanlık bilgisi ile yaratılan imajlar sayesinde daha eğlencelik hale gelirken, popüler kültürün bir çeşidi olan siyaset yapma biçimi belirginleşmiştir (Meyer, 2002: 69). Sözde bir oyuna dönüşen siyasette yurttaşlara ise yalnızca seçimlerde kendisini ifade etmeye çalışan, pasif katılımcı rolü öngörülmüştür.

Siyasetin biçimlendirici, kutuplaştırıcı yönünün kaybolmasına rağmen; siyasal partilerdeki teknik oligarşik yapıya, metalaşan toplumsal ilişkilere ve kitle iletişim araçlarının güdümünde oluşturulmaya çalışılan homojenleştirici kitle kültürüne karşı (Çoşkun, 2006: 72) yeni toplumsal hareketler adı altında tepkiler yükselmeye başlamıştır.

Ulrich Beck'in üst siyaset olarak tanımladığı "siyasal partilere, parlamentoya ve sendikalara" (Beck, 1999: 154) karşı tepkiler ortaya çıkmıştır. Özellikle 1970'lerden itibaren siyasal partilere ve parlamentoya karşı güven azalırken seçimlere katılma oranları büyük oranda düşmeye başlamıştır. Sınıflar üstü politikalar izleyerek farklı toplumsal çıkarlara ve taleplere cevap vermeye çalışan sosyal refah devletinin izlediği

bu yol toplum tarafından benimsenmemiş, asgari katılımıla sisteme entegre edinilmeye çalışılan talepler farklı yollarla kendilerini ifade etmeye başlamışlardır. Geleneksel katılım biçimleri anlamlarını yitirirken “bireysel” öncelikler ve katılımlar ön plana çıkmıştır. “Kendiliğinden harekete geçen yurttaşlar” (Dalton, 1996) siyasal partilerden farklı olarak kendi tutumlarını oluşturmaya başlamıştır.

Gelişmiş Batı toplumlarında özellikle genç ve eğitimli kuşak post materyal öncelikleri ile hareket ederek tercihlerindeki farklılıkları ön plana çıkarmıştır. Bu durumda çevrenin korunması, bireysel özgürlükler, sosyal adalet ve sivil katılım gibi konular politik gündemin içerisinde yer almıştır. (Mazzoleni ve Schulz, 2009: 262). Bireyselleşen siyasette seçimlere katılım da azalmış, gösteri düzenleme, boykot yapma, imza toplama gibi alt siyasetin katılım biçimleri ortaya çıkmaya başlamıştır. Modern yapıdan postmodern yapıya, sanayi toplumundan sanayi sonrasındaki bilişim toplumuna geçişle birlikte ırka, dine, sınıfa ve ideolojiye indirgenemeyecek ulus üstü nitelikleri bünyesinde barındıran ve kültürel eşitsizliğin temel alındığı toplumsal hareketler ortaya çıkmıştır (Şentürk, 2006: 32). Alt siyasallaşmayla beraber bu zamana kadar uygulanan sistem içerisinde kendilerini ifade imkanı bulamayan birey ve gruplar siyasal sürece dahil olarak kendilerini ifade etmişlerdir.

Yurttaşlık değerlerine yönelik atıfların en çok yapıldığı bir dönemde oluşturulmaya çalışan toplumsal alana yurttaşlar tepki göstererek kamusal süreçler içerisinde kendilerinden istenen rollere karşı; kendi özel alanlarına çekilerek tepkilerini ortaya koymuşlardır (Kymlicka, 2004: 411). Planlı ekonomik büyüme, sistem kuramıyla beraber oluşturulmaya çalışan yapı 1970’lerden itibaren çözülmeye başlamış geleneksel ve öngörülebilir siyasal kurumlar bu çözümlü sürecinin önüne geçememişlerdir.

2. Neo-Liberal Dönemde Siyasetin Pazarlamaya Dönüşümü

Sosyal, siyasal, ekonomik değişimler sonucunda 1970’li yıllardan itibaren sosyal refah devleti projesi büyük bir krize girmiştir. Toplumsal hareketler, refah devleti uygulamalarının sosyal ve siyasal alandaki taleplere cevap veremediğinin görünen yüzü olurken ekonomik dönüşümler de içinde bulunulan kriz ortamını daha da derinleştirmiştir.

1929 ekonomik bunalımıyla beraber devletin toplumsal ve ekonomik yaşama müdahale etmesi anlayışı kabul görmüş, sosyal refah devleti sürecinde de ekonomik alanı planlayan, topluma şekil veren, koruyucu devlet anlayışının etkinliği giderek genişlemiştir. 1970’lere gelindiğinde ise devletin düzenleyici gücü altında sürekli büyüme düşüncesi özellikle ham petrol fiyatlarının yükselişi ile durma noktasına gelmiştir. Öncelikle Kıta Avrupa’sındaki olmak üzere OECD ülkelerinin tamamını etkileyen bu süreçte ekonomik büyüme yavaşlarken enflasyon oranları artış göstermiş, yüksek oranda işsizlikle beraber bütçe açıkları yaşanmış, kamunun yaptığı harcamaların arttığı bir ekonomik durum ortaya çıkmıştır (Aktaran Özdemir, 2007: 254).

Yaşlı nüfusun artması, boşanma oranlarının yükselişiyle beraber geleneksel aile yapısının bozulması, demografik yapının değişmeye başlaması, iş piyasalarındaki dönüşümle işsizlik oranlarının giderek artması, sosyal kamu harcamalarının maliyet olarak bütçeye yük olarak görülmesine yol açmıştır. Sosyal, siyasal, ekonomik değişimler sosyal refah devletinin “altın çağının” sonunu ilan ederken bütün dünyada neo-liberal, muhafazakar işbirliği ile “yeni sağ” düşüncüyü filizlendirmiştir.

19. yüzyılda birbirine rakip olan liberal ve muhafazakar düşünce 20.yüzyılın ikinci yarısından itibaren yeni bir şekle girerek “yeni sağ” adıyla ortak bir zeminde buluşmuştur (Özdemir, 2009: 66). Sosyal refah devleti uygulamalarına tepki duyan Neo-liberal ve muhafazakar düşünceler, sosyalizme karşı bir araya gelmiş ve bunun sonucunda aralarında geçişken bir ilişki oluşmuştur (Akdoğan, 2004: 43). Bu geçişken ilişki birbirinden farklı kavramların bütünleşmesinden oluşan yeni bir yönetim biçimini meydana getirmektedir. Neo liberallerin ekonomik verimliliği önceleyen pazar ekonomisine dayalı sınırlı devlet anlayışı ve bireysel özgürlük gibi istekleriyle; neo muhafazakarlığın otoriteye ve geleneklere dayalı olan kanun ve düzen arayışının kendine özgü şekilde birbirine eklenmesi yeni sağın karmaşık özellikler arz eden söylemini meydana getirmektedir (Özkazanç, 2007: 42).

Yeni sağ düşüncede devlet, sosyal refah devletinde olduğu gibi piyasayı müdahalede bulunmayan sadece piyasa mekanizmalarının etkin bir şekilde işleyebilmesi için düzenlemeleri yapan gerisine karışmayan “gece bekçisi” rolüne uygun bir şekilde tasvir edilmiştir. Piyasa mantığının toplumun her alanına nüfuz ettiği yeni sağ düşüncede “birey” ve “bireyin girişimciliği” piyasa ve ekonomi temelli yapının işleyebilmesi için önemli bir dayanak noktasıdır. Piyasa toplumunun sağlıklı bir şekilde işleyebilmesi bireyin girişimciliğine bağlanırken, bireye yapılan vurgular toplumcu düşüncelerin de geri plana itilmesine neden olmuştur. Bireyciliği, rekabetçiliği, eşitsizliği öne çıkaran söylemler ile kültürel kimliği merkeze alan cemaatçi söylemler toplumcu söylemler yerine kullanılmaya başlanmıştır (Keskin, 2011: 85).

Sosyal refah devleti döneminin uygulamalarına duyulan tepkiler ekonomik anlamda yeni düşünceleri de beraberinde getirirken siyasal anlamda da seçmenler farklı arayışlar içerisine girmişlerdir. İnanırlılığını kaybeden uygulamalara tepki olarak neo-liberal ve muhafazakar düşüncelerinin işbirliği ile oluşan yeni sağ politikalar, dünyanın farklı yerlerinde seçmenlerin tercihi haline gelmiştir. Birleşik Devletler de Ronald Reagen, İngiltere’de Margaret Thatcher, Almanya’da Helmut Kohl, Türkiye’de Turgut Özal’ın iktidara gelişiyle beraber 1970’lerden itibaren başlayan değişim dönemi tamamlanmıştır.

Yeni sağ düşünce, sosyal refah devletinin özellikle ekonomik alanda birçok uygulamasını sert bir şekilde eleştirmiştir. Devletin ekonomik alandaki müdahil rolü, kamu harcamalarının artmasının yarattığı sıkıntılar bunlardan en fazla öne çıkanlardır. Ekonomik alandaki yoğun eleştirilere rağmen siyasal alandaki dönüşümler yeni dönemde de devam etmiştir. Devlet organlarının aşırı büyümesinden dolayı “yönetilemezlik” sorunu etrafında siyasetin teknik bir alan olarak algılanışına devam edilmiştir. Büyük bir bürokratik ağa dönüşerek hantallaşan devlet aygıtının reformlarla etkin bir hale getirmek için uzmanlık bilgisine ihtiyaç duyulduğundan ekonomik ve siyasal birçok konu teknik olarak algılanmıştır.

Yeni sağ düşüncenin serbest pazar mantığına bağlı ekonomik söyleminin yansımaları siyasal alanda da hissedilmiştir. Seçmenlerin partilerle kurdukları bağların zayıflaması, kararsız seçmen sayısının her geçen gün artmasıyla beraber siyasal partilerde seçmenlerin oylarının peşinde koşan birer işletmeye dönüşmüştür. Medyanın etkisi ile eğlencelik hale gelen, içi boşaltılan siyaset, neo-liberal düşüncelerin etkisi ile pazarlama kavramının bir parçası haline gelmiştir. Siyasal partilerin etkinliğinin azaldığı bir dönemde partilerin boşluğu “liderler” tarafından doldurulmuştur. Partilerin, ideoloji veya vaatlerinden ziyade liderleriyle topluma ulaşmaya başlaması pazarlamanın

merkezine siyasetçinin kişiliğinin yerleşmesiyle sonuçlanmıştır. Neo-liberal dönemde siyasetin içeriği siyasetçinin kişiliği etrafında medya ve pazarlama teknikleri tarafından biçimlenmektedir. Siyasetin pazarlamanın kural ve mantığı ile düzenlenmesiyle seçmenlerde tüketiciler haline gelmişlerdir. Herhangi bir markadan farkı kalmayan siyasetçi pazarın ihtiyaç ve beklentilerine göre kendini konumlandırmak zorunda kalmıştır.

Pazarlama ve medya kültürünün etkisinde görselleştirilmiş siyaset geleneksel söylemlerini kaybetmiştir. Görselliğe ayrıcalık tanıyan siyasetin yeni söyleminde liderlerin sahne önündeki yıldızlardan farklılığı kalmamıştır. Thomas Meyer, eğlencelik hale gelen siyasetin yeni biçimlerinin politikacı profilini de değiştirdiğini ifade etmiştir. Meyer'e göre iki tip siyasetçi bulunmaktadır. Bunlardan birincisi, evrak çantası siyasetçisidir. Bu siyasetçi, geleneksel siyasetin bütün sıkıcılığını ve zorluğunu, bürokratik yönünü barındıran, vaktinin büyük bölümünü metinlere, belgelere ve tartışmalara ayıran siyasetçidir. Siyasetçi tipinin diğer bir örneği olan aktör-siyasetçi ise medya yapımı bir yıldıza benzemektedir. Kendine güvenen ve işini uyurken bile yapılabilecek meziyetlere sahip olan siyasetçi, gerektiğinde hiç zorlanmadan "bay dürüstü" oynayabilir (Meyer, 2002: 93-94).

Neo-liberalizmin ve muhafazakarlığın pragmatik şekilde gerçekleşen işbirliği ile doğan yeni sağ düşünce, sosyal refah devleti ve onun uygulamalarının eleştirisi üzerinden yükselişe geçmiştir. Ekonomik ve sosyal alanda yeni sağ düşünceler etrafında toplum yeniden dizayn edilirken sosyal refah devletinde var olan siyaset yapmanın biçim ve içeriğindeki değişimler bu dönemde artarak devam etmiştir. Siyasetin teknik bir alan olarak algılanması devletin yönetilemediği sorunsalı etrafında meşrulaştırılırken kitle iletişim araçlarının artan etkisi, ekonomik söylemin toplumun her alanına nüfuz etmesiyle pazar paradigmaları siyaseti biçimlendirmiştir. Değişen seçmenin beklentilerine cevap vermeye çalışan siyasal partilerde pazarlanacak en önemli nesnenin "lider" in olması siyaseti kişiselleştirmiş, artık siyasetin biçim ve içeriği değil sunumu da uzmanlık bilgisi gerektirmeye başlamıştır. Lider ve liderin imajı pazarın ögesi haline gelirken sunumu da siyaseti teatral bir alan haline getirmiştir.

Simgesel siyasetin yükselişi, liderlerin sahne önünde imaj ve sahte olayların birleşimini sahnelemesi, popüler kültürün ürünü olan bir siyaset yapma biçimini meşrulaştırmaktadır. Medyatikleşmenin etkisini her geçen gün daha fazla hissettirmesi siyasal aktörleri medya kodlarına uymaya zorlamıştır. Radyo ve televizyonun ardından sonra internet teknolojisindeki gelişme, hem siyasal aktörlere hem de yurttaşlara kendilerini ifade edebilecek yeni fırsatlar sunmuştur. Siyasal iletişimin değişen doğasının son bölümünde dijitalleşen siyaset ve yeni katılım imkanlarının yaratılması yer almaktadır.

3. Dijital Dönemde Siyaset ve Yeni Katılım İmkanları

Bilgisayar teknolojilerindeki gelişmeler, internetin yaygınlaşması kitle iletişim araçlarının siyaset üzerindeki etkilerinin son halkasını oluşturmaktadır. Televizyonla beraber siyasette "imajlar" dönemi başlarken internet, bu dönüşümü farklı bir yere taşımıştır. Televizyonun etkisi ile kamusal söylemler, siyasal ideolojiler önemini kaybederken imajlar ve onların uyandırdığı izlenimler siyasetin yeni dayanak noktalarını oluşturmuştur. Modernleşme ve medyatikleşme kavramının iç içe geçtiği bu dönemin bir devamı olan; ama değişen post modern ihtiyaçlara da cevap verebilen yeni tekniklerin kullanıldığı bir süreç ortaya çıkmıştır.

Bilgisayar kullanımı, web 2.0 tabanlı yazılım gibi kavramlar yeni olmamasına rağmen siyaset için belirleyici bir güç olması 2000’li yıllardan sonraki gelişmelere denk gelmektedir. “Sosyal medya” kavramıyla yakın bir geçmişte hayatımıza giren ve büyük bir hızla yaşam alanımızı çevreleyen bir unsur olan internet, siyaset içinde yeni sunum biçimlerinin ortaya çıkmasını hızlandırmıştır. 1950 sonrası “New Politics” (Yeni Politika) olarak adlandırılan Birleşik Devletlerden bütün dünyaya yayılan siyasetin yeni teknikleri zaman içerisinde dönüşümler geçirerek yine Birleşik Devletler üzerinden bütün dünyaya yayılmıştır. Nasıl ki Televizyonun kullanımında 1960 Amerikan Başkanlık seçimleri bir milatsa, sosyal medyanın kullanımında da 2008 seçimleri başlangıç noktasıdır. Barack Obama “Yes We Can Change” sloganı ile dünyaya Yeni Amerika’yı anlatırken seçim döneminde kullandığı araçlar da yeni bir dönemin başladığını haber etmiştir. İçlerinde Facebook yöneticilerinin de olduğu sosyal medya konusunda uzmanlarla hazırlanan seçim kampanyası kullandığı sloganların yanında bu sloganları kitlelere ulaştıran araçlar ve yarattığı algı ile Amerika Kıtası dışında da büyük bir etkiye sahip olmuştur. Enformasyonun hızlı dolaşımının içeriğinden daha değerli olduğu günümüzde siyasetçiler milyonlarca kişiye mesajlarını internet üzerinden anlık olarak ileterek kendi lehlerinde bir kamuoyu oluşmasını sağlayabilmektedir. Teknolojinin, teknokratların oluşturduğu teknik bilgi ile siyasal alana nüfuz etmesini Farrell, 3T ile özetlemiş, bu formülasyonun seçim kampanyalarının da biçim ve içeriğini değiştirip kitle iletişim araçları üzerinden özel teknikler kullanılarak toplumun her kesimine ulaşabilecek mesajların hazırlandığı, miting ve toplantı düzenlemek gibi geleneksel yöntemlerin terkedildiği “sermaye yoğun” kampanya biçimini yarattığını belirtmiştir (Mancini, 2009: 286). Parti aktivistlerinin ve çalışanlarının emeği ile oluşturulan kampanyalar yerlerini uzmanlık bilgisinin şekillendirdiği yeni gerçekliğin alanlarına bırakmıştır.

Siyasal iletişim uygulamalarında ve seçim kampanyaları dönemlerinde iletişimin hızını ve kapsamını genişleten sosyal medya çeşitli biçimlerde kullanılmaktadır. Siyasal partiler, adaylar ve liderler seçmenlerle iletişim kurabilmek için geleneksel kitle iletişim araçlarının yanında siyasal iletişim sürecini değişime uğratan sosyal medyadan sıklıkla faydalanmaktadır (Göksu, 2018: 77).

Sosyal medya; Facebook, Twitter, Tumblr, Pinterest, Instagram gibi farklı mecralara dağılmış durumdadır. Facebook ve Twitter daha ön planda olsa da Barack Obama seçim kampanyası boyunca bu araçların hepsinden yararlanma yoluna gitmiştir. Twitter ve buradan verilen mesajlar takipçilerin de iletişim sürecine hızlı bir şekilde dahil olmasıyla sosyal medyanın diğer mecralarından farklı bir konumda durmaktadır. Siyasetçiler sadece seçim kampanyalarında değil siyasetin rutin işleyişi içerisinde de gündeme dair mesajlarını sosyal medya üzerinden topluma ulaştırabilmektedir.

Sosyal medya siyasetçiler için yeni bir araç olduğu gibi yurttaşlar içinde kendilerini ifade edebilecekleri bir alan haline gelmiştir. Sosyal medya, yurttaş ve toplum arasındaki ilişkiler “katılımcı demokrasi” düşüncesiyle beraber açıklanmaktadır. Geleneksel medya organlarının sermayeye dayalı mülkiyet yapısı bilginin içeriğinde de merkezi bir denetim oluşturmuştur. Televizyon, gazete gibi geleneksel medya organlarında kendilerine yer bulamayan, sistemin dışında kalan yurttaşlar sosyal medya organları içerisinde kendilerini ifade edebilmektedir. Televizyonla beraber eğlenceli olanın bütün söylemlerin “üst ideolojisi” haline gelmesiyle (Postman, 2012: 102) yurttaşların fikirleri ve talepleri geri plana itilmiştir. Siyasal partilerin de yirminci yüzyılın üçüncü çeyreğinden itibaren yurttaşların beklentilerine cevap verememesiyle

birlikte toplum düşüncelerini kanalize edebilecek mecralar aramaya başlamış ve sosyal medya özelinde internet bu gereksinimlere bir nebze de olsa cevap vermiştir.

Yurttaşlar, siyasi otoriteye karşı temel hak ve özgürlüklerini korumak, kendilerini ifade ederek beklentilerini meşrulaştırabilmek için interneti araç olarak kullanmaya başlamışlardır. John Street, bu süreci “elektronik demokrasi” olarak adlandırmaktadır (Street, 1997). Demokrasinin klasik araçlarının ihtiyaçlara cevap verememesiyle beraber “doğrudan demokrasi” düşüncesi sanal ortamda hayat bulmaktadır. Street’in bu düşüncesine, yeni katılım araçlarının demokrasinin geleneksel yapılarını bozabileceği ve medya güdümlü demokrasiyi kuvvetlendirerek siyasetteki yapı bozumunun devam edeceğine dair eleştiriler gelmiştir. Street’e aynı zamanda sadece erişime ulaşabilenlerin kendilerini ifade edebileceği gibi, farklı seslerin çokluğunun dezenformasyona yol açacağı, yüz yüze iletişimin sağlayacağı faydanın sanal ortamda sağlanamayacağı, internet teknolojilerine ulaşma konusunda kaynak dağılımındaki eşitsizliklerin katılıma da yansıtacağı gibi eleştiriler de yapılmaktadır (Street, 1997: 31-33).

Farklı düşünceler etrafında şekilleniyor olsa da internetin gücü siyasal alanda olduğu kadar toplumsal alanda da yadsınamayacak bir gerçektir. İnternet bugün sadece siyasetçiler için değil yurttaşlar içinde çok önemli araç haline gelmiştir. Siyaseti yeniçağın ihtiyaçlarına uygun bir şekilde dizayn ediyor olsa da yurttaşlara alternatif katılım yollarını açması da interneti, çok bilinmeyenli bir denklem haline getirmektedir. Bir yandan demokrasinin katılımcı yönünü güçlendirirken diğer yandan uzmanlık bilgisi ile şekillenen yönüyle bireylerin iradelerini sanal gerçekliklere bırakmasının bir aracı olup olmadığı internet üzerinde yapılan tartışmaların farklı boyutlarda ele alınmasını zorunluluk haline getirmiştir.

Sosyal refah devleti uygulamalarına, siyasal partilerin ve devlet aygıtının bürokratik oligarşisine, kitle iletişim araçlarının homojen toplumsal yapı için aracı rollerine karşı duyulan tepkiler 1970’lerde yeni toplumsal hareketlerin ortaya çıkmasına neden olmuştu. Öngörülebilir siyasal mekanlar ve araçlar anlamlarını yitirirken yurttaşlar, kendi bireysel öncelikleri ile yeni katılım araçlarına yönelmişlerdi. Aradan geçen yıllar boyunca siyasetin teknik algılanışına devam edildiği gibi televizyonun başını çektiği kitle iletişim araçları sistemin devamlılığını sağlayan, yurttaşın özgünlüğünü yaşayıp ifade etmesine izin vermeyen bir araca dönüşmüştür. Yakın geçmişimizdeki birçok gelişme artık geleneksel medya organlarının kitleleri bir arada tutmaya güçlerinin yetmediğini göstermektedir. Yaşam kalitesi, eşit haklar, bireysel olarak kendini gerçekleştirme, katılım ve insan hakları gibi sorunsallar etrafında 1970’lerdekinden sonra yenilenmiş toplumsal hareketler ortaya çıkmıştır (Habermas, 2001: 849). Farklı yer ve zamanlarda farklı dinamiklerin etkisi ile meydana gelen toplumsal hareketlerin ortak paydası, örgütsüz yapılar içerisindeki bireylerin internet aracılığı ile bir araya gelerek sistemin gücüne meydan okuyan toplumsal hareketler niteliği taşımasıdır. İnternet, kitleleri bir araya getirme gücüyle Kuzey Afrika ve Ortadoğu’da “Arap Baharıyla” yönetimleri değiştiren toplumsal direnişin aracı olmuştur. İnternet, bireysel beklenti ve taleplerin kitlesel güdülerin içerisinde kaynaşmasına yol açarak bireyselliğin kamusal alanda sesini duyurmasına neden olmaktadır. İnternet ile aktivizm dijital hale gelerek küresel bir fenomen biçimine bürünmüştür. İnternet teknolojisi, aktivist grupların organize olmasını sağlarken, herhangi bir lokasyonda sınırlı kalan aktivist hareketlerin farklı coğrafyalara hızlı bir şekilde yayılmasına sebep olmuştur. Enformasyon akışının saatler ve dakikalar

içerisinde küresel hale gelmesiyle bunu engelleyebileceği düşünülen baskıyla şekillenen yöntemler sonuçsuz kalmaya başlamıştır (Wakefield, 2009: 107)

Facebook, Twitter, Youtube gibi sosyal medyanın mecraları kitlelerin etkileşim halinde olması için bir alan yaratmıştır. Ötekileştirilmiş, temsil edilme imkanı verilmemiş muhalif sesler sosyal ağlar sayesinde örgütlenebilmişlerdir. Arap Baharı dijital teknolojinin oluşturduğu ağların yurttaşlar üzerindeki etkilerinin küresel boyuttaki yansımalarının en önemli örneklerinden biridir. Tunus'ta meyve satıcısı olan Mohammed Bouazizi'nin kendini yakmasıyla ve olay anının görüntülerinin Facebook üzerinde paylaşılmasıyla başlayan Arap Baharı, başta Tunus olmak üzere başka ülkelere sıçramıştır. Geleneksel medya organlarına yapılan baskılara rağmen olaylar an ve an sosyal medya üzerinden bütün dünyaya yansıtılmış ve bu durumda sanal ortamda binlerce kişinin yönetimlere karşı ortak bir amaç uğruna bir araya gelmesiyle sonuçlanmıştır. Sosyal medya temsil imkanı bulamayan muhalif politik söylemlere seslerini duyurma imkanı yaratmıştır. Evgeny Morozov, sosyal medyadan yararlanma stratejilerini; ulaşılabilir olmak ve doğru bilgiye ulaşmak, belli sorunlar karşısında kamuoyunun dikkatini çekmek, seçmenlere yardım etmek maksadıyla verileri analiz edip hepsinin bir arada olmasını sağlamak, politikacılarla ve seçmenlerle doğrudan temas kurabilmek, yeni üyelerle iletişime geçmek, eylemleri mobilize ederek, lojistik olarak takviye etmek, kolektif olarak yapılacak eylemler için yeni yöntemler bulmak, sivil toplum örgütleri arasındaki bilgi alışverişinin hızlandırmak şeklinde özetlemiştir (Morozov'dan Aktaran Karagöz, 2013: 140).

İnternetin siyasetin üretimi ve sunumundaki etkileri düşünüldüğünde siyasal sürecin aktörleri tarafından farklı şekillerde değerlendirildiğini görüyoruz. Siyasetçiler için kitle iletişim araçlarının gelişiminin bir devamı olarak tanımlanan internet, sosyal medya aracılığıyla propaganda yapılacak bir araç olarak değerlendirilmektedir. Radyo ve televizyondan sonra internet de topluma ulaşabilecek yeni bir mecra yaratmıştır. Hız ve şimdiki zaman üzerine dizayn edilen toplumsal yapının ihtiyaçlarına cevap verebilecek araç internet haline gelmiştir. Yurttaşlar içinse bu süreç kendilerini ifade edebilecek katılım yollarını açabilecektir. Farklı araçsallaştırmalara rağmen internetin günümüzde etki ve gücü yadsınamaz bir gerçek olarak yaşamın her alanında fark edilmektedir.

Sonuç

İkinci Dünya Savaşı sonrası döneminde yaşanan gelişmeler toplumsal yaşamın tamamına yayılan dönüşümleri tetiklemiştir. Yurttaşın kitle olarak sistemin işleyişini tehlikeye atabilecek her çeşit girişimini engellemek için ekonomik, toplumsal, siyasal birçok konu teknik bir soruna indirgenerek siyasetin uzmanlaşmasının önü açılmıştır. Yeniden yapılanma dönemindeki politikalar, siyasal parti yapılarındaki değişim, kitle iletişim araçlarındaki gelişmeyle beraber siyaset sahnesinde oluşan boşluğu teknik bilgi sahibi uzmanlar doldurmaya başlamıştır. Yurttaşlarla siyasal partiler arasındaki bağları da bu uzmanlar sağlamıştır.

Sosyal refah devleti uygulamalarıyla başlayan siyasetin teknik olarak algılanışı neo-liberal, muhafazakar düşüncenin işbirliği ile ortaya çıkan yeni sağ yönetim biçiminde de devam etmiştir. Sosyal refah devletinin özellikle ekonomik alandaki politikalarına verilen bir tepki olan yeni sağ düşüncenin oluşturmaya çalıştığı pazarlama ve medya mantığına dayalı siyasal alanda, uzmanlara yine aracı roller düşmüştür.

Neo-liberal politikaların bütün dünyayı etkilediği süreçte kitle iletişim araçlarındaki gelişme internetin kullanılmasıyla beraber yeni bir düzeye ulaşmıştır. Zamanın ve mekânın iç içe girdiği bir dönemde bilgi sanal ortamda hızlı bir şekilde dolaşıma girmiştir. İnternetin sosyal medya kanalları üzerinden siyasetin özellikle de sunumu üzerindeki etkileri farklı bağlamlarla değerlendirilen kavramları da ortaya çıkartmıştır. Siyasetin pazarlama oyununa dönüştüğü bir sürecin devamının katılımcı demokrasi kanallarının açılmasına neden olup olmadığı siyasal alanda yapılan tartışmaların merkezinde yer almaktadır.

Siyaset, son altmış yıldır bütün değişim ve dönüşümlerle, farklı yönetim anlayışlarına rağmen tarihsel süreç içerisinde “teknik” olarak yapılan bir faaliyet haline gelmiştir. Siyasal alanda geleneksel yapılar başta siyasal partiler olmak üzere önemini kaybetmiş, siyaset kitle iletişim araçları üzerinden yürütülen kazananların ve kaybedenlerin burada belli olduğu bir yapıya bürünmüştür. Birbirlerine rakip olarak ortaya çıkan siyasal düşüncelerin “ideoloji” kavramına olan mesafeli tutumları sonucu kavramın içi boşaltılmış, bunun yerine de uzmanlık bilgisinin sağlayacağı verilerin koyulması amaçlara ulaşabilmek için daha pragmatik bir yol olarak görülmüştür.

Siyasal partilerin giderek birbirlerine benzemesi, ideolojik yapının zayıflaması, medya kültürünün siyasal alandaki egemenliği liderliğin büyük güç olarak doğmasıyla sonuçlanmıştır. Siyasetin teknik bir alan olarak kavranılması uzmanların bilhassa siyasetin sunumundaki rollerini artırmıştır. Siyasal alanda ideolojinin etkinliğini kaybetmesi siyasal partileri de birbirlerine benzeyen örgütler haline getirmiştir. Bu noktada siyasetin üretiminin yanında sunumunda da özgünlüğü ortaya koyabilecek olan dinamik liderlerdir. Yani liderler, siyasal bir aktör olmanın ötesinde partilerin ve ideolojilerin üstünde siyasetin farklılık yaratan tarafının en önemli parçası olmuştur. Ayrıca liderler, siyasetin teknik tarafında yer alan uzmanların da topluma sunabilecekleri malzemedir. Liderler, adete bir pop starı gibi, yeni zamanların imajlara ve görüntülere dayalı siyasetinde uzmanlık bilgisiyle son derece profesyonel bir şekilde seçmenlerinin karşısına çıkmaktadırlar.

Farklı yönetim anlayışları ve amaçları altında da olsa yurttaş her zaman pasif izleyici rolü uygun görülmüştür. Sosyal refah devletinin çatışmasız işleyen toplumsal yapıyı inşa düşüncesine, neo-liberal dönemin bireyi tüketirken toplum içerisinde görme arzusu da eklenince yurttaşın siyasetteki katılımı seçim sandıklarıyla sınırlandırmıştır. Pazarlama oyununa dönüşen, gerçekliğin bir tarafa itilerek imajların oluşturduğu algılar üzerinden yükselen yeni siyasette, siyasetçi pazarlanan ürün; yurttaş da bu ürünü tüketen pasif bir kişi haline gelmiştir.

Yurttaşlar yeni siyasetin uygulanma biçimine iki farklı dönem içerisinde değişik dinamiklerin etkisi ile karşı çıkmışlardır. Yeni toplumsal hareketler bağlamında sisteme karşı isyan eden yurttaş, aradan geçen dönemde bu sefer kitle iletişim araçları vasıtasıyla geleneksel iletişim araçlarının kendisine karşı da tepkisini ortaya koymuştur. Yurttaşlar, kendi beklentileri ve istekleri dışında sistemin pasif ögesi olmadıklarını kendilerine dayatılan teknikleri kullanarak cevap vermiştir. Siyasetin toplumu yönlendirmek için kullandığı araçlar, siyasetin kendisine karşı bir güç olarak dönmüştür. Yurttaşlar, uzmanlık bilgisi ile tasarlanan, lideri önceleyen siyasetin devasa ve göz kamaştırıcı gücü karşısında bireysel öncelikleri ile durmaya başlamış gösterinin pasif aktörü olmaya farklı dönemler içerisinde başkaldırmıştır.

1950 sonrası siyasal iletişimin yeni doğasında üç dönem ayırt edilmektedir. Bunlar; sosyal refah devletinde siyasetin teknikleşmesi, neo liberal dönemde medya ve pazarlama mantığının siyasette egemen olması ve sosyal medyayla beraber siyasetin dijital bir hale gelmesidir. Bu üç dönemin ortasında ise liderin siyasetin temel taşıyıcı gücü olması gelmektedir. Lider ve onun taşıdığı imaj siyasetin yeni gerçekliğini temsil etmektedir.

KAYNAKÇA

- AKDOĞAN, Yalçın (2004). *AK Parti ve Muhafazakar Demokrasi*. İstanbul: Alfa Yayıncılık.
- Aysel, Aziz (2003). *Siyasal İletişim*. Ankara: Nobel Yayınları.
- BAUDRILLARD, Jean (1996). *Sessiz Yiğınların Gölgesine ya da Toplumsalın Sonu*. (çev. Oğuz Adanır). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- BECK, Ulrich (1999). *Siyasallığın İcadı*. (çev. Nihat Ülner) İstanbul: İletişim Yayınları.
- ÇOŞKUN, Mustafa Kemal (2006). Süreklilik ve Kopuş Teorileri Bağlamında Türkiye’de Eski ve Yeni Toplumsal Hareketler. *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi*. cilt 61,sayı 1,s.67-102.
- DALTON, Russell, J. (1996), *Citizen Politics: Public Opinion and Political Parties in Advanced Industrial Democracies*. Chatham, NJ: Chatham House.
- GÖKSU, Oğuz (2018). *Siyasal İletişim “İktidar” İçin Yapılır (Siyasal Kültür Perspektifiyle)*. Konya: Literatürk Akademi.
- HABERMAS, Jürgen (2001). İletişimsel Eylem Kuramı. *Yeni Türkiye 21.Yüzyıl Özel Sayısı*. sayı:19.
- HARVEY, David (1997). *Postmodernliğin Durumu*. (çev. Sungur Savran) İstanbul: Metis Yayınları.
- KARAGÖZ, Kezban (2013), Yeni Medya Çağında Dönüşen Toplumsal Hareketler ve Digital Aktivizm Hareketleri. *İletişim ve Diplomasi*. Temmuz-Aralık 2013,sayı:1, s.131-156.
- KAPANİ, Munci, (2002), *Politika Bilimine Giriş*. Ankara: Bilgi Yayınevi.
- KESKİN, Fatih (2011). *Politik Profesyoneller ve Uzmanlar*. Ankara: De Ki Yayınları.
- KIRCHHEIMER, Otto (1996). The Transformation of Western European Party System. (der. L.Palmimbara, M. Weiner) *Political Parties and Political Development*. NJ: Princeton University, s.177-200
- KÖKER, Eser (2007). *Politikanın İletişimi İletişimin Politikası*. Ankara: İmge Kitapevi,
- KYMLICKA Will (2004). *Çağdaş Siyaset Felsefesine Giriş*. İstanbul: İstanbul Bilgi Yayınları.
- MANCINI, Paolo, SWANSON, David L. (1998). Politics, Media, and Modern Democracy Introduction. (eds. David L. Swanson, Paolo Mancini) *Politics, Media, and Modern Democracy an International Study of Innovations in Electrol Campaigning and Their Consequences*. Westport: Preager Publishers.
- MANCINI, Paolo (2009). Politik Profesyonellikte Yeni Ufuklar. (der. Fatih Keskin,

- Pınar Özdemir) *Halkla İlişkiler Üzerine*. Ankara: Dipnot Yayınları.
- MAZZOLENİ, Gianpietro, SCHULZ, Winfred (2009). Politikanın Medyatikleşmesi: Demokrasiye Bir Meydan Okuyuş Mu?. (der. Fatih Keskin, Pınar Özdemir) *Halka İlişkiler Üzerine*. Ankara: Dipnot Yayınları.
- McNAIR, Brian (2005). *An Introduction to Political Communication*. New York: Routledge.
- MEYER, Thomas (2002). *Medya Demokrasisi*. (çev. Ahmet Fethi) İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.
- ÖZDEMİR, Süleyman (2007). *Küreselleşme Sürecinde Refah Devleti*. İstanbul: İTO Yayınları.
- ÖZDEMİR, Süleyman (2009). Küreselleşme ve Refah Devletleri Üzerindeki Etkileri, *Sosyal Siyaset Konferansları Dergisi*, sayı: 57, s.56-86
- ÖZKAZANÇ, Alev (2007). *Siyaset Sosyoloji Yazıları: Yeni Sağ ve Sonrası*. Ankara: Dipnot Yayınları.
- ÖZTÜRK, Bülent (2015). Siyasal İletişimde İdeolojik Söylem: 7 Haziran 2015 Genel Seçimleri Üzerine Bir İnceleme. *Eğitim ve Toplum Araştırmaları Dergisi*. Cilt 2, Sayı1, s.68-85.
- POSTMAN, Neil (2012). *Televizyon: Öldüren Eğlence (Gösteri Çağında Kamusal Söylem)*. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- STREET, John (1997). Remote Control? Politics, Technology and 'Electronic Democracy'. *European Journal of Communication*. s. 27-42.
- ŞENTÜRK, Ünal (2006). Küresel Yeni Sosyal Hareketler ve Savaş Karşıtlığı. *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*. Mayıs 2006 cilt : 30 no:1, s. 31-46
- WAKEFIELD, Robert, I. (2009). Uluslararası Halkla İlişkiler Teorisi, İnternet ve Aktivizm: Kişisel Bir Düşünce. der. Fatih Keskin, Pınar Özdemir) *Halkla İlişkiler Üzerine*. Özdemir, Ankara: Dipnot Yayınları.