

Türkiye’de Siyasal İletişim Çalışmalarını Haritalandırmak: Türkçe Araştırma Makaleleri Üzerine Bir İnceleme

Ayşe Nevin Yıldız

Hacettepe Üniversitesi İletişim Fakültesi
<https://orcid.org/0000-0002-0524-5029>
newaysenevinyildiz@gmail.com

Umut Yener Kara

Hacettepe Üniversitesi İletişim Fakültesi
<https://orcid.org/0000-0002-0556-4863>
umutyener84@gmail.com

Gökhan Arıkan

Bağımsız Araştırmacı
<https://orcid.org/0009-0005-3421-1724>

Öz

Siyasal iletişim araştırmaları, sosyal bilimlerde siyaset bilimi, iletişim ve medya çalışmaları gibi disiplinlerin yoğunlaştığı önemli bir interdisipliner alan niteliğindedir. Alan, yurt dışında olduğu gibi Türkiye’de de geçmişte iletişim disiplininin kurumsallaşması açısından kurucu bir rol oynamıştır. Yurt dışında yapılan güncel çalışmalar alanda bir “kamusal iletişim krizi” teşhisi yapmakta, bu krizin aynı zamanda siyasal iletişim çalışmaları için de bir meydan okuma anlamına geldiğini iddia etmektedirler. Bununla birlikte Türkiye’de alanın güncel durumunu ve eğilimlerini, yayımlanmış araştırma makalelerini analiz ederek özetleyen ve tartışan herhangi bir çalışma bulunmamaktadır. Bu eksiklik bir yandan Türkiye’deki siyasal iletişim çalışmalarının güncel durumu hakkında konuşmayı imkânsız hale getirirken diğer yandan da “kamusal iletişim krizi” teşhisinin

<http://ilefdergisi.ankara.edu.tr>

ilef dergisi ■ 11 (1) ■ bahar/spring: 79-110

Araştırma Makalesi ■ DOI: 10.24955/ilef.1328452



Türkiye açısından geçerli olup olmadığı sorusunu tartışmayı zorlaştırmaktadır. Söz konusu soruları merkeze alarak alanın bir portresini çıkarmayı amaçlayan bu çalışmada DergiPark ve TR Dizin’de “siyasal iletişim” veya “siyasi iletişim” ifadelerini başlığında, özetinde ya da anahtar kelimelerinde içeren 254 makale manuel ve otomatik içerik analizi yöntemleriyle; araştırma türü, konu, metodoloji, yöntem ve teori bakımından analiz edilmiştir. Sonuçlarımız, (1) Türkiye’de siyasal iletişim araştırmalarının ağırlıklı olarak metin analizi yöntemlerini tercih eden, (2) konu olarak seçim kampanyalarına ve reklamlarına odaklanan, (3) mecra olarak Twitter başta olmak üzere sosyal medyaya yönelen, (4) teori kullanımının sınırlı olduğu, (5) sınırlı bir uluslararası karaktere sahip ve son olarak (6) iletişim araştırmaları içinde, spesifik olarak ise halkla ilişkiler ve pazarlama bölümü ağırlıklı bir disiplinler profile sahip bir alan olduğunu göstermektedir. Alanın ağırlıklı olarak siyasal reklamcılık ve pazarlama odaklı hale gelmesi siyasal iletişimin çoğulcu demokrasilerde üstlendiği rolün ve siyasal iletişim araştırmalarının misyonunun Türkiye bağlamında yeniden değerlendirilmesi gerektiğini göstermektedir.

Anahtar Kelimeler: Siyasal iletişim, Türkiye, bilimsel paradigmlar ve gelenekler, araştırma makaleleri

■ ■ ■ ■ ■

Makale geliş tarihi: 17.7.2023 ■ Makale kabul tarihi: 17.4.2024

Mapping Political Communication Studies in Turkey: A Review of Turkish Research Articles

Ayşe Nevin Yıldız

Hacettepe University Faculty of Communication

<https://orcid.org/00000-0002-0524-5029>

newaysenevinyildiz@gmail.com

Umut Yener Kara

Hacettepe University Faculty of Communication

<https://orcid.org/0000-0002-0556-4863>

umutyener84@gmail.com

Gökhan Arıkan

Independent Researcher

<https://orcid.org/0009-0005-3421-1724>

Abstract

The study of political communication is an essential interdisciplinary field in the social sciences that lies at the intersection of political science, communication, and media studies. The field of political communication has been integral to the institutionalization of communication as an academic field both in Turkey and abroad. Recent international research has diagnosed a “crisis of public communication” in the field and pointed to the challenges this crisis poses to political communication research. However, because there is no study that summarizes and discusses the field’s current state and trends in Turkey, it is impossible to assess whether the suggested “crisis of public communication” applies there as well. To remedy this, the present study employs both manual and automatic content-analysis methods to analyze 254 Turkish articles collected from the Dergipark and TrDizin databases that contain the term “political communication” in their titles, abstracts, or keywords. This investigation reveals the following: (1) The most commonly used methodologies are text analysis;

<http://ilefdergisi.ankara.edu.tr>

ilef dergisi ■ 11 (1) ■ bahar/spring: 79-110

Araştırma Makalesi ■ DOI: 10.24955/ilef.1328452



(2) in general, the research focuses on election campaigns and advertisements; (3) the preferred medium is social media, particularly Twitter; (4) there is a substantial lack of theory; (5) the field has very limited international scope; and (6) the field has a disciplinary profile dominated by researchers in the fields of communication and public relations. The fact that the field has become predominantly focused on political advertising and marketing suggests that the role of political communication in pluralistic democracies and the mission of political communication research should be re-evaluated in the Turkish context.

Keywords: Political communication, Turkey, scientific paradigms and traditions, research articles

■ ■ ■ ■ ■

Received: 17.7.2023 ■ Accepted: 17.4.2024

Siyasal iletişim araştırmaları, sosyal bilimlerde siyaset bilimi, iletişim ve medya çalışmaları gibi disiplinlerin yoğunlaştığı önemli bir interdisipliner alan niteliğindedir. Alan, yurt dışında olduğu gibi Türkiye’de de iletişim araştırmalarının kurumsallaşması ve disiplinler serüveni açısından kurucu bir rol oynamıştır. Walter Lippmann, Harold Lasswell ve Paul F. Lazarsfeld gibi iletişim çalışmalarındaki kurucu isimlerin, farklı teorik eğilimlere sahip olsalar dahi sahaya ilişkin ilk araştırmalarını siyasal iletişim alanında yaptıkları görölmektedir. Everett M. Rogers (2004), Lasswell gibi araştırmacıların siyasal iletişim bağlamında geliştirdiği “kim, kime, neyi, hangi kanaldan, hangi etkilerle söylüyor” gibi modellerinin günümüzde alana hissedilir şekilde yön verdiğine dikkat çeker (2004, 5). Öyle ki kitle iletişim araçlarıyla aktarılan politik mesajların ABD vatandaşlarının siyasal davranışları üzerindeki etkisine odaklanan bu geleneği ne 1950’lerde gelişen televizyon ne de 1990’lar itibarıyla yaygın hale gelen internet yerinden edebilmiştir (Rogers 2004; Wyatt 1998).

Paul Lazarsfeld ve Harold Lasswell gibi kurucu araştırmacılar çalışmalarının merkezine kamuoyu ve propaganda gibi kavramları almışlar ve kitle iletişim araçlarının kamuoyu üzerindeki etkisiyle seçmenlerin oy kullanma davranışları üzerindeki sonuçlarını ölçmeyi amaçlamışlardır. Bu durum iletişim araştırmalarının kurucu kuramlarının esasında bugün siyasal

iletişim kuramları olarak adlandırılan kuramlar olduğunu göstermektedir. Her ne kadar dertleri öncüllerinden farklı olarak medyanın etkisini ölçmekten ziyade siyasal iletişim süreçlerini toplumsal ve siyasal bağlamı içinde anlamak da olsa gündem belirleme, çerçeveleme, ekme ve suskunluk sarmalı gibi daha güncel teorilerin büyük oranda kitle iletişim araçları ve mesajlarının politik süreçlerdeki rolünü ve/veya işlevlerini araştırıyor olması, Rogers'ın yukarıdaki tartışmaya konu olan tezini doğrular niteliktedir.

Yukarıda belirttiğimiz üzere siyasal iletişim araştırmaları, sadece iletişim çalışmalarını açısından sahip olduğu kurucu niteliğinden değil, aynı zamanda söz konusu kurucu kuram ve çalışmaların güncel siyasal iletişim çalışmalarını üzerindeki etkisini koruduğu için de kritik bir öneme sahiptir. Bu önemi doğrultusunda siyasal iletişim alanının geçmişi, güncel durumu, eğilimleri, geleceği ve yaşadığı kriz üzerine geçmişten günümüze pek çok çalışma yapılmıştır.

Bu çalışmaların bir bölümü, alanın geçmişten günümüze kuruluş hikâyesini, alandaki hâkim kuramsal eğilimleri, yöntemleri ve çalışma konularını ele alırken (Graber 2004; Lin 2004; Rogers 2004) diğer bir bölümü ise özellikle postmodernizmin ve neoliberalizmin arka planını oluşturduğu kültürel ve siyasal değişimlere eşlik eden dijitalleşmenin, vatandaş kavramında yarattığı aşınmayı merkeze alarak bu gelişmelerin siyasal iletişim alanı için sonuçlarını tartışmaktadır (Bennett ve Iyengar 2008; Blumler ve Gurevitch 1995; Blumler ve Kavanagh 1999; Blumler 2018; Mutz 2001; Sampedro 2011; Semetko ve Scammell 2012). Tartışmaya konu olan bu iki grup çalışmanın temel ve ortak argümanı, söz konusu dönüşümler sonucunda artık ne bir kitleden ne de eski tanımlarıyla bir vatandaş kategorisinden bahsetmenin mümkün olduğudur. Bu iki kategorinin büyük oranda tahrip olması nedeniyle de kitle iletişim araçlarının seçmenlerin siyasal davranışları üzerindeki etkilerini ölçmeyi amaçlayan kuramların güncel toplumu anlamak için yetersiz kaldığını fakat bu çerçeveyi aşan yeni bir yaklaşım geliştiremediği için de söz konusu kuramların siyasal iletişim araştırmalarındaki ağırlığını hala koruduğunu söylemektedirler. Anglo-Amerikan ana akım siyasal iletişim araştırmaları geleneğindeki güncel durum üzerine yapılan bu tartışmaların yanında maalesef Türkiye'deki siyasal iletişim alanındaki araştırma makalelerinin güncel durumunu konu alan bu türden bir tartışma mevcut değildir. Bu araştırmanın amacı, yukarıda özetlenen ve adına kriz denen siyasal iletişim alanında yaşanan güncel gelişmeler bağlamında Türkiye'deki siyasal iletişim çalışmalarının nerede durduğu sorusuna yanıt bulmaktır. Böylece alanın

dününe ve bugününe ilişkin bir portre çıkarılarak geleceği hakkında da bir tartışma izleği oluşturulabilecektir.

Araştırma makaleleri bazında alan hakkında böyle bir portre çıkartmak için ise otomatik ve manuel içerik analizi yöntemlerini bir araya getiren özgün bir metodoloji kullanıyoruz. Metodolojik hareket noktamız, günümüzde gittikçe yaygınlaşan dijital veri tabanları ile bilgisayar tabanlı (*computational*) metin ve içerik analizi yöntemlerinin akademik alanları ve disiplinleri taramak ve haritalamak, “meta-bilgi” (Evans ve Foster, 2011) veya bilgi üzerine bilgi üretmek için önemli metodolojik fırsatlar ve olanaklar sunduğudur. Ancak bilgisayar tabanlı yöntem ve teknikler veri toplama ve analiz işlemlerini hızlı ve güvenilir şekilde gerçekleştirebilmekle birlikte metinlerin anlamlarına, bağlamlarına ve nüanslarına hassasiyet bakımından insan okuyucuların hâlâ çok uzağındadır. Bu yüzden bu çalışmada, makinelerin ve insanların avantajlarını ve dezavantajlarını dengelemeye çalışan, niceliksel ölçek ile niteliksel derinlik arasında bir denge tutturmayı amaçlayan melez bir tasarım benimsedik.

Bu metodolojiyle cevaplamaya çalıştığımız ana araştırma sorusu “Türkiye’deki Türkçe siyasal iletişim makaleleri yöntem, metodoloji, teori ve araştırma konuları bakımından nasıl bir profil çizmektedir; alanda bu eksenlerde eğilimler ve yönelimler nelerdir?” şeklindedir. Araştırmanın örneklemini oluşturan Türkçe araştırma makaleleri Türkiye’de siyasal iletişim alanında üretilen bütün akademik yayınları temsil etmemekle birlikte ulaşılan bulgu ve sonuçların, lisansüstü tezler gibi diğer yayınlar üzerine yapılmış diğer çalışmalarla birlikte değerlendirilerek alanın güncel durumu, eğilimleri ve yönelimleri konusunda genel bir fikir verdiği kanaatindeyiz.

Bu makalede ilk önce ana akım iletişim araştırmalarının tarihsel arka planını oluşturan Anglo-Amerikan iletişim araştırmalarını konu alan bir tartışma yapacağız. Ardından da alanın Türkiye’deki geçmişi ve alanda yapılan ilk çalışmalara ilişkin bir izlek oluşturacağız. Bu iki tartışmayla alanın gerek dünya gerek Türkiye ölçeğinde ne tür çalışmalar ile başladığı, hangi paradigmlarla çalıştığı ve günümüzde ne tür kuramsal eğilimler ve hangi paradigmlar içinden hangi konuları dert ettiğine ilişkin genel bir izlek oluşturmayı amaçlıyoruz. Veri toplama ve analiz yöntemlerimizi aktardıktan sonra, bulguları yukarıda aktardığımız izlekler ışığında tartışacak ve son olarak da alana ilişkin önerilerde bulunacağız.

Anglo-Amerikan Gelenekte Siyasal İletişim Çalışmaları

İletişim araştırmaları tarihine baktığımızda, iletişimin demokratik bir toplum açısından üstlendiği işlevleri tartışan çalışmalara bakmış oluyoruz. Temelleri, entelektüel, felsefi ve akademik kökleri Chicago Okulu'na kadar uzansa da (Özçetin 2018; Hardt 1992) iletişimin akademik bir alan olarak kurumsallaşması hem görece geç hem de diğer alanlara göre daha pragmatik ve mesleki motivasyonlarla gerçekleşmiştir. Öyle ki Chicago Okulu'ndan itibaren iletişim, demokratik bir toplumun inşasında ve sürdürülmesindeki işlevleri çerçevesinden ele alınmış ve tartışılmıştır. Chicago Okulu'nun etkisini yitirerek yerini davranışçı ekole bırakmasıyla da (Peters 1993, 6-8) kitle iletişim araçlarının Batı tipi temsili demokrasilerde kamuoyunun oluşumundaki etkisi, propaganda kavramı merkeze alınarak tartışılmıştır. Demokrasiye ve haliyle iletişime bakışlarındaki büyük farklılıklara rağmen her iki okulun da iletişime demokrasiler açısından büyük işlevler yüklediği rahatlıkla söylenebilir. Ancak iletişim çalışmalarının ilk örneklerinin etki paradigması içinden yapılan siyasal iletişim çalışmaları olduğu açıktır.

Bu geleneğin kökenlerine baktığımızda Walter Lippmann'ın 1922 yılında kaleme aldığı *Public Opinion* öncü niteliğinde olup esasında "kamuoyu" kavramıyla demokrasi ve iletişim arasındaki ilişkiye dikkat çekmiştir. Hardt (1992) da Birinci Dünya Savaşı'yla birlikte demokratik süreçlerin kesintiye uğramasıyla siyaset ve iletişimin, haliyle de siyasal iletişimin bir nevi ikna stratejilerine dönüştüğünü söyler. Hardt'a (1992) göre savaş koşulları ve sonrasında iletişim, toplumsal ve siyasal yapı içinde merkezine iknayı almış ve kitle iletişim araçlarıyla aktarılan mesajların yurttaşın siyasal davranışlarına etkilerinin ölçüldüğü bir alan olarak kurumsallaşmaya başlamıştır.

Böylece Lippmann'ın *Public Opinion* adlı kurucu çalışmasıyla başlayan iletişim veya siyasal iletişim çalışmaları devamında Harold Lasswell'in geliştirdiği çizgisel iletişim modeli ve bu modeli esas alan çok sayıda propaganda kuramı ile genel yapısına büyük oranda ulaşmıştır. Rogers'ın (2004) da belirttiği gibi genel manada iletişim çalışmaları spesifik olarak da siyasal iletişim çalışmaları tam da söz konusu kuramsal yaklaşımlar çerçevesinde inşa edilmiş hatta bu yaklaşımlar alanın adını da belirlemiştir. Lippmann'ın öncü niteliğindeki çalışmasından esinlenerek iletişim alanı 1930'lara kadar "kamuoyu ve propaganda" olarak adlandırılmış, 1940'larla birlikte ise neredeyse tam bir uzlaşıyla alanın adı kitle iletişim araştırmaları olarak kurumsallaşmıştır. Alan adında yaşanan bu değişimin ana nedeni, iletişim kuramlarının büyük oranda kitle iletişim araçlarının etkilerini sorunsallaştırıyor olmasıdır (Rogers 2004, 4).

Propaganda teorilerinin siyasal iletişim çalışmaları üzerindeki etkisi söz konusu isim değişikliğinden sonra da sürmüştür. Paul F. Lazarsfeld’in 1937 yılında Rockefeller Foundation tarafından fonlanan ve kitle iletişim araçlarının izleyiciler üzerindeki etkisini radyo özelinde ölçtüğü araştırması tam da bu geleneğin gerek kuram gerekse yöntem açısından iyice güçlendiğini gösterir niteliktedir. Bununla birlikte 1940 yılında seçmenlerin oy verme davranışları ve kitle iletişim araştırmaları arasındaki ilişkiyi niceliksel yöntemlerle araştırdığı *Erie County* çalışması ve ardından 1955 yılında yayımlanan *Personal Influence* (Katz ve Lazarsfeld, 1955) adlı kitabı da dönemin siyasal iletişim çalışmalarında propaganda teorilerinin başat olduğu güçlü etkiler döneminin hâkimiyetini yitirmeye başladığını göstermektedir.

Gerek Hanno Hardt (1992) gerekse de Robert O. Wyatt (1996) bu türden bir dönüşümün ABD’deki toplumsal ve siyasal gelişmelerden bağımsız ele alınamayacağını söylerler. Nedenselliğe getirilen eleştirilerin de etkisiyle Amerikan yaşamında ortaya çıkan dönüşümlerin bir sonucu olarak iletişim araştırmalarında hâkim olan ve mesajın hızlı bir biçimde davranışları değiştirdiği varsayımına dayanan güçlü etkiler yaklaşımı, yerini alımlayıcılara odaklanan sınırlı etkiler yaklaşımına bırakmıştır. Buna göre mesaj, onu alımlayanın gerçekliğe ilişkin perspektifini yavaş ve uzun vadede belirler. Yani bundan böyle mesajın alımlayıcı ile girdiği etkileşim sürecini bu mesajı alımlayanın özelliklerine de bakarak inceleyen bir yaklaşım ortaya çıkmıştır. Bu dönemin başlıca kuramlarından olan “gündem belirleme” ve “çerçeveleme” siyasal iletişim çalışmalarında hâkim olmaya başlamıştır (Wyatt 1996, 146). Daha güncel tarihli tartışmalara baktığımızda ise özellikle postmodernizmin ve neoliberalizmin hem siyasal hem kültürel hem de sosyolojik manada yarattığı etkiler ve yeni iletişim teknolojilerinin parçalı ve interaktif yapısının getirdiği dönüşümler itibarıyla söz konusu kuramların mevcut siyasal iletişim çalışmalarındaki kullanımının tartışmalı hale geldiği görülmektedir (Bennett ve Iyengar 2008). Hatta söz konusu dönüşümlerin siyasal iletişim alanında bir kriz yarattığı fikri hâkimdir. Buna göre Batı tipi liberal demokrasiler, demokrasi idealinin uzağına düşen bir siyasal iletişim türüyle karşı karşıyadır ve bu iletişimin kendisi “kamusal iletişim krizi” olarak varlık göstermektedir (Blumler ve Gurevich 1995). Siyasal iletişimi iktidar eksenini doğrultusunda toplumsal yaşamın her anını kapsayan bir zeminde ele almaktan ziyade seçim kampanyaları ve propaganda çalışmalarıyla sınırlayan bir kavrayışın (Ekinci 2014) yaşadığı krizin çeşitli nedenleri ve görüngüleri vardır ve bunlar, aynı zamanda siyasal iletişim çalışmalarında yaşanan güncel sorunların da kaynağıdır. Söz konusu kriz tartışmaları üç ana başlık altında özetlenebilir.

Bunlardan ilki medya ekolojisindeki dönüşümlerle de ilişkili bir biçimde kitle fenomeninin ve kamusal alanın çöküşünün, parçalanmış bir yapının, haliyle de farklılıkların ön plana çıktığı bir toplumun yükselişidir (Blumler ve Kavanagh 1999; Bennett ve Iyengar 2008; Chaffee ve Metzger 2001; Sampedro 2011). İkincisi, siyasal iletişimin profesyonelleşmesi, medyalaşması ve ticarileşmesi sonucunda tüketici olarak yurttaş modelinin egemen hale gelmesidir (Semetko ve Scammell 2012; Blumler ve Kavanagh 1999). Farklı isimler bu gelişmelerle birlikte geleneksel kuram ve yöntemlerin siyasal iletişim çalışmaları açısından işlemez hale geldiğini iddia etmektedir (Bryant ve Miron 2004; Lin 2004). Diğer taraftan ise söz konusu bu dönüşümlere rağmen siyasal iletişim araştırmalarında hâlâ altmışların kuramsal yaklaşımları ve araştırma yöntemleri egemenliğini korumaktadır.

Siyasal iletişim araştırmalarını inceleyen ampirik çalışmalar ise Anglo-Amerikan geleneği içinde seçmen ve oy verme davranışına odaklanan anket çalışmalarının egemenliğini hala sürdürdüğüne işaret etmektedir (Graber 2004, 50). Alıntı analizi tabanlı bir çalışma İngilizce dergilerde iki ana araştırma geleneği tespit etmiştir: Seçmen ve oy verme davranışları üzerine odaklanan anket tabanlı çalışmalar ile siyasal mesajlara odaklanan retorik ve içerik analizi tabanlı araştırmalar (Lin 2004). Karpf ve diğerleri (2015), *Political Communication* dergisinde 2003-2015 yılları arasında yayınlanan makaleleri analiz etmişler, anket tabanlı niceliksel pozitivist geleneğin hâkimiyetini sürdürdüğünü bulmuşlardır.

Yukarıda aktarılan tartışmalar tarihsel süreç içerisinde medya alanında ve toplumsal yapıda ortaya çıkan dönüşümlerle birlikte siyasal iletişim araştırmalarının odağının dönüştüğünü ancak paradigmanın değişmediğini göstermektedir. Söz konusu izleğin Türkiye’de aldığı hale bakmak çalışmanın evrenini tanımlamak açısından önem arz etmektedir.

Türkiye’de Siyasal İletişim Araştırmaları

ABD’de olduğu gibi Türkiye’de de iletişim araştırmalarının ayrı bir disiplin oluşturabileceği fikrinin doğuşu ancak siyaset bilimi, sosyoloji ve psikoloji gibi disiplinlerle ilişkiye geçmesi, bu disiplinlerle kurduğu ilişki çerçevesinde ikna, propaganda, siyasal iletişim gibi alanlarda bir dizi ampirik araştırma için işlevselleştirilmesi ile olmuştur. Her ne kadar ABD’den farklı biçimde Türkiye’de alanın akademik olarak kurumsallaşması 1970’li yılları bulmuşsa da yine ABD ile benzer biçimde Türkiye’de gerçekleştirilen ilk akademik iletişim çalışmaları, ağırlıklı olarak siyasal iletişim sahası içinden çıkmıştır.

Türkiye’deki siyasal iletişim alanı için kurucu nitelikte olan isim Nermin Abadan Unat’tır. Abadan Unat, Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi bünyesinde 1966 yılında kurduğu “Siyasal Davranış” kürsüsüyle o dönemde Türkiye akademisinde henüz tartışılmayan “siyasal davranış”, “kamuoyu”, “halkla ilişkiler”, “baskı grupları” gibi bir dizi kavramı siyaset bilimi alanına dâhil etmiştir (Uzun-Avcı 2020, 651). Benzer bir biçimde siyasal iletişim alanındaki ilk akademik çalışmalar da Abadan Unat’a aittir. Bunların en önemlilerinden biri 1965 yılında kaleme aldığı “Türkiye’nin Üç Büyük Şehrinde Radyo ile Halk Oylaması” adlı çalışmasıdır (aktaran Şendur-Atabek 1999, 172).

Diğer öncü çalışmalara bakıldığında, Ünsal Oskay modernleşme ve toplumsal kalkınma kuramları açısından TRT’yi değerlendirmiş, Oya Tokgöz, Türkiye ve Ortadoğu ülkelerinde radyo ve televizyon sistemlerini incelemiş, Aysel Aziz televizyonun eğitim açısından rolünü, Uygur Kocabaşoğlu Türkiye’de radyonun gelişim sürecini ve son olarak Nilgün Abisel, Türk sinemasını konu almıştır. Tokgöz’e (2014) göre 1970’lerde yapılan bu ilk doktora tezleri iletişim bilimlerinde yapılacak çalışmaların genel çerçevesini belirlemiştir. Ama bunlardan özellikle ikisi yani Tokgöz’ün ve Aziz’in çalışmaları, Türkiye’deki iletişim araştırmaları geleneğinin siyasal iletişim çalışmaları üzerinden kurumsallaşarak yaygınlaşmasına sebep olmuştur (Aziz 2003; 2006; Tokgöz 2014).

Tokgöz, kendi doktora tezini Türkiye’de gerçekleştirilmiş ilk iletişim doktora tezi olarak tanımlamakta ve Aziz ile kendi çalışmasının Anglo-Amerikan iletişim kuram ve yaklaşımlarının iletişim araştırmalarında nasıl kullanılabileceğini göstermiş olması açısından önemli olduğunu söylemektedir (Tokgöz 2014, 135). Siyasal iletişim alanında ampirik yöntemlerle gerçekleştirilen bu çalışmalar Türkiye’deki ilk dönem iletişim araştırmalarını gerek konuları gerekse de yöntemleri açısından büyük oranda şekillendirmiştir. Bu iki çalışmaya bakıldığında, bulgular kısmında daha ayrıntılı tartışılacağı üzere, özellikle 1990’larla ivme kazanan, seçim kampanyalarını analiz etme, yine seçimlerde liderlerin imajlarını veya bunlara ilişkin medyada çıkan haberleri analiz etme gibi konulara sahip değildiler.

Özetle Türkiye’deki ilk dönem siyasal iletişim çalışmalarında kitle iletişim araçlarının siyasal işlevlerine odaklanılmakta, bu bağlamda da radyonun ve televizyonun seçmen davranışları üzerindeki etkilerine yoğunlaşılmaktadır. Takip eden yıllarda ise televizyon, radyo ve gazetelerin içeriklerine yönelik metin analizleri yaygınlaşmaya başlamıştır (Aziz 2006, 23). Ancak Aziz’e

(2003) göre doksanlardan sonra alanda bir dönüşüm başlamış ve sonuç olarak da siyasal iletişim alanı, siyasal reklamlara ve seçim kampanyalarına metin çözümlemek suretiyle bakan bir alan haline gelmiştir. Bu dönemde siyasal iletişim süreçlerinin halkla ilişkiler ve seçim kampanyaları ile iç içe geçtiğini görürüz ki bu, aynı zamanda seçim faaliyetlerinin kampanyalar adı altında birer halkla ilişkiler faaliyetine dönüşmesiyle de ilgilidir. Doksanlarla birlikte siyasal iletişim çalışmalarının büyük oranda seçim haberlerini, reklamlarını ve kampanyalarını içerik analizi yöntemiyle çözümleyen araştırmalarda yoğunlaşması da bu bağlamda değerlendirilebilir (Bayraktutan ve Gürbüz 2022; Karaaslan-Şanlı 2022).

Eser Köker'in kaleme aldığı *Politikanın İletişimi İletişimin Politikası* (1998) isimli kitap tam da siyasal iletişim araştırmalarının aldığı bu hale yönelik bir eleştiridir. Zira politik iletişim, politikanın post-modern döneminde yaşadığı dönüşümlere koşut biçimde bir teknik ya da teknikler toplamı olarak algılanmakta; bu da alanın tarihsel kökenleri gibi kavramsal nesnesinin sahip olduğu tarihsel ve felsefi birikimden yalıtılması işlemine de ivme kazandırmaktadır (Köker 1998, 9-10). Köker'in getirdiği bu eleştiriler aynı zamanda alanda yeni bir eleştirel yaklaşım geliştirme girişiminin de bir sonucudur.

Türkiye'de siyasal iletişim alanını tarayan ampirik çalışmalara baktığımızda Karaaslan-Şanlı (2022), siyasal iletişim araştırmaları alanında kaleme alınmış yüksek lisans ve doktora tezlerini tematik olarak analiz ederek alanda en sık çalışılan konulardan birincisinin seçimler/seçim araştırmaları, ikincisinin ise siyasi aktörler ve söylemleri olduğunu ortaya koymaktadır. Seçmen katılımı, kamuoyu, demokrasi ve siyasal iletişim gibi siyasal iletişimin demokratik sistemlerin işleyişi açısından üstlendiği işlevlere odaklanarak ele alan çalışmaların azlığı, alanın güncel durumu hakkında fikir vericidir (Karaaslan-Şanlı 2022, 68). Araştırma konularının seçilmişler, güçlü siyasal aktörler, kampanyalar, medya ve "seçmen olarak yurttaş" üzerine odaklanması ona göre Türkiye'de siyasal iletişim çalışmalarının sınırlılıklarına işaret eder (Karaaslan-Şanlı 2022, 71-72).

Bayraktutan ve Gürbüz (2022) tarafından gerçekleştirilen bir diğer çalışma da Türkiye'de 1990'lı yıllardan itibaren yazılmış siyasal iletişim konulu lisansüstü tezlerini yöntemlerini merkeze alarak incelemektedir. Lisansüstü tezlerin yarı yarıya niteliksel ve niceliksel metodolojiler kullandıklarını, niteliksel araştırmaların söylem analizi, niceliksel araştırmaların ise çoğunlukla içerik analizi ve anket yöntemlerini tercih ettiğini bulmuşlardır.

Aynı çalışma siyasal iletişimin en çok Halkla İlişkiler ve Tanıtım yüksek lisans ve doktora programlarında yapıldığını da ortaya koymaktadır (Bayraktutan ve Gürbüz 2022, 78-84).

Yukarıda özetlenen çalışmalar alandaki lisansüstü tezleri incelemeleri açısından çok önemlidir. Ancak diğer taraftan alanda kaleme alınmış araştırma makalelerinin geçmişten günümüze durumunu ampirik verilerle ortaya koyan bir çalışma bulunmamaktadır. Elinizdeki bu çalışma siyasal iletişim konulu araştırma makaleleri üzerine gerçekleştirilmiş kapsamlı bir çalışmanın eksikliğini tamamlamak ve siyasal iletişim alanının 1990’lardan 2022’ye kadar aldığı hali ampirik verilerle ortaya koymak amacıyla kaleme alınmıştır.

Metodoloji ve Yöntem

Türkiye’de siyasal iletişim alanını haritalamak üzere bu çalışmada otomatik ve manuel içerik analizi yöntemlerini bir arada kullanan melez bir araştırma deseni benimsedik. Manuel veya geleneksel içerik analizi, akademik alanlar, disiplinler, alt-alanlar ve dergiler üzerine yapılan ampirik çalışmaların ve sistematik literatür taramalarının uzun yıllardır tercih edilen ve standartlaşmış araştırma yöntemi olagelmıştır (örn. Borah 2015; Bryant ve Miron 2004; Donsbach vd. 2005; Kim vd. 2017; Walter vd. 2018, Krippendorff 2018). Son yıllarda ise bu alanda bilgisayar tabanlı (*computational*) metin analizi ve/veya bibliyometrik tekniklere dayalı otomatik içerik analizi yöntemleri gittikçe yaygınlaşan şekilde kullanılmaktadır (Antons vd. 2023; Donthu vd. 2022; Atabek ve Atabek, 2019). Akademik yayıncılığın dijitalleşmesi, yurt dışında Web of Science ve Scopus, Türkiye’de ise TR Dizin ve DergiPark gibi akademik dizin ve platformların yaygınlaşması dijital araçlarla akademik alanlar üzerine büyük veya küçük ölçekte bibliyografik veri toplamayı ve analiz etmeyi son derece kolaylaştırmıştır. Bu gelişmeler “meta-bilgi” (Evans ve Foster 2011) ve “bilimin bilimi” (Fortunato vd. 2016) gibi yeni araştırma programlarının hareket noktasını oluşturduğu gibi “bilimsel bilgi sosyolojisi” gibi daha eski ve köklü araştırma alanlarında da önemli bir hareketlenme ve canlanma yaratmıştır (Edelmann vd. 2020).

Manuel ve bilgisayar tabanlı yöntemler bazen birbirlerini ikame edebilen dışlayıcı yöntemler olarak görülebildiği gibi ikisinin birbirlerini destekleyici ve tamamlayıcı şekilde bir araya getirilebileceği ve hatta getirilmesi gerektiği de iddia edilmektedir (örn. Boumans ve Trilling 2016; Hase vd. 2020; Grimmer ve Stewart 2013; Lewis vd. 2013; Zamith ve Lewis 2015). Bu çalışmalarda

vurgulandığı üzere içerik analizi bağlamında bilgisayarların ve insan kodlayıcıların kendine özgü avantajları ve dezavantajları vardır. Bilgisayarlar veri toplama, sayma ve sınıflandırma işlemlerini büyük ölçekte güvenilir ve hızlı şekilde yapabilmekte ancak sağladıkları zaman ve emek tasarrufuna rağmen metinlerin anlamlarına, bağlamlarına ve nüanslarına hassasiyet bakımından insan kodlayıcıların hâlâ çok uzağındadırlar. Bu yüzden bu araştırmada her iki tarafın avantajlarını ve dezavantajlarını dengelemeye çalışan, niceliksel ölçek ile niteliksel derinlik arasında bir denge tutturabilen melez bir tasarım benimsedik. Bu metodolojik tasarım sayesinde aynı zamanda bilgisayar tabanlı yeni tekniklerin olanaklarından ve zengin görselliklerinden faydalanmayı, verilere farklı ampirik araçlarla çoğul bakışlar sunmayı ve beraberinde bulguları üçgenleyerek teyit etmeyi hedefledik.

Veri toplama ve örneklem

Analiz birimimiz olan siyasal iletişim konulu Türkçe makalelerin olabildiğince kapsayıcı bir örneklemini oluşturabilmek için DergiPark ve TR Dizin'in arama özelliğini kullanarak "siyasal iletişim" veya "siyasi iletişim" ifadelerini başlığında, özetinde veya anahtar kelimelerinde içeren Türkçe araştırma makalelerini, 2022 yılının Kasım ayında aratıp sonuçları ilgili veri tabanlarının kendi dışı aktarma fonksiyonları ve web kazıma¹ tekniklerinin bir karışımıyla toplayarak bir Excel dosyasına kaydettik. Sonrasında ise kaydettiğimiz 289 makaleyi tarayarak tekrarlayan, siyasal iletişim alanıyla alakasız görülen veya sistem hataları neticesinde sonuçlara giren makaleleri çıkarıp toplam 253 tanesini çalışmaya dâhil ettik.

Manuel içerik analizi

Manuel içerik analizinde yayınlar üç araştırmacı arasında eşit şekilde paylaşılarak kodlandı. Kodlama şeması başta Walter vd. (2018) olmak üzere benzer çalışmaların kodlama şemaları incelenerek geliştirildi (Bryant ve Miron 2004; Borah 2015; Kim vd. 2010; 2017). Sonucunda, (1) Makale Türü (Ampirik Makale, Deneme, Teorik Makale, Tarihsel Makale ve Literatür Taraması), (2) Metodoloji (Niceliksel, Niteliksel, Karma), (3) Araştırma Yöntemi (İçerik Analizi, Derinlemesine Görüşme, Anket, Deney vb.) ve (4) Teorik Çerçeve (Manuel Giriş) şeklinde ilk üçü dışlayıcı kategorilerden oluşan dört değişkenli bir kodlama şeması benimsedik.

•••

1 "Web kazıma" (*web scraping*) web sayfalarından otomatik şekilde veri toplamayı sağlayan bilgisayar tabanlı teknikler ve uygulamalardır.

Makale türleri için belli bir saha, materyal veya ampirik veri üzerine kurulu yayınlar “Ampirik Makale” olarak kabul edildi. Belli bir konu üzerine tartışma yürüten ama ampirik veri sunup analiz etmeyen makaleleri “Deneme” olarak sınıflandırdık. Teori inşa etme ve tartışma odaklı çalışmaları “Teorik Makale”; belli bir konu üzerine çalışmaları özetleyen makaleleri ise “Literatür taraması” olarak kodladık. “Tarihsel Makale”ler ise birincil veya ikincil kaynaklardan yararlanarak tarihsel bir olay, dönem veya vakayı inceleyen çalışmalarıdır. Metodoloji değişkeni için niceliksel araştırma yöntemleri üzerine kurulu ampirik makaleleri “Niceliksel”, niteliksel araştırma yöntemleri üzerine kurulu olanları “Niteliksel”, ikisini bir araya getirenleri ise “Karma” olarak kodladık. Araştırma yöntemleri için kategorilerin çoğu bilindik yöntemlerden oluşurken metin madenciliği ve ağ analizi gibi büyük veri ve veri bilimiyle yöntemleri “bilgisayar tabanlı yöntemler” olarak kodladık. Teorik çerçeve değişkenini kodlarken ilk olarak ampirik makalelerin bir teorik çerçevesi olup olmadığını belirlemeye çalıştık. Başka çalışmalar (örn. Kim vd. 2010; Walter vd. 2018) gibi katı bir kriter benimseyerek sadece yaklaşımları, analizleri ve tartışmaları spesifik teoriler üzerine kurulu çalışmaları teorik olarak saydık, böyle olmayan makaleleri “teori yok/belirlenemedi” olarak kodladık. Emin olamadığımız makaleleri son aşamada müzakere ederek kodlayıcılar olarak birlikte sınıflandırdık.

Bilgisayar tabanlı yöntemler

Manuel içerik analizini tamamlayacak ve destekleyecek biçimde makalelerin konularını ve teorilerini analiz ederken ağ analizi ve konu analizi olmak üzere iki bilgisayar tabanlı teknikten yararlandık. Ağ analizi, akademik alanların “entelektüel yapılarını” ve genel olarak araştırma bileşenlerinin ilişkilerini incelemek için yaygın bir şekilde kullanılan bir yöntemdir (Lin 2004; Song 2020; Donthu vd. 2021). Aynı amaçla bu çalışmada, makalelerin araştırma konularının ve yararlandıkları teorilerin birbirleriyle ilişkilerini ve ilişki ağlarının yapısını anlamak için anahtar kelimelerin ve kaynakçalardaki yazar referanslarının birlikte kullanımlarını (*co-occurrence*) bir ağ analizi ve görselleştirme yazılımı olan *Gephi* (0.9.7) ile görselleştirdik. Bu analizlerin temel varsayımı, anahtar kelimelerin ve yazar referanslarının birlikte kullanımlarının entelektüel ilişki gösterdiği; bu ilişkilerin oluşturduğu örüntülerin ise incelenen akademik alanlarda konu ve yaklaşım temelindeki kümelenmeleri ve gruplaşmaları açığa çıkardığıdır (Lin 2004, 79).

Son olarak hangi konuların en fazla incelendiğini daha iyi anlamak için makalelerin özetlerine R programlama dilinin *Structural Topic Models* (STM)

paketiyle konu modelleme uyguladık. Konu modelleme veya konu analizi, metinleri içerisinde geçen kelimeler bazında otomatik olarak konularına göre gruplandırılan veya kümeleyen bilgisayar tabanlı tekniklerdir (Blei 2013). Konu modellemeyi toplamda en az beş kez kullanılan tekil kelimeler (*unigram*) bazında uyguladık, dolgu kelimeleri (*stopwords*) çıkartmak için *Quanteda* paketinin Türkçe listesini kullandık, beş olarak belirlediğimiz konu sayısına dışlayıcılık ve semantik tutarlılık ölçütleri temelinde karar verdik.

Bulgular

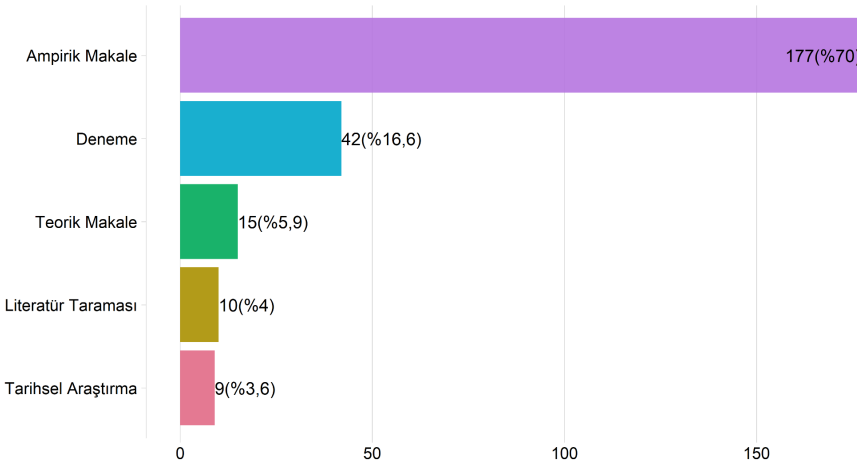
Alanın genel profili

Veri toplama, temizlik ve düzenleme aşamaları sonucu 132 farklı dergide yayınlanmış 253 makaleyi çalışmanın kapsamına aldık. Makalelerin tarih aralığı 2003 ile 2022 arasında değişmekle birlikte büyük çoğunluğu (%68,3) 2018-2022 yılları arasında bir yayın yılına sahipti. Bu durum siyasal iletişim alanının son yıllarda popülerleşmesinden ziyade dijital yayıncılığın getirdiği kolaylıklarla birlikte Türkiye’de akademik dergi yayıncılığının ve araştırmacılar nezdinde makale yayınlama alışkanlığının yaygınlaşmasıyla ilişkilidir (benzer bir örüntü İngilizce dergiler ve makaleler için de geçerlidir bkz. Günther ve Domahidi 2017). Makalelerin en fazla yayımlandığı dergilere bakıldığında, *Selçuk İletişim* 18 makaleyle birinci sırada; *Turkish Studies (Electronic)* (12) ve *Erciyes İletişim Dergisi* (11) ikinci ve üçüncü sıradalardı. Makalelerin belli başlı dergilerde toplanmak yerine büyük kısmı iletişim alanında yayın yapan çok sayıda dergiye yayılmış olması, Türkiye’de siyasal iletişim odaklı, uzmanlaşmış bir derginin bulunmadığını göstermektedir. Makalelerin yarısından fazlası tek yazarlıydı (%56,9), makalelerde adı bulunan 307 farklı yazarın yarısına yakını iletişim fakültelerine (%47,2) bağlıyken diğer yazarlar ya sosyal bilimler enstitülerine bağlı lisansüstü öğrencilerden oluşuyordu (%13,6) ya da iktisadi ve idari bilimler fakültelerinden geliyorlardı (%10,0). Yazarların yarısına yakını (%47,8) herhangi bölüm bilgisi belirtmezken belirtenler arasında halkla ilişkiler ve tanıtım bölümü (%10,4), gazetecilik bölümü (%7,1) ve siyaset bilimi ve kamu yönetimi bölümü (%4,2) başı çekiyordu. Dergiler ve yazarlarla ilgili bulgular, Türkçe siyasal iletişim araştırmalarının sınırlı bir interdisipliner karakter taşıdığını, alanda büyük oranda iletişim araştırmacılarının aktif olduğunu gösterir niteliktedir.

Metodolojik-Ampirik profil

Şekil 1.’ingösterdiği üzere yukarıda açıklanan biçimlerde kodlanan makalelerin

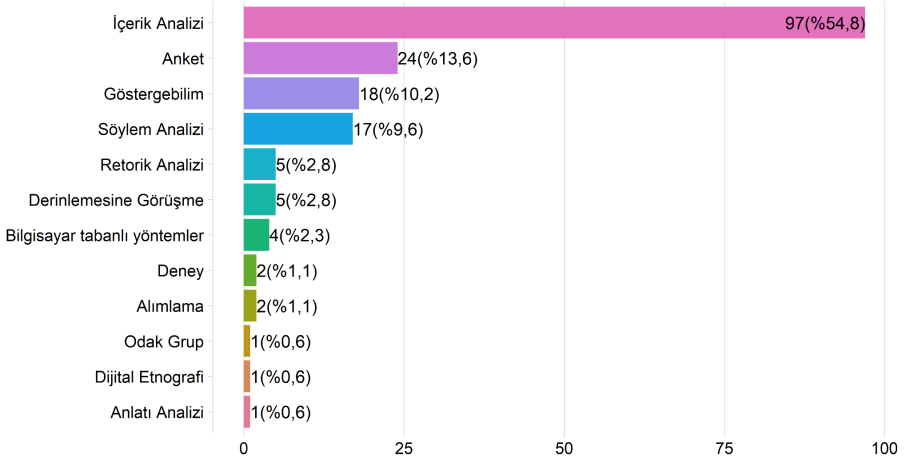
büyük kısmını ampirik araştırmalar oluşturmaktadır. Gerek dünya gerekse de Türkiye ölçeğinde siyasal iletişim çalışmaları başlangıcından beri ampirik araştırma odaklı bir alan olagelmıştır. Bunun güncel Türkçe literatür için de önemli ölçüde geçerli olduğunu görüyoruz.



Şekil 1: Manuel içerik analiziyle kodlanan makalelerin türleri

Metodoloji ve araştırma yöntemleri bakımından ampirik olarak tanımladığımız makalelerin yarısından fazlası niceliksel bir metodoloji (%55,4), geri kalanları ise ya niteliksel (%37,3) ya da karma (%7,3) bir metodolojiye sahiplerdi. Karma olarak kodladığımız makalelerin tamamı içerik analizi yöntemini kullanıyor ancak niceliksel analizlerle niteliksel analizleri bir araya getiriyordu. Araştırma yöntemleri içerisinde en popüler niteliksel ve niceliksel uygulamalarıyla içerik analiziydi (%54,8), içerik analizini niceliksel yöntemlerden anket (%13,6), niteliksel yöntemlerden ise göstergebilim (%10,2) ve söylem analizi (%9,6) izliyordu (Şekil 2). Bununla birlikte araştırmalarda içerik analizi ve söylem analizi yöntemleri konularında bir belirsizlik olduğunu, yöntemlerini söylem analizi olarak tanımlayan bazı makalelerin niceliksel içerik analizi yöntemine oldukça yakın analizler yaptığını gördük. Niceliksel içerik analizi yöntemi kullanan makalelerin ise veri toplama, örneklem seçimi ve analiz prosedürleri açısından sıklıkla sistematik bir karakter taşımadığını, Krippendorff (2018) ve Lacy vd. (2015) gibi araştırmacıların önerdiği pratikleri her zaman izlemediklerini gözlemledik. Sonuç olarak Türkçe siyasal iletişim alanının hem yöntem çeşitliliği hem de yöntem uygulama kalitesi açısından görece zayıf olduğu sonucuna vardık.

Vardığımız sonuçlardan bir diğeri ise ağırlıklı olarak kitle iletişim araçlarıyla aktarılan siyasi mesajların seçmen davranışları üzerindeki etkisini ölçmeyi amaçlayan ilk dönem çalışmalardan farklı olarak son yirmi yıllık çalışmaların büyük oranda metin ve içerik analizi odaklı olduğu oldu.



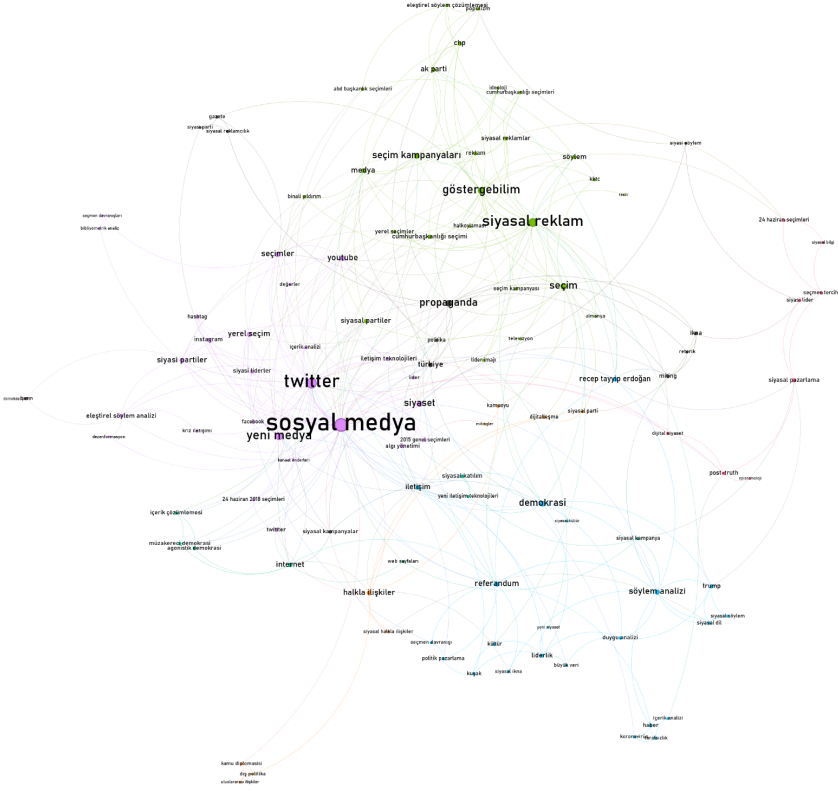
Şekil 2: Manuel içerik analiziyle kodlanan ampirik makalelerin kullandıkları araştırma yöntemleri

Araştırma konuları ve temaları

Makalelerin araştırma konuları için gösterge olarak aldığımız anahtar kelimeleri analiz ettiğimizde, en sık kullanılan anahtar kelimeler Siyasal İletişim (183), Sosyal Medya (53), Twitter (40) ve Yeni Medya (22) olarak tespit edilmiştir. Daha önce de belirtildiği gibi Türkiye’de siyasal iletişim çalışmaları aynı zamanda kitle iletişim çalışmalarıdır. İlk dönem çalışmalar televizyonun seçmen davranışları üzerindeki etkilerine yoğunlaşmış, takip eden yıllarda yine ağırlıklı olarak televizyon, takiben de radyo ve gazetelerdeki içerikler odak noktası haline gelmiştir (Aziz 2003; 2006). Son yıllarda dijitalleşmenin yaygınlaşması ve sosyal medya platformlarının kullanımındaki artışla birlikte konusu siyasal iletişim olan çalışmaların mecrasının geleneksel medyadan yeni medyaya kaydığı, dijital medyanın Türkçe siyasal iletişim alanının ana odağı haline geldiği görülmektedir. Bunda siyasal kampanyaların son yıllarda yaygınlaşan şekilde dijital medya üzerinden yürütülüyor olmasının da etkisi büyüktür. Bu çerçevede en sık çalışılan sosyal medya platformunun 40 farklı çalışmanın anahtar kelimesinde yer bulan Twitter olduğu görülmektedir.

Diğer dijital medya platformlarının anahtar kelimelerinin kullanım sıklığına bakıldığında, Facebook 4, Youtube 4 ve Instagram 3 kez kullanılmıştır. Bu da Twitter dışındaki diğer platformların siyasal iletişim mecraları olarak bir nebze ihmal edildiğine işaret etmektedir.

Dijital medya yanında alanın diğer bir analitik odak noktası ise seçimler ve seçim kampanyalarıdır; nitekim içerisinde “seçim” geçen anahtar kelimelerin toplam 76 kez kullanıldığını bulduk. Yine siyasal kampanya reklamları diğer önemli bir analitik odak noktası olarak öne çıkmaktadır; içerisinde “reklam” ibaresi geçen anahtar kelimelerin toplam 42 kez kullanıldığını gördük.



Şekil 3: Makaleler içerisinde birden fazla kez kullanılan anahtar kelimelerin birlikte kullanımlarının (co-occurrence) ağ grafiği²

•••

2 Gephi'nin ForceAtlas2 algoritmasıyla, lnlog moduyla görselleştirilmiştir. Düğüm boyutları için Düğüm Derece ölçütü, topluluk tespiti için Louvain algoritması kullanılmıştır. Grafiğin yüksek çözünürlüklü versiyonuna şu linkten erişebilirsiniz: <https://drive.google.com/file/d/1hjf7c-pDrFC-hJiVtngggKiBgKVKoIdb/view?usp=sharing>

Anahtar kelimelerin ağında (Şekil 3) tespit edilen ana topluluklar olarak mor renge sahip topluluğun dijital medya odaklı çalışmalara, yeşil renge sahip topluluğun seçim kampanyaları ve siyasal reklam odaklı çalışmalara, mavi renge sahip topluluğun ise referandum ve liderlik konulu çalışmalara tekabül ettiği söylenebilir. Makale özetlerine R'ın STM paketiyle konu modelleme uyguladığımızda yine benzer sonuçlara ulaştık (Tablo 1.). Bütün bu bulgular bize Türkiye'deki siyasal iletişim araştırmalarında en çok çalışılan konuların seçim kampanyaları, liderlik ve siyasal reklamcılık olduğunu; bu konuların da en sık sosyal medya, özellikle Twitter üzerinden çalışıldığını göstermektedir.

Konu	Tahmini Oran (gamma ortalaması)	Konu Başlığı	Konularla En İlişkili ve Konuları En fazla Ayırt Eden Kelimeler (FREX)
1	%26,1	Siyasal Pazarlama, Kitle İletişim ve Propaganda	iletişim, siyaset, kitle, propaganda, pazarlama, politik FREX: politik, pazarlama, propaganda, kültürel, dijital, kitle, tarihsel
2	%21,7	Seçim kampanyaları ve reklamları	siyasal, seçim, siyasi, ikna, parti, iletişim, reklam FREX: ikna, reklam, referandum, reklamlar, gazete, kampanya, anayasa
3	%17,6	Haziran 2019 İstanbul Yerel Seçimleri	siyasi, haziran, partisi, oy, seçmen, arasında, analiz FREX: partisi, haziran, oy, istanbul, ekrem, binali, kamu
4	%17,5	Yeni Medya ve Sosyal Medya	sosyal, medya, siyasi, twitter, iletişim, parti, yeni FREX: twitter, medya, haber, sosyal, resmi, hesapları, tweet
5	%17,1	Halkla İlişkiler ve Yeni Medya	siyasal, iletişim, sosyal, yeni, medya, internet, medyanın FREX: web, internet, halkla, ilişkiler, aktörler, geleneksel, yeni

Tablo 1: STM konu analiziyle makale özetlerinde tespit edilen konular, tahmini oranları ve konularla en ilişkili ve konuları en fazla en ayırt eden kelimeler (FREX).

Teori kullanımı, teorik çerçeve ve referanslar

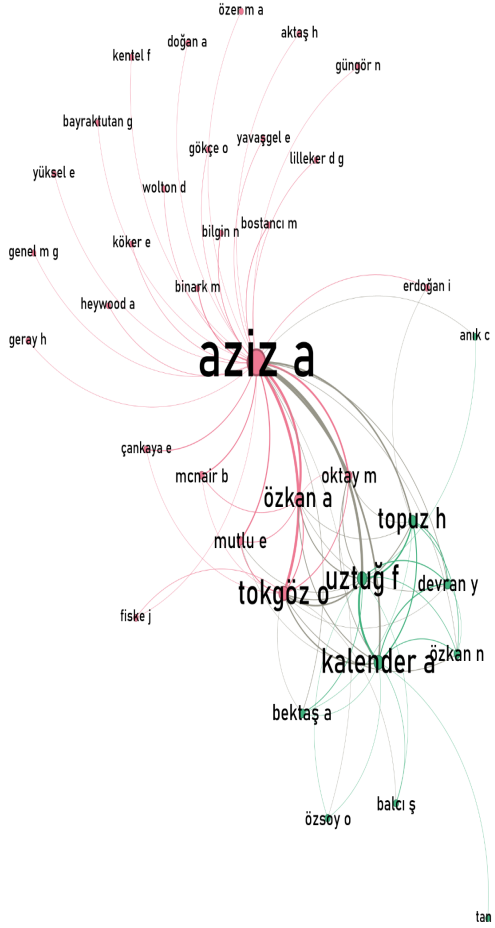
Alanda teori kullanımına ve en fazla kullanılan teorik çerçevelere bakıldığında, ampirik çalışmaların büyük bir kısmı için herhangi bir teorik çerçeve belirleyemedik (%75,7). Bu çalışmalar genelde kavram ve alan tanımı yapıyorlar ve/veya alanda yapılan çalışmaları özetliyorlardı. Teori kullanan makaleler içerisinde gündem belirleme (%3,3) en sık kullanılanıydı.

Makalelerin kaynakçaları analiz edildiğinde ise en fazla alıntılanan yazarlar olarak alanda ilk Türkçe kaynak kitaplara imza atan iki yazar olan Aysel Aziz’in makalelerinin %35,9’unda, Oya Tokgöz’ün ise %17,7’sinde alıntıldığını bulduk. Onları halkla ilişkiler alanından Ferruh Uztuğ (%17,3), Abdullah Özkan (%15,0), Ahmet Kalender (%14,6), Hıfzı Topuz (%11,4) ve Mahmut Oktay (%10,2) takip ediyordu. En fazla makalede alıntılanan on yazar içerisinde yabancı bir yazar olarak sadece Manuel Castells (%7,5) yer buluyordu; bu da alanın sınırlı bir uluslararası karakter taşıdığına, araştırmacıların büyük oranda Türkçe kaynaklardan ve araştırmacılarından yararlandığına işaret etmektedir. En az beş kez birlikte alıntılanan yazar referansları analiz edildiğinde Aysel Aziz’in merkezi bir kaynak olduğu, genel iletişim ve medya araştırmaları alanı (pembe renk) ile halkla ilişkiler alanının (yeşil renk) referanslar bazında iki ana araştırma topluluğu oluşturduğu görülmektedir (Şekil 4). Sonuç olarak teorik profil açısından da Türkçe siyasal iletişim araştırmalarının görece sorunlu bir görünüme sahip olduğunu bulduk. Spesifik teori kullanımının azlığı yanında kaynakçalarda en çok alıntılanan isimlerin kuramcılar yerine Türkçe kaynak kitaplara imza atan yazarlar olması dikkate alındığında, çalışmaların kuramsal olarak sınırlı kaldığı açıkça görülecektir.

Tartışma

Bu çalışmada Türkiye’deki hakemli dergilerde yayınlanmış siyasal iletişim konulu makaleleri disiplinler profil, araştırma türü, konu, kuram ve yöntem bakımından manuel ve otomatik içerik analizi yöntemleriyle inceleyerek alanın güncel bir portresini çıkartmaya çalıştık.

Tartışmaya alanın kurumsal ve disiplinler profiliyle başlamak gerekirse, karşımızda interdisipliner bir alan yerine iletişim disiplininden, spesifik olarak ise halkla ilişkiler ve tanıtım bölümlerinden gelen araştırmacıların ağırlıkta olduğu bir alan buluyoruz. Bu durumun sadece siyasal iletişim konulu araştırma makaleleri için değil lisansüstü tezler için de geçerli olduğu görülmektedir (Bayraktutan ve Gürbüz 2022).



Şekil 4: En az beş kez birlikte alıntılanan yazarların ağ grafiği³

Bu manzara, siyaset bilimcilerin önemli ağırlığa sahip olduğu yurt dışı literatüre kıyasla önemli bir farklılık arz ediyor ki değindiğimiz gibi Türkiye’de de alan, siyaset bilimi çatısı altında yapılan çalışmalarla başlamıştı. Dahası, sadece siyaset bilimi araştırmacılarının değil sosyoloji gibi diğer disiplinlerden ve hatta diğer iletişim bölümlerinden, eleştirel paradigmadan ve kültürel çalışmalar gibi geleneklerden gelen katkıların da sınırlı olduğunu görüyoruz. Bu manzaraya karşın farklı sosyal bilim disiplinlerinden, paradigmalardan ve geleneklerden gelecek katkıların alanı güçlendireceği kanaatindeyiz.

•••

3 Gephi’nin ForceAtlas2 algoritmasıyla linlog moduyla görselleştirilmiştir. Düğüm boyutları için Düğüm Derece ölçütü, topluluk tespiti için Louvain algoritması kullanılmıştır.

Daha önce de belirttiğimiz gibi gerek dünya gerekse de Türkiye ölçeğinde siyasal iletişim çalışmaları başlangıcından beri ampirik araştırma odaklı bir alan olagelmıştır. Bulgular bize bu durumun güncel Türkçe literatür için hâlâ geçerli olduğunu göstermiştir. Öyle ki alanda yapılan yayınların büyük bir bölümü ampirik araştırma makalesi kategorisine girmektedir. Ancak söz konusu bulguları konulara ve kullanılan yöntemlere ilişkin verilerle birlikte okuduğumuzda; güncel siyasal iletişim çalışmalarının ağırlıklı olarak siyasal kampanyaları odağına aldığını, söz konusu kampanyaları analiz ederken de çoğunlukla metin analizi yöntemleri kullanıldığını görüyoruz. Başka bir ifadeyle siyasal iletişim faaliyetlerinin seçmen davranışları üzerindeki etkisini ölçmeyi amaçlayan ilk dönem araştırmalardan farklı olarak güncel çalışmalarda ağırlıklı seçim kampanyalarının içeriğinin analiz edildiği görülmektedir.

Haliyle bu disiplinler profile paralel olarak incelenen konular açısından siyasal pazarlama, seçim kampanya stratejileri ve reklamcılık gibi halkla ilişkilerle bağlantılı konuların öne çıktığını görüyoruz. Blumler ve Gurevitch (1995), Graber (2004), Semetko ve Scammell (2012) gibi araştırmacıların dikkat çektikleri gibi küresel bir fenomen olarak doksanlı yıllardan başlayarak siyasal partilerin seçim faaliyetleri “seçim kampanyaları” adı altında gittikçe profesyonelleşerek ve medyatikleşerek birer halkla ilişkiler ve pazarlama faaliyetine dönüşmüşlerdir. Siyasal iletişimde gerçekleşen bu dönüşümler seçim kampanyalarında kullanılan iletişim ve pazarlama stratejilerini daha teknik bir yönden inceleyen araştırmalara alan açmıştır. Siyasal pazarlamanın, siyasal iletişim alanının meşru bir konusu ve alt-alanı (Newman ve Perloff 2004) olmakla birlikte, yurt dışındaki durumun tam aksine, Türkiye’de alana hâkim hale geldiği, diğer konuların ve alt-alanların ise bir düzeyde ihmal edildiği söylenebilir.⁴

Araştırma konuları bağlamında alanın medya ekosisteminde gerçekleşen dönüşümlere ise bir düzeyde ayak uydurduğu, akademik ilginin geleneksel

•••

4 Bunu kesin olarak söyleyebilmek için daha ayrıntılı ve karşılaştırmalı bir çalışma gerekse de Web of Science veri tabanında “*political communication*” ifadesini yine başlığında, özetinde veya anahtar kelimelerinde içeren SSCI, SCI-E ve AHCI indeksli İngilizce makaleleri toplayarak kısaca analiz ettik. Anahtar kelimelere bakıldığında 2312 makale içerisinde sadece 18 tanesinin “*advertisement*” [reklam] ifadesini, 17 tanesinin ise “*public relations*” [halkla ilişkiler] ifadesini içeren anahtar kelimelere sahip olduğunu bulduk. Yine konu sayısını 5 olarak belirleyerek özetler bazında konu analizi yaptığımızda, siyasi halkla ilişkiler ve pazarlama çalışmalarını baskın bir konu olarak göremedik.

kitle iletişim araçlarından yeni medyaya ve sosyal medya platformlarına kaydığı görülmektedir. Gelgelelim bu ilginin Twitter üzerinde, özellikle de siyasetçilerin seçim kampanyaları sırasında Twitter kullanımları üzerinde yoğunlaştığı, diğer sosyal medya platformlarının ve geleneksel medyanın ihmaline varacak bir raddeye vardığı iddia edilebilir. Doğal olarak Twitter veya yeni adıyla X, dijital platformlar içerisinde ana siyasal iletişim mecrası olmaya devam etmektedir ancak son yıllarda Instagram ve TikTok gibi platformlar da siyasal iletişim mecraları olarak yurt dışı literatürde gittikçe daha fazla incelenmektedir (Riedl vd. 2023). Geleneksel medya söz konusu olduğunda televizyonlar Türkiye’de hâlâ daha fazla takip edilen, haliyle yurttaşın kendi siyasal kanaatini oluştururken sosyal medyaya göre daha fazla başvurduğu mecralardır.⁵

Alanın metodolojik profiline bakıldığında metin (geniş anlamda; haber, görsel ve işitsel materyal, reklam vs.) çözümlemelerinin ağırlıkta olduğu görülmektedir. İçerik analizi, söylem analizi, göstergibilim ve retorik analizi gibi bütün metin analizi yöntemlerini topladığımızda ampirik çalışmaların %77’si gibi büyük bir çoğunluğunun metin analizi yaptığını görüyoruz. Anglo-Amerikan dünyada olduğu gibi Türkiye’de de alan seçmen davranışını inceleyen anket çalışmalarıyla başlamışken Anglo-Amerikan dünyadan farklı olarak Türkiye’de bu araştırma geleneğinin ağırlığının zamanla büyük oranda azalmış olduğunu görüyoruz. Aziz’in (2006) de belirttiği üzere doksanlardan sonra alanda bir dönüşüm başlamış ve bu dönüşümün bir sonucu olarak da siyasal iletişim çalışmaları reklamlara ve kampanyalara metin çözümlemek suretiyle bakan bir alan haline gelmiştir. Aziz’in bu iddiasını hem bizim bulgularımız hem de lisansüstü tezleri inceleyen Bayraktutan ve Gürbüz (2022) doğrulamaktadır.

Metin analizi yöntemlerinin alana böylesine egemen olması siyasal iletişim süreçlerinin diğer pek çok boyutunun gözden kaçırıldığı anlamına gelmektedir. Metin analizlerinin temel bir sorunu metinlerin anlamlarının üreticileri ile tüketicileri tarafından değil, araştırmacılar tarafından tayin ediliyor oluşudur (Graber 2004, 56). Bu bakımdan siyasal metinlerin üretim ve tüketim süreçlerine odaklanan, siyasal mesajların göndericilerinin ve alıcılarının onları nasıl anlamlandırdığına odaklanan saha araştırmaları alanda önemli bir boşluğu dolduracaktır.

•••

5 “Türkiye Güven Araştırması”, devam eden TÜBİTAK SOBAG Projesi (No: 122K368). Bulgular proje kapsamında 2023 yılının Nisan ve Mayıs aylarında 1204 kişiyle yüz-yüze gerçekleştirilmiş Türkiye nüfusunu temsil eden örnekleme sahip anketin sonuçlarına dayanmaktadır.

Diğer bir metodolojik husus ise alanın ana odağı haline gelmiş görünen sosyal medya araştırmalarıyla ilgilidir. Son yıllarda sosyal bilimlerde gittikçe yaygınlaşan “büyük veri”, “veri bilimi” veya “dijital yöntemler” gibi adlarla bilinen bilgisayar tabanlı yöntem ve teknikler, sosyal medya verilerine doğrudan erişim sağlamaları, büyük ölçekte sistematik olarak veri toplayıp analiz etmeyi sağlamaları açısından sosyal medya verileriyle yürütülen araştırmaların temel yöntemleri haline gelmektedirler (Brady 2019; Edelman 2020; Strippel vd. 2018; Bruns 2018). Bununla birlikte Türkiye’de alanda son derece sınırlı şekilde kullanıldıklarını, sosyal medya araştırmalarının çoğunun manuel veri toplama ve analiz yöntemlerine dayandıklarını görüyoruz. Türkiye’deki siyasal iletişim araştırmacılarının metodolojik olarak bu yönde uzmanlık ve becerilerini arttırmalarının alanı güçlendireceği kanaatindeyiz.

Alanın teorik profili söz konusu olduğunda ise çalışmaların büyük kısmının ateorik olması özellikle dikkat çekicidir. Bununla birlikte çalışmalar bu sıkıntının Türkiye’deki siyasal iletişim alanına özgü olmaktan ziyade genel olarak iletişim çalışmaları için bir sorun olduğuna işaret etmektedir. Örneğin Schorr (2010) Avrupa’daki iletişim dergilerini incelediği çalışmasında makalelerin yarısından fazlasının ateorik olduğunu bularak Avrupa’da alanın teorik araştırmalara ihtiyaç duyduğuna dikkat çekmişken, ABD menşeli *Journal of Communication* dergisini inceleyen Walter vd. (2018) iletişim alanında teori inşasının ve gelişiminin son 30 yılda neredeyse durmuş olduğunu iddia etmektedir. Bryant ve Miron (2018), İngilizce yeni medya ve internet çalışmaları alanını incelediği çalışmasında makalelerin %70’ine yakınının ateorik olduğunu bulmuştur. Daha önce değindiğimiz gibi kitle iletişim araçları üzerine kurulu medya ekosisteminin son otuz yılda sosyal medya ve internet ile parçalanıp çeşitlenmesi, ulusal sınırlar içerisinde aynı mesajlara maruz kalan izlerkitleler varsayan geleneksel iletişim teorilerinin artık iş görmez hale gelmesine yol açmış, ortaya çıkan teorik boşluk ise doldurulamamış görünmektedir. Araştırmacılar, sosyoloji ve siyaset bilimi gibi diğer disiplinlerle iletişime geçerek, teorik kanonu dijital medya ekosistemi bağlamında yeniden yorumlayarak ve güncel yurt dışı literatürden yararlanarak bu teorik boşluğu doldurmayı deneyebilirler.

Son olarak, bulgularımız siyasal iletişim araştırmalarının misyonu konusunda değer odaklı bir tartışmayı zorunlu kılıyor. Donsbach, iletişim çalışmalarının geneli için insani ve demokratik değerlere hizmet eden araştırmalardan gittikçe uzaklaşıldığını iddia etmişti (Donsbach 2006, 447). Benzer şekilde Türkiye’de siyasal iletişim araştırmaları hem Türkiye’deki ilk dönem çalışmalardan hem de Anglo-Amerikan dünyada güncel

çalışmalardan farklı olarak yurttaşın demokrasiye katılımında siyasal iletişimin sağladığı olanakları ve siyasal iletişim sistemlerindeki aksaklıkları tartışmak yerine seçim kampanya stratejilerini, lider imajlarını ve siyasal reklamları pazar mantığıyla analiz ederek -örtük olarak- “yurttaş olarak vatandaş” yerine “tüketici olarak vatandaş” modelini teşvik etmektedir. Biz ise demokratik ideallere ve değerlere hizmet ederek demokrasiye katkı sağlayan araştırmaların alanın ana misyonu olması gerektiği kanaatindeyiz.

Sonuç

Gerek ABD gerek Türkiye’deki iletişim alanının bir disiplin olarak kurumsallaşması açısından siyasal iletişim araştırmalarının kurucu nitelikte olduğu açıktır. Bu durum dünya ölçeğinde ve özellikle de Batı tipi liberal demokrasilerde iletişime yüklenen anlam ve işlevlerle yakından ilişkilidir: İletişim, yurttaşın siyasal karar alma ve oy kullanma davranışlarının sağlıklı ve demokratik teamüllere uygun bir biçimde biçimlenmesi için son derece elzemdir. Bu nedenledir ki Anglo-Amerikan ana akım siyasal iletişim araştırmaları geleneği kendi güncel durumu üzerine çok sayıda araştırma yapmakta ve bir dizi önemli ve güncel tartışma yürütmektedir. Bu araştırma ve tartışmalarda; dönüşen toplumsal, kültürel ve siyasal yapının ve dijitalleşmenin hem kitle fenomenini tartışmalı hale getirdiği hem de yurttaş kategorisini gözden düşürerek “tüketici olarak yurttaş” kategorisini öne çıkarttığı savunulmaktadır. Tüm bunlar “kamusal iletişim krizi” olarak adlandırılmakta ve bu krizin aynı zamanda eski teoriler ve metodolojilerle çalışılan siyasal iletişim araştırmaları alanında da bir krize neden olduğu öne sürülmektedir. Elinizdeki çalışma Türkiye’deki siyasal iletişim araştırmalarının güncel durumunu konu alan bu türden ampirik bir araştırmaya duyulan ihtiyaç nedeniyle gerçekleştirilmiştir.

Bu çerçevede çalışmada, Türkiye’deki hakemli dergilerde yayınlanmış siyasal iletişim konulu makaleleri konu, kuram ve yöntem bakımından manuel ve otomatik içerik analizi yöntemleriyle inceleyerek alanın güncel bir portresini çıkartmaya çalıştık. Bu portre doğal olarak eksik; çünkü geniş veya dar anlamıyla siyasal iletişimle ilgili konular üzerine arama terimlerimizi içermeyen makaleler yazıldığı gibi sadece makaleler değil aynı zamanda kitap, tez, kitap bölümleri gibi yayınlar da mevcut. Öte yandan Türkiye’de akademisyenler sadece Türkçe değil İngilizce yayınlar da yapıyor. Bu sınırlılıklara karşın araştırmamızın Türkiye’deki alanı ana hatlarıyla betimlediği görüşündeyiz. Çıkardığımız portre, Türkiye’de siyasal iletişim araştırmalarının ağırlıklı olarak metin analizi yöntemlerini tercih

eden, konu olarak seçim kampanyalarına ve reklamlarına odaklanan, mecra olarak Twitter başta olmak üzere sosyal medyaya yönelen, teori kullanımının sınırlı olduğu, dar bir uluslararası karakterde bulunduğunu göstermektedir. Bunun yanında alan, iletişim disiplini, daha spesifik olarak halkla ilişkiler ve pazarlama bölümü ağırlıklı bir disipliner profile sahiptir.

Bulgularımız ve sonuçlarımız alanın uluslararasılaşmaya, disiplin, paradigma ve gelenekler bakımından çeşitlenmeye ve “fermentasyona” (Nordenstreng 2004), teorik ve metodolojik olarak güçlenmeye ihtiyaç duyduğunu göstermektedir. Çalışmamız aynı zamanda Türkiye’deki siyasal iletişim araştırmaları ile siyasal iletişimin kendisinin ve bağlamının yine Türkiye’deki politik, kültürel ve sosyolojik gelişmeler de göz önüne alınarak demokratik değer ve idealler ışığında yeniden düşünülmesi gerektiğini ortaya koymaktadır. Beraberinde Batılı ülkeler için sorulan şu soruların Türkiye için de sorulmasının önemli olduğu kanaatindeyiz: “Bir kamusal iletişim krizi mi var?”, “Vatandaş kategorisinin yerini tüketici-yurttaş kategorisi mi aldı?”, “İletişimde dijitalleşmeyle birlikte kitle fenomeninin sonu mu geldi?”. Bu soruların sorulması; hem siyasal iletişim araştırmalarının temsili demokrasiler açısından üstlendiği varsayılan ideali ne kadar yerine getirdiğine hem de Türkiye’deki siyasal iletişim çalışmalarının var olan siyasal iletişim süreçlerini araştırırken ne tür krizler yaşadığına ilişkin bir tartışmanın başlatılması açısından elzemdir. Zira hem Köker’in (1998) hem de Ekinci’nin (2014) altını çizdiği üzere siyasal iletişim araştırmalarının kapsamının tüm gündelik hayat pratikleri ve farklı katılım biçimlerini içerecek şekilde genişletilmesi, alanın içinde bulunduğu krizin aşılmasının bir yoludur.

Kaynakça

- Abadan-Unat, Nermin. 1956. *Türkiye'nin Üç Büyük Şehrinde Radyo İle Halk Oylaması*. Ankara: SBF İdari İlimler Enstitüsü Halkoyu Araştırma Grubu.
- Antons, David, Christoph F. Breidbach, Amol M. Joshi ve Torsten Oliver Salge. 2023. "Computational literature reviews: Method, algorithms, and Roadmap." *Organizational Research Methods* 26 (1): 107-138.
- Atabek, Ümit ve Gülseren Şendur-Atabek. 2019. "Türkiye'de Gazetecilik Literatürü: 1992-2018 Yılları Arasında Yayımlanmış Makaleler Üzerine Bir İnceleme." *Akdeniz İletişim Dergisi* 31: 710-732.
- Aziz, Aysel. 2003. *Siyasal İletişim*. Ankara: Nobel Yayınları.
- Aziz, Aysel. 2006. "Dünyada ve Türkiye'de İletişim Araştırmaları" *Kültür ve İletişim*. 9 (1): 9-31.
- Bayraktutan, Günseli ve Gökhan Gürbüz. 2022. "Siyasal İletişim Çalışmalarının Yöntembilimsel İncelenmesi: Türkiye'deki Lisansüstü Tezler Üzerine Bir Analiz." *Siyasal İletişim: Politik Olanı Düşünmek ve Araştırmak* içinde, editörler Çiğdem Yasemin Ünlü ve İlker Özdemir, 75-99. Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Bennett, W. Lance ve Shanto Iyengar. 2008. "A New Era of Minimal Effects? The Changing Foundations of Political Communication" *Journal of Communication* 58 (4): 707-731.
- Blei, David M. 2012. "Probabilistic Topic Models." *Communications of the ACM* 55 (4): 77-84.
- Blumler, Jay G. ve Dennis Kavanagh. 1999 "The Third Age of Political Communication: Influences and Features." *Political Communication* 16 (3): 209-230.
- Blumler, Jay G. ve Michael Gurevitch. 1995. *The Crisis of Public Communication*. Londra: Routledge.
- Blumler, Jay G. 2018. "The Crisis of Public Communication, 1995 – 2017." *Javnost-The Public* 25 (1-2): 83-92.
- Borah, Porismita. 2017. "Emerging Communication Technology Research: Theoretical And Methodological Variables in the Last 16 Years And Future Directions." *New Media & Society* 19 (4): 616-636.
- Boumans, Jelle W. ve Damian Trilling. 2016. "Taking Stock Of The Toolkit: An Overview Of Relevant Automated Content Analysis Approaches And Techniques For Digital Journalism Scholars." *Digital Journalism* 4 (1): 8-23.

- Brady, Henry E. 2019. "The Challenge of Big Data and Data Science." *Annual Review of Political Science* 22: 297-323.
- Bruns, Axel. 2020. "Big Social Data Approaches in Internet Studies: The Case of Twitter." *Second International Handbook of Internet Research* içinde, editörler Jeremy Hunsinger, Matthew M. Allen, Lisbeth Klastrup, 65-81. Springer Dordrecht.
- Bryant, Jennings ve Dorina Miron. 2004. "Theory and Research in Mass Communication." *Journal of Communication* 54 (4): 662-704.
- Chaffee, Steven H. ve Miriam J. Metzger. 2001. "The End of Mass Communication?" *Mass Communication & Society* 4 (4): 365-379.
- Chan, Chung-hong ve Christiane Grill. 2020. "The Highs in Communication Research: Research Topics With High Supply, High Popularity, and High Prestige in High-Impact Journals." *Communication Research* 49 (5): 599-626.
- Donthu, Naveen, Satish Kumar, Debmalya Mukherjee, Nitesh Pandey ve Weng Marc Lim. 2021. "How to Conduct A Bibliometric Analysis: An Overview And Guidelines." *Journal of Business Research* 133: 285-296.
- Donsbach, Wolfgang. 2006. "The Identity of Communication Research." *Journal of Communication* 56 (3): 437-448.
- Edelmann, Achim, Tom Wolff, Danielle Montagne ve Christopher A. Bail. 2020. "Computational Social Science And Sociology." *Annual Review of Sociology* 46: 61-81.
- Ekinci, Necdet. 2014. "Siyasal İletişim Çalışmalarında Kapsam ve Yaklaşım Sorunsalı." *İletişim ve Diplomasi* 4: 5-24.
- Evans, James A. ve Jacob G. Foster. 2011. "Metaknowledge." *Science* 331 (6018): 721-725.
- Fortunato, Santo, Carl T. Bergstrom, Katy Börner, James A. Evans ve diğerleri. 2018. "Science of Science." *Science* 359 (6379).
- Günther, Elisabeth ve Emese Domahidi. 2017. "What Communication Scholars Write About: An Analysis of 80 Years of Research in High-Impact Journals." *International Journal of Communication* 11: 3051-3071.
- Graber, Doris A. 2004. "Methodological Developments in Political Communication Research." *Handbook of Political Communication Research* içinde, editör Lynda Lee Kaid, 63-86. Londra: Lawrence Erlbaum Associates.
- Hardt, Hanno. 1992. *Critical Communication Studies: Essays on Communication, History And Theory in America*. Londra: Routledge.

- Karaaslan-Şanlı, Halise. 2022. "Siyasal İletişim Çalışmalarının Genel Panoraması." *Siyasal İletişim: Politik Olanı Düşünmek ve Araştırmak* içinde, editörler Çiğdem Yesmin Ünlü ve İlker Özdemir. 59-75. Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Karpf, David, Daniel Kreiss, Rasmus Kleis Nielsen ve Matthew Powers. 2015. "The Role of Qualitative Methods in Political Communication Research: Past, Present, and Future Introduction." *International Journal of Communication* 9: 1888-1907.
- Katz, Elihu ve Paul F. Lazarsfeld. 1955. *Personal influence: The part played by people in the flow of communication*. New York: Free Press.
- Köker, Eser. 1998. *Politikanın İletişimi İletişimin Politikası*. Ankara: Vadi Yayınları.
- Krippendorff, Klaus. 2018. *Content Analysis. An Introduction to Its Methodology. Fourth Edition*. SAGE.
- Kim, Jeong-Nam, Seong-Cheol Park, Sun-Wook Yoo ve Hongmei Shen. 2010. "Mapping Health Communication Scholarship: Breadth, Depth, and Agenda of Published Research in Health Communication" *Health Communication* 25 (6-7): 487-503.
- Kim, Yonghwan, Bumsoo Kim, Youngju Kim ve Yuan Wang. 2017. "Mobile Communication Research in Communication Journals From 1999 To 2014." *New Media & Society* 19 (10): 1668-1691.
- Lacy, Stephen, Brendan R. Watson, Danil Riffe ve Jenette Lovejoy. 2015. "Issues and Best Practices in Content Analysis." *Journalism & Mass Communication Quarterly* 92 (4): 791-811.
- Lin, Yang. 2004. "Fragmentation of the Structure of Political Communication Research: Diversification or Isolation?" *Handbook of Political Communication Research* içinde, editör Lynda Lee Kaid, 69-108. Londra: Lawrence Erlbaum Associates.
- Mutz, Diana C. 2001. "The Future of Political Communication Research: Reflections on The Occasion of Steve Chaffee's Retirement from Stanford University." *Political Communication* 18 (2): 231-236.
- Newman, Bruce I. ve Richard M. Perloff. 2004. "Political Marketing: Theory, Research, and Applications." *Handbook of Political Communication Research* içinde, editör Lynda Lee Kaid. 35-62. Londra: Routledge.
- Özçetin, Burak. 2018. *Kitle İletişim Kuramları Kavramlar, Okullar, Modeller*. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Peters, John Durham. 1993. "Genealogical Notes on 'The Field.'" *Journal of Communication* 43 (4): 132-139.

- Puschmann, Cornelius ve Christian Pentzold. 2021. “A Field Comes Of Age: Tracking Research on the Internet within Communication Studies, 1994 To 2018.” *Internet Histories* 5 (2): 135-153.
- Riedl, Martin J, Jozephine Lukito ve Samuel C. Woolley. 2023. “Political Influencers on Social Media: An Introduction.” *Social Media + Society* 9 (2).
- Rogers, Everett M. 2004. “Theoretical Diversity in Political Communication.” *Handbook of Political Communication Research* içinde, editör Lynda Lee Kaid, 21-34. Londra: Routledge.
- Sampedro, Victor. 2011. “Introduction: New Trends and Challenges in Political Communication.” *The International Journal of Press/Politics* 16 (4): 431-439.
- Schorr, Angela. 2003. “Communication Research and Media Science in Europe: Research and Academic Training at a Turning Point.” *Communication Research and Media Science in Europe Perspectives for Research and Academic Training in Europe’s Changing Media Reality* içinde, editörler Angela Schorr, William Campbell ve Michael Schenk, 3-56. Berlin: Mouton De Gruyter.
- Semetko, Holli A., ve Margaret Scammell. 2012. “Introduction: The Expanding Field of Political Communication in The Era of Continuous Connectivity.” *Sage Handbook of Political Communication* içinde, editörler Holli. A. Semetko ve Margaret Scammell, 1-5, Londra: SAGE.
- Song, Hyunjin, Jacob-Moritz Eberle ve Olga Eisele. 2020. “Less Fragmented Than We Thought? Toward Clarification Of A Subdisciplinary Linkage in Communication Science, 2010-2019.” *Journal of Communication* 70 (3): 310–314.
- Strippel, Christian, Annkatrin Bock, Christian Katzenbach, Merja Mahrt vd. 2018. “Die Zukunft der Kommunikationswissenschaft auf Herausforderungen der Digitalisierung” *Publizistik* 63 (1): 11-27.
- Tokgöz, Oya. 2006. “Türkiye’de iletişim Araştırmalarında İletişim Eğitiminin Rolü ve Önemi.” *Küresel İletişim Dergisi* 1 (1): 1-12.
- Tokgöz, Oya. 2014. “Türkiye’de İletişim Araştırmaları İçinde 1970’li Yıllarda Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesinde Yapılan İletişim Konusundaki Doktora Tezlerinin Rolü ve Konumu.” *İLEF Dergisi* 1 (1): 115-142.
- Uzun-Avci, Emel. 2020. “Nermin Abadan Unat.” *Modern Türkiye’de Siyasal Düşünce* içinde, editörler Feryal Saygılıgil ve Nacide Berber. Cilt 10. 650-657. İstanbul: İletişim Yayınları

Walter, Nathan, Michael J. Cody ve Sandra J. Ball-Rokeach. 2018. "The Ebb and Flow of Communication Research: Seven Decades of Publication Trends and Research Priorities." *Journal of Communication* 68 (2): 424-440.

Wyatt, Robert O. 1998. "After 50 Years. Political Communication Scholars Still Argue With Lazarsfeld." *Journal of Communication* 48 (2): 146-156.