

**2002 MİLLETVEKİLİ GENEL SEÇİMLERİNDE YAZILI
BASINDA 'AB VE IMF KARŞITLIĞI' EKSENİNDEKİ 'TÜRK
MİLLİYETÇİLİĞİ' SÖYLEMİ ÇERÇEVESİNDE GENÇ
PARTİ'NİN KONUMLANMASI**

M.Deniz TANSİ*

***Genç Parti's Positioning on Printed Media in The Context of Turkish
Nationalism Which Includes Anti EU And IMF Axis***

Political propaganda is resourced from persuasion and attitude changing. It is often applicated on media because of the media's agenda setting function and to form public opinion. Printed media can be reached available for making research.

2002 general elections campaign is not forgotten yet. On this study Genç Parti's political campaign is analyzed on *Hürriyet* and *Star* newspapers. Genç Parti is not a classical party. It was founded 3 months ago of general elections. But it has gained 7,5% votes. *Hürriyet* is the most purchased newspaper in Turkey, *Star* is like Genç Parti's bulletin why Genç Parti's chairman is also owner of *Star* newspaper.

*Öğr.Gör., Yeditepe Üniversitesi İletişim Fakültesi Gazetecilik Bölümü

On this study printed media's affect is also considered to general elections' scores.

Key words: GP, Turkish, Nationalism, EU, IMF.

.....

Giriş

2002 seçim kampanyasında, iktidar partilerinin durumu bir hayli sıkıntılıydı. DSP, ekonomik krizin sıkıntıları bitmeden, karşı çıktığı bir erken seçime sürüklenmekteydi. Üstelik partinin bakanları ve meclis grubunun yarısı, başka bir parti kurmuştu. MHP, 1999 seçimlerinde, A.Öcalan'ı idam edecek parti olarak milliyetçi söylemin yarattığı iklimde oy toplarken, 2001 Ağustos'undaki TBMM'de gerçekleştirilen 'AB'ye uyum yasa' değişikliklerinde, ölüm cezasının savaş hali dışında kaldırılmasıyla, kendisi karşı çıkmasına rağmen A.Öcalan'ı idamdan kurtaran bir hükümetin ortağı parti olarak, tabanına ters düşmüştür. ANAP, Aralık 2002'deki Kopenhag zirvesi öncesi AB uyum yasaları başta olmak üzere, AB yanlısı bir siyasal eksen belirlediyse de, seçmen tarafından, yıllarca iktidarda yer alan, yolsuzluklarla özdeşleşen imajıyla, inandırıcı ve güvenilir bulunmamıştır. DYP, muhalefette bulunmasına karşın, seçmene yeterli güveni verememiştir. Bu nedenlerin başında, T.Çiller'in seçmen tarafından güvenilir bulunmayışının nedeni de vardır. SP, 'Milli Görüş' ve N.Erbakan çizgisinin devamı bir parti olması rağmen, Ağustos 2001'de 'Milli Görüş' çizgisinden ayrılarak kurulan

AKP'nin yükselen oyları karşısında, kendi seçmeni bile oyların bölünmesinden korkarak, oylarını AKP'de toplamıştır.

GP, IMF ve AB karşıtı bir milliyetçi söylem kullanarak, 'Batı karşıtlığı' ekseninde propaganda yapmıştır. Ancak, bu 'Batı karşıtlığı', M.K.Atatürk'ü ve devrimlerini yadsıyan bir 'Batı karşıtlığı' değildir. Tam tersine, M.K.Atatürk adına yola çıktığını savlayan, Batı'ya antiemperyalist olarak adlandıran, sağda ya da solda olduğunu iddia etmeyen, popülist bir milliyetçi söylem kullanılmıştır. Bu bir anlamda doktrinel olmayan bir milliyetçi söylemi ifade etmektedir. Siyasal konjonktür açısından, 'AB ve IMF karşıtlığı' eksenini, 'bölücülük' ve 'irtica' karşıtlığını da kapsayarak, genişlemiştir.

Bu çalışmada, 1946-1992 arasında antikomünizm, 1992'den itibaren 'bölücülük', 1997'den itibaren 'bölücülük'le birlikte 'irtica'nın ana eksen durumuna geldiği 'Türk Milliyetçiliği' söyleminin, 2002 milletvekili seçimlerinde vardığı 'AB ve IMF karşıtlığı' çizgisi, bu çizginin yazılı basında ele alınmış biçimi, bu çerçevede, doktrinel bir milliyetçi çizgiye sahip olmayan GP'nin yazılı basında 'AB ve IMF karşıtlığı' zeminindeki değerlendirilmeleri ele alınmaktadır. *Hürriyet* ve *Star* gazeteleri çalışmada analiz edilen gazetelerdir. *Hürriyet*'in tiraj açısından en yüksek rakama sahip bir yayın organı, *Star*'ın ise GP'nin fiili yayın organı konumunda olması; söz konusu gazetelerin ele alınmasında kullanılan ölçütlerdir. Çalışmada GP, 'AB ve IMF karşıtı eksenindeki' 'Türk Milliyetçiliği' söyleminde değerlendirilmiştir. Dolayısıyla, *Hürriyet*

GP'yi haber açısından, son derece az ele aldığından dolayı, söz konusu eksenin analizi daha fazla yer almış, *Star*'ın adı geçen eksen ele alışı, aynı zamanda GP'nin bakış açısını yansıttığından, sonuç değerlendirmesi, bu zemin üzerinden gerçekleştirilmiştir.

2002 Milletvekili Genel Seçimlerinde Hürriyet ve Star Gazetelerinde 'AB ve İMF Karşılığı' Eksenindeki 'Türk Milliyetçiliği Söylemi' Etkisinde Genç Parti

Hürriyet

Hürriyet, bir başka medya grubu olan Uzan Grubu'nun güçlü ismi C.Uzan'ın, GP lideri olarak seçimlere girmesinden rahatsızdır. Zira, ticari rakibinin, bizzat bir partinin genel başkanı olarak seçime girmesi; ticari gücüne, siyasal güç ekleyen bir rakip riski doğurmaktadır. Fatih Altaylı, Uzan grubuyla girilen polemiklerde, gazetenin ve grubun, fiili sözcüsü konumundadır. Altaylı, AKP yöneticilerinden aldığı bir bilgiye dayandırdığı yazısında, "*Cem Uzan, MHP'den çalışıyor*" (*Hürriyet* 01/10/2002:1) başlığını kullanmaktadır. Söz konusu yazıda, AKP'lilerin yaptırdıkları anketler, F.Altaylı'nın savlarına kaynak gösterilmektedir. Altaylı, C.Uzan'ın genel başkan olduğu GP'nin MHP'den 'oy çalma' iddiasının nedenini ise, MHP'nin elinde radyo ve televizyon olmadığı, GP'nin ise Uzan medya grubu sayesinde, kitle iletişim araçlarından kolaylıkla yararlanmasına bağlamaktadır. Böylece, GP'nin, siyasette haksız rekabet yaptığını ima etmektedir. GP de, milliyetçi siyaset

kulvarında değerlendirilmektedir. F.Altaylı, Uzanlar'la girdiği polemikte, C.Uzan'ı "İngiliz tipi milliyetçi" (Hürriyet, 08/10/2002: 1) olarak değerlendirmektedir. C.Uzan'ın, A.Türkeş'in siyasal mirasına sahip çıkma iddiasında olduğunu savlayan F.Altaylı, C.Uzan'ın 'yeni başbuğ' imajını gündeme getirmektedir. Ancak F.Altaylı, C.Uzan'ın TV kanalının adının İngilizce 'Star', *Star* gazetesinin ekinin adının 'Star Box' olduğunu, Uzanlar'ın GSM şirketi Telsim'in hizmetlerinin 'My Cep', 'Cep to Cep' gibi İngilizce sözcüklerle karışık ibareler olduğunu dile getirmektedir. Dolayısıyla, C.Uzan'ın milliyetçi söyleminin inandırıcı olmadığını kanıtlamaya çalışmaktadır. F.Altaylı, söz konusu yazılarında, benimsememesine rağmen, MHP'yi milliyetçilik açısından daha inandırıcı olarak değerlendirmektedir.

Hürriyet'in "Herkes göreve" (Hürriyet, 10/10/2002: 1) manşetinde, AB için ulusal seferberlik ilan edilmektedir. *Hürriyet*, MHP,GP gibi siyasal partilerin AB karşıtlığına dayanan milliyetçi çizgisine karşılık, AB'den yana, AB'yi hedefleyen bir milliyetçi çizgiyi savunmaktadır. Zira, Kemalizm'in birbirini bütünleyen iki ana refleksi milliyetçilik ve medeniyetçiliktir. Milliyetçilik Batı tipi bir ulus-devleti oluşturacak, devamını 'beka'sını sağlayacak, medeniyetçilik te bu özelliklere sahip ulus-devletin uygar uluslar ailesinde, 'çağdaş uygarlık düzeyi'nin yakalanması hedefini içerecektir. AB de, içinde yer alınması hedeflenen Batı'nın bugünkü somut biçimidir. Dolayısıyla, AB için ulusal

seferberlik başlatmak, kendi içinde uyumlu bir davranış bütününi ifade etmektedir.

Hürriyet'in AB'den yana tavrına karşın, *Hürriyet* yazarı E.Çölaşan, AB'nin 'şeriatçılık', 'bölücülük' ve 'terör' gerçeğini anlamadığını ifade etmekte, AB'ye "onurumuzla girelim" demektedir. (*Hürriyet*, 11/10/2002: 5) Türkiye'nin Milli Güvenlik Siyaset Belgesi'nde, öncelikli tehdit algılamasında öncelikli tehdit olarak kabul edilen 'irtica' ve 'bölücülük' konularında, E.Çölaşan AB'yi diğer samimi bulmamaktadır. AB'nin Türkiye'nin ulusal güvenliğini ilgilendiren konularda, 'art niyetli' olduğunu savlamaktadır.

S.Turgut, zaman zaman 'teknokratlar hükümeti', 'doğrudan olmayan bir askeri müdahale'yi savunan, renkli yazılar da kaleme alan, ilginç bir yazardır. S.Turgut, MHP'nin GP'den rahatsızlığını dile getirmekte, GP'nin MHP'den daha fazla milliyetçi söylem kullandığını ifade etmektedir. (*Hürriyet*, 10/10/2002: 7)

Star

Star, AB Komisyonu'nun genişlemeden sorumlu üyesi Günter Verheugen'in sözlerini yorumlayarak, 'ilerleme raporu' öncesi, "AB:Türkiye ufukta gözüküyor" (*Star*, 02/10/2002: 1) başlığını kullanmaktadır. *Star*, Türkiye'nin AB'ye girmesinin mümkün olmadığını, her fırsatta dile getirmeye çalışmaktadır.

C.Kantarcı, IMF'nin Türkiye'nin tüm mal varlıklarına el koyacağını belirterek, AKP ve CHP'nin bir kısım basın tarafından, IMF'nin etkisiyle pompalandığını ifade etmektedir. (Star, 04/10/2002: 5) IMF, *Star* tarafından Osmanlı'nın son döneminde, ekonomik gelirlerine el koyan Düyun-u Umumiye'ye benzetilmektedir. Bu çerçevede, IMF'yle işbirliği yapanlar, Türkiye'ye ihanet içinde gösterilmektedir. GP İzmir milletvekili adayı da olan C.Kantarcı, GP'nin IMF, ABD ve AB karşıtlığı üzerine yapılandığı 'Türk Milliyetçiliği'ni dile getirmektedir.

Star, M. K. Atatürk'ün "Ya istiklal, ya ölüm" sözünden esinlenerek, "Ya IMF ya Türkiye" (Star, 30/10/2002: 1) manşetini kullanmaktadır. Bu çerçevede, Türkiye'nin kurtuluşunun, IMF'nin kovulmasına bağlı olduğu iddiası yinelenmektedir.

Star, seçim yaklaştıkça, IMF'yle ilgili polemik artırmaktadır. *Star*'ın seçime 2 gün kala attığı, "IMF'nin son 48 saati" (Star, 01/11/2002: 1) manşeti, GP'nin IMF karşıtı milliyetçi söylemine uygun olarak kullanılmaktadır.

C.Kantarcı, "millet aç.... bunlar Avrupa kapısına dayanıyor" (Star, 06/11/2002: 5) diyerek, yeni iktidarın, toplumsal ve ekonomik sorunları gündeme almak yerine, AB'yle ilişkilere verdiği önemi eleştirmektedir. *Star*, "AB'ye söz verdi" (Star, 08/11/2002: 1) manşetinde, T.Erdoğan'ın, AB'ye girmek için ulusal çıkarlardan ödün verdiğini savlanmaktadır.

Sonuç

2002 genel seçimlerinde 'ekonomik ve toplumsal gündem' seçimin temasını oluşturmuştur. 2000'den itibaren kronikleşen ekonomik kriz, zaten, rakamsal dengeleri pek te iyi olamayan Türk ekonomisini zora sokmuş, toplumsal kesimler arasında gelir dağılımı uçurumu artmıştır. Milliyetçi söylem açısından bakılacak olursa, GP dışındaki milliyetçi söylemi ağır basan partilerin önemli bir çıkışı olmamıştır. Ancak 'bölücülük' ve 'irtica' karşıtı milliyetçi söylem ele alınan gazetelerde sürmeye devam etmiştir.

Hürriyet gazetesi, bu indirgemedeki CHP'yi daha fazla desteklemiştir. *Hürriyet*, laik ve 'Kemalist Milliyetçilik' tavrılarında, CHP'den yana kendisi açısından doğallıkla tavır almıştır. *Hürriyet*'te, Kuzey Irak'taki Kürt oluşumuyla ilgili, Ertuğrul Özkök gibi yazarlar, ılımlı değerlendirmeler yaparken, Emin Çölaşan, militanca karşı çıkmıştır. *Hürriyet*, 'AB uyum yasaları'nın çıkarılmasını, desteklemiştir. Bu konuda Emin Çölaşan dışında çekince koymamıştır. Gazete, bu konuda, liberal bir tutum takınmıştır. *Hürriyet*, AB'ye Türkiye'nin tam üye olmasını, Kemalizm'in medeniyetçi projesi çerçevesinde, 'Kemalist Milliyetçiliğin' doğal bir hedefi olarak görmekte ve yorumlamaktadır. *Hürriyet*'in GP'ye bakış açısı, haber değeri anlamında fazla yer vermemek, yorumlamak gerektiğinde ise, GP'nin milliyetçi söyleminin inandırıcı olmadığını ortaya koymaktır.

Star gazetesi, Uzan Grubu'nun gazetesi olarak, GP lideri C.Uzan'a doğal bir yakınlık duymaktadır. Gazete, AB, ABD, IMF karşıtı bir milliyetçi söylem kullanmıştır. Kuzey Irak'taki Kürt oluşumuyla ilgili, devlet yetkilileri ve hükümet sürekli uyarılmıştır. C.Uzan, Türkiye'yi kurtaracak, genç lider olarak lanse edilmiştir. *Star*, AKP ile CHP'yi farklı yapılarına rağmen IMF, ABD, ve AB yanlısı olarak göstermiş, ikisinin birbirlerinden farklarının olmadığını savlamıştır. Bu noktada, GP'nin farklılığını ön plana çıkarılmaya çalışılmıştır. MHP eleştirilmese de, GP'nin yeni ve diğer partilerden farklı olması savı, MHP'nin ideolojik olarak değilse de, 57. Hükümet döneminde yıprandığı iması, zaman zaman hissettirilmektedir. *Star*, AB uyum yasaları için özel bir yayın yapmasa da, A.Öcalan'ın ölüm cezasından kurtulmasını ve Kürtçe'nin yayın ve öğretim dili olarak kullanılmasını eleştirmektedir. Zaten, AB'ye uyum sürecinde alınan her karar, *Star* tarafından memnuniyetsizlikle karşılanmaktadır.

GP kendi medyasıyla, IMF ve AB karşıtı bir söylemi dillendirirken, 'Ulusal Sol' çizgiyi ve 'Milliyetçi Sağ' çizgiyi savunan yazılı basın etkili olamamıştır. Diğer siyasal partilerin, özellikle iktidar partilerinin yıpranmışlığıyla birlikte, bir inandırıcılık sorunu baş göstermiştir. GP'nin bu noktadaki farklı durumu, ilk kez seçimlere giren bir siyasal parti olması ve geleneksel partilerden farklı olmasının yanısıra, kendi medyasıyla siyasal propaganda yapmasıdır. Büyük bir medya grubu olan *Star*, TV kanalları, radyo kanalları ve gazetesiyle, ulaştığı kesimlerde, kendi gündemini empoze ettiği bir kamuoyunun oluşmasına

neden olmuştur. Toplumsal ve ekonomik sıkıntıları, milliyetçi bir söylemle dile getiren *Star* grubu, GP için önemli bir avantaj olmuştur. GP'nin mitinglerine sadece, *Star* grubunun medya organları kabul edilmiş, GP lideri C.Uzan, başka medya kanallarına çıkmayarak, aykırı sorularla karşılaşmamış, kendi medya grubunun oluşturduğu bir imajla kamuoyuna sunulmuştur. C.Uzan, siyasal liderlerin yer aldığı diğer medya ortamından uzak, kendi medyasının oluşturduğu özel bir siyasal alanda propaganda yapmıştır. Bu propaganda üslubu, G.Debord'un 'gösteri toplumu' (Debord, 1994:381-434) kuramını anımsatmaktadır. Söz konusu kurama göre 'Gösteri toplumu'nda içeriksizlik egemendir. Gösteri, diyalogun zıttı bir anlam içermektedir. Gösteride sadece monolog ve imaj vardır. C.Uzan'ın monologları, propagandanın tekrar kuralında olduğu gibi, sürekli tekrar edilmekte, seçim öncesi 147 mitingte aynı metinler ve sloganlar dile getirilmektedir. Toplum 'bizler' ve 'onlar' ayrıştırılmakta, bu ayrışma hem milliyetçi söylem açısından, hem de gösteri toplumu açısından özel bir konum işgal etmektedir. (Schmitt, 1996: 27) *Star*, 'gösteri toplumu' kuramında olduğu gibi, monoloğa dayalı bir yayın politikası izlemiş, diğer siyasal partilerin söylemlerine yer vermemiştir. Bu bağlamda Turan ve Çapan'a göre *Star*, GP'nin adeta bir 'propaganda broşürü' durumuna gelmiştir. (Turan vd., 2003: 101-118) GP, doktrinel olmayan popüler bir milliyetçi söylemi (bkz: Özkırmı, 2002: 706-717) kullanarak; 'milliyetçilik', 'Atatürkçülük', 'dine hürmetli muhafazakarlık'

unsurlarını, ideolojik bütünsellik ve tutarlılık kaygısı olmadan, dile getirmiştir. (Bora, 2002: 60)

2002 Aralık Kopenhag zirvesinden, 2004 Aralık Dublin zirvesine kadar geçecek süreçte, AB'den yana eğilimi olan basın organları ve siyasal partilerle, karşıt çizgidekilerin rekabeti sürecektir. AB yanlılığını, Kemalizm'in medeniyetçi projesi olarak değerlendirenlerle, yine Kemalizm adına AB'yi emperyalist olarak değerlendirenler, Avrasya'ya alternatif medeniyet projesi olarak öne çıkaranlar, farklı milliyetçi söylemler kullanacaklardır. AB yanlıları 'Kemalist Milliyetçiliğin' doğal hedefinin 'çağdaş uygarlık düzeyi'ni Batı'da yakalamak olduğunu savunurlarken, Kemalizm'i antiemperyalizm çerçevesinde değerlendirenler, AB'nin Sevr'i yeniden gündeme getiren, emperyalist bir oluşum olduğunu, 'Ulusal Kurtuluş Savaşı'yla kurulan ulus-devletin, AB'ye verilen ödünler yoluyla savaşız parçalanacağını savlamaktadırlar. 'Türk Milliyetçiliği' söylemi, medeniyet projeleri üzerinden yazılı basın tarafından üretilerek/yeniden üretilerek, siyasal partiler ve seçmenlerle karşılıklı ilişkisini sürdürecektir. Küreselleşme süreci, 'Türk Milliyetçiliği'nin orta vadedeki içerik ve eksenini belirleyerek, yerleşme boyutunda, farklı etnik kümelerin kimlik arayışlarına karşı reaksiyoner tutumunu arttıracak, bu kimlik arayışlarının sorumlusu olarak yine Batı gösterilecektir. Bu bağlamda, kökleri Batılılaşmaya dayanan Türk Milliyetçiliği'nin Batı karşıtlığı eksenini üzerinde üretilmesi paradoks olarak gözükmektedir. Yazılı basına göre nicel ve nitel açıdan etkisi

giderek yoğunlaşan görsel basının çoğalan önemi de göz önüne alındığında, genel olarak medyanın, çıkış noktası ikna etme ve tutum değiştirme olan siyasal propaganda açısından işlevi artacaktır. (Aronson vd., 1997: 235) Öte yandan,medyanın siyasal çıkarlarla doğrudan ilişkisinin bir göstergesi olarak medya patronlarının siyasal süreçte bizzat yer almaya başladıkları görülmektedir. Bu durum, medya, siyaset, kamuoyu ilişkisi bağlamında, milliyetçi söylemin de içinde bulunduğu siyasal propagandanın üretilmesindeki zeminin, Türk siyasal yaşamının geleceği açısından endişe verici bir boyuta varabileceğinin ipuçlarını taşımaktadır: GP, 2002 genel seçimlerinde 'Türk Milliyetçiliği' söylemini, herhangi doktrinel bir zemine dayandırmadan, AB ve IMF karşıtlığı ekseninde, popülist vurgularla, seçmen tabanına nüfuz ettirerek, Türk siyasal yaşamında, daha önce denenmemiş bir parti modeliyle başarıya ulaşmıştır.

Kaynakça

Kitaplar

- ALEMDAR, Kormaz ve ERDOĞAN, İrfan, (1994). Popüler Kültür ve İletişim, Ümit Yayıncılık, Ankara.
- ARONSON, Elliot ve WILSON, Timothy ve AKERT, Robin, (1997). Social Psychology, Longman, New York.
- ALBIG, William, (1956). Modern Public Opinion, Mc Graw Hill, New York.

İLETİŞİM FAKÜLTESİ DERGİSİ/2002 Milletvekili Genel Seçimlerinde Yazılı Basında 'AB ve İMF Karşılığ' Eksenindeki 'Türk Milliyetçiliği Söylemi' Çerçevesinde Genç Parti'nin Konumlanması

- AYKOL, Hüseyin, (1996). Modern Ajitasyon ve Propaganda, Pelikan Yayınevi, İstanbul
- AZİZ, Aysel, (2003). Siyasal İletişim, Nobel Yayınları, Ankara.
- AZİZ, Aysel, (1982). Toplumsallaşma ve Kitlesel İletişim, A.Ü. Basın Yayın Yüksek Okulu Yayınları, Ankara.
- BEKTAŞ, Arsev, (2002). Siyasal Propaganda, Bağlam Yayınları, İstanbul.
- BIÇAKÇI, İlker, (2001). İletişim Dünyamız, MediaCat Kitapları, İstanbul.
- BONGRAD, Michel, (1992). Politikada Pazarlama, (Çev: Fatoş Gürsoy), Cep Üniversitesi Yayınları, İstanbul.
- CASTELLS, Manuel, (1997). The Information Age Economy, Society and Culture Volume II The Power of Identity, Blackwell Publishers, Oxford.
- COMBS, James. ve NIMMO, Dan, (1993). The New Propaganda: The Dictatorship of Propaganda in Contemporary Politics, Longman, New York.
- DEBORD, Guy, (1994). Gösteri Toplumu ve Yorumlar, (Çev: Ayşen Ekmekçi ve Okşan Taşkent), California Press, Berkeley.
- DEVİRAN, Yusuf, (2003). Siyasal Kampanya Yönetimi: Mesaj, Strateji ve Taktikler, And Yayınları, İstanbul.
- DUVERGER, Maurice, (1992). Politikaya Giriş, (Çev: Semih Tiryakioğlu), Varlık Yayınları, İstanbul.

- DUVERGER, Maurice, (1992). Siyaset Sosyolojisi, (Çev: Şirin Tekeli), Varlık Yayınları, İstanbul.
- GİRGİN, Atilla, (2002). Haber Yazmak, Der Yayınları, İstanbul.
- GİRGİN, Atilla, (2002). Uluslararası İletişim ve Haber Ajansları, Der Yayınları, İstanbul.
- GÖKALP, Ziya, (1976). Türkçülüğün Esasları, Kültür Bakanlığı, İstanbul.
- GÖKALP, Ziya, (1997). Türkleşmek-İslamlaşmak-Muasırlaşmak, (Sadeleştiren: Yalçın Toker), Toker Yayınları, İstanbul.
- HOBSBAWM, Eric, (1995). Milletler ve Milliyetçilik, (Çev:Osman Akınbay), Ayrıntı Yayınları, İstanbul.
- İLHAN, Atilla (1997). Hangi Küreselleşme, Bilgi Yayınevi, İstanbul.
- JOWETT, Garth ve O'DONNELL, Victoria, (1999). Propaganda and Persuasion, , Sage Publications, Thousand Oaks.
- KAZANCI, Metin, (1982). Halkla İlişkiler, Savaş Yayınları, Ankara.
- KIŞLALI, Ahmet Taner, (1992). Siyaset Bilimi, İmge Kitabevi, Ankara.
- KÖKER, Eser, (1998). Politikanın İletişimi İletişimin Politikası, Vadi Yayınları, Ankara.
- Mc NAIR, Brian, (1995). An Introduction to Political Communication, Routledge, London.
- NEGRINE, Ralph, (1996). The Communication of Politics, Sage, London.

- NEUMANN, Elisabeth Noelle, (1998). Kamuoyu Suskunluk Sarmalının Keşfi,(Çev:Murat Özkök), Dost Kitabevi, Ankara.
- PRATKANIS, Anthony. ve ARONSON, Elliot, (1999). Age of Propaganda: The Everyday Use and Abuse of Persuasion, Freeman,New York.
- SCHMITT, Carl, (1996). The Concept of the Political, Chicago University Press, Chicago.
- SEVERİN, Werner. ve TANKARD, J.R. (1994). İletişim Kuramları (Çev: Ali Atif Bir ve Serdar Sever) ,Anadolu Üniversitesi Yayınları, Eskişehir.
- TANSİ, M.Deniz (1999). Public Relations Process in the Political Parties, Yeditepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.
- TOPUZ, Hıfzı (1991). Seçimlerde İletişim Politikaları, İstanbul:TÜSES.
- TOPUZ, Hıfzı (1994). Siyasal Reklamcılık, Cem Yayınevi, İstanbul.
- TUNCER, Erol (2002). Osmanlı'dan Günümüze Seçimler (1877-1999), Tesav Yayınları, Ankara.
- ÜNDEY, Nur (1998). Siyasi İktidarların Kazanılmasında Veya Kaybedilmesinde Propagandanın Rolü, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Genel Gazetecilik Ana Bilim Dalı, İzmir.
- VAROL, Muharrem (1994). Siyaset ve Halkla İlişkiler, İmaj Yayıncılık, Ankara.

Makaleler

- BORA, Tanıl. (2002) "Cem Uzan ve Neo-Faşizmin Yeni Yüzü: Şirket Konserlerinden Partiye", Birikim, No:162, s.53-61.
- TURAN, Ömer ve ÇAPAN, Zeynep Gülşah (2003). "Genç Parti Özelinde 3 Kasım Seçimleri", Birikim, No:165, s.101-118.
- ÖZKIRIMLI, Umut (2002). "Türkiye'de Gayriresmi ve Popüler Milliyetçilik", Modern Türkiye'de Siyasi Düşünce Cilt 4 Milliyetçilik, Tanıl Bora (der), İletişim Yayınları, İstanbul, s. 706-717.
- ÜSTE, Rabia Bahar (2000). "Türkiye'de Seçim Propagandaları", Siyasal İletişim 3-5 Mayıs 2000 1.Ulusal İletişim Sempozyumu Bildirileri, İletişim Dergisi Yayınları 2, Ankara, s.35-51.

Sürelî Yayınlar

- Hürriyet Gazetesi Arşivi (30/09/2002-08/11/2002)
- Star Gazetesi Arşivi (30/09/2002-08/11/2002)