

*Atf için / for cited: Silsüpür, Ö. (2021). Siyasal Katılım, Siyasal İletişim ve Medya. Journal of Vocational and Social Sciences of Turkey, Yıl: 3, Sayı: 6, Ağustos 2021, s.163-173.*

## SİYASAL KATILIM, SİYASAL İLETİŞİM VE MEDYA

Özer SİLSÜPÜR\*

### ÖZET

Bireyler demokrasinin gerçekleştiği ortamlarda gerek en temel hak olan oy verme eyleminde bulunarak, gerekse de siyasi otoritenin kararlarını etkilemek, değiştirmek, istenilen sonuçların gerçekleşmesini sağlamak için faaliyetlerde bulunarak siyasal sürece dâhil olmaktadır. Siyasal katılım açısından önemli bir süreç olan seçim dönemleri, en basit düzeyde bireylerin hem demokratik zeminde haklarını kullanmalarına hem de ülke geleceğinde söz sahibi olmalarına imkân tanımaktadır. Siyasi karar alma aşamasında bireyler az veya çok, çeşitli faktörlerden etkilenmekte, bu doğrultuda bilgi sahibi olmakta ve yine bu faktörlerin etkisiyle karar almaktadır. Bu bağlamda bireyler siyasal katılım sürecinde; siyasal kampanyalardan, geleneksel kitle iletişim araçlarından (medya) ve sosyal medyadan etkilenerek karar almakta ve eylemde bulunmaktadır. Çalışmada literatür taraması yapılarak, siyasal katılım ve siyasal katılımı etkileyen faktörler detaylı olarak ele alınmıştır. Ayrıca siyasal katılım ile siyasal iletişim, geleneksel kitle iletişim araçları ve sosyal medya konularıyla ilişki kurularak literatüre katkı sağlanmak amaçlanmıştır.

**Anahtar Kelimeler:** Siyasal Katılım, Siyasal İletişim, Kitle İletişim Araçları, Medya, Sosyal Medya.

**JEL Kodları:** D72, D79, D91, L82.


## POLITICAL PARTICIPATION, POLITICAL COMMUNICATION AND MEDIA

### ABSTRACT

In an environment where democracy works, individuals participate political process both by voting which is the most fundamental right and engage in activities to influence, change and actualise the desired result of political authority. Election periods, which are an important period in terms of political participation, at its simplest cause individuals to use their rights on democratic grounds and have a say in the future of the country. At the stage of decision making, individuals are more or less influenced by various factors and have knowledge in this direction and make decisions under the influence of these factors again. In this context, individuals make decisions and take actions under the influence of political campaigns, traditional mass media (media) and social media. In the study, by scanning the literature, political participation and factors affecting political participation were examined in detail. In addition, it is aimed to contribute to the literature by establishing relations in the fields of the political participation and political communication, traditional mass media and social media.

**Keywords:** Political Participation, Political Communication, Mass Media, Media, Social Media.

**JEL Codes:** D72, D79, D91, L82.

\*  Trabzon Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Halkla İlişkiler ve Reklamcılık Bölümü, Öğr.Gör.Dr.,  
[ozersilsupur@gmail.com](mailto:ozersilsupur@gmail.com)

## GİRİŞ

Bireylerin, hükümet çalışmalarında ve bu çalışmaları yerine getiren kişilerin seçilmesinde doğrudan veya dolaylı olarak eylemde bulunması olan siyasal katılım (Negiz ve Kiriş, 2007: 37), gerek karar alınmasında etkili olmada, gerekse de siyasi tutum ve davranışların sonucunu etkileyebilmesi açısından önem taşımaktadır (Duran, 2005: 133). Siyasal katılım sürecinde katılımcı bir yaklaşım sergilenmesi, bireylerin siyasal yaşama bakış açısını etkileyen katılımcılık, demokratik yönetim, vatandaş hakları, yolsuzlukla mücadele ve yoksulluğun azaltılmasıyla da ilgilidir (Kösekahya, 2003: 35).

Geçmişten günümüze gelene kadar olan süreçte ortaya çıkan ve kişilerin kullanımına sunulan her yeni iletişim aracı, gelişen teknolojiyi vurgulamakta ve ayrıca bu teknolojinin imkânlarının siyasal alanda kullanılmasına da hizmet etmektedir. İnternet tabanlı iletişim araçlarının gelişmesi, geleneksel medyayı da değiştirmiş ve siyasal süreçlerde yeni iletişim araçlarının kullanılmasına sebep olmuştur (Alikılıç, 2011: 1).

Güç ve nüfuz kavramları üzerinde odaklanan, bireysel ya da toplumsal hak ve yasakların neler olduğunun belirlenmesi ve karar verilmesi süreci olan siyaset (Romarheim, 2005: 2), iletişim araçları teknolojilerinin hızlı değişmesiyle birlikte, bireylerin dünyadaki olayları kolaylıkla ve hemen öğrenmesine neden olmuştur. Dolayısıyla bireylerin siyasal hayatta gelişen ve değişen gündemleri öğrenmesi, karar vermesini ve siyasal katılımını etkilemektedir (Kalender, 2005: 106).

Siyasal iletişim alanında yaygın şekilde kullanılan televizyon, radyo, gazete, dergi gibi geleneksel kitle iletişim araçlarına (Aziz, 2007: 113), Facebook, Twitter, Instagram, YouTube gibi yeni iletişim araçlarının eklenmesiyle, bireyler hem bu mecralardan anında bilgilenmekte hem de toplumsal anlamda siyasi mesajlardan etkilenerek siyasal katılımında bulunmaktadırlar (Silsüpür, 2016: 727).

Bu çalışmada siyasal katılım, siyasal iletişim ve medya konuları ele alınarak, bu kavramların birbiriyle olan bağı üzerinde durulmuş ve bu ilişkinin ortaya konulması amacıyla da literatür taraması yapılmıştır. Çalışmada özellikle oy vermeye özdeşleştirilen siyasal katılım üzerinde durularak, detaylı olarak siyasal katılımı etkileyen faktörler, siyasal katılım düzeyleri ve siyasal katılım biçimleri açıklanmış, daha sonra siyaset ve iletişimin harmanlandığı siyasal iletişim, sınırlı düzeyde medya ve sosyal medyadan bahsedilerek bu kavramların önemi literatürle ifade edilmeye çalışılmıştır.

## 1. SİYASAL KATILIM

Siyasal katılım literatürü incelendiğinde çeşitli araştırmacıların bu kavramla ilgili çeşitli tanımlarda bulunduğu görülmüştür. Siyasal katılımı;

Weiner (1971: 164), ulusal ya da yerel hükümetin herhangi bir düzeyindeki siyasal liderlerin kararlarını yasal veya yasal olmayan metotlar kullanarak etkilemeyi amaçlayan, sürekli ya da süreksiz, örgütlü veya örgütsüz olarak yapılan eylem olarak;

Verba ve Nie (1972: 2), vatandaşların, hükümet yetkililerinin seçimi ve onların yaptıkları işleri doğrudan ya da dolaylı olarak denetlemek için giriştikleri eylemler olarak;

Huntington ve Nelson (1976: 4), hükümetin aldığı kararları etkilemek için vatandaşların tasarlanmış faaliyetleri olarak;

Milbrath ve Goel (1977: 2), vatandaşların devlet yönetimini etkilemek veya desteklemek için yaptıkları eylemler olarak;

Kalaycıoğlu (2013: 1), siyasal otoritelerin aldığı kararları etkilemek, gerek kararların alınma esnasında içeriğini belirlemek için çalışmak, gerekse de alınan kararın sonrasında eyleme dönüştürülmesini geciktirmek, durdurmak, değiştirmek ya da tamamıyla ortadan kaldırmak için bireylerin kendi hür iradeleriyle yaptığı davranışlar olarak tanımlanmaktadır.

Vatandaşların siyasal sistem karşısındaki tutumunun ve davranışlarının yansıması olan siyasal katılım, kişilere göre farklı motivasyonlarla ortaya çıkmaktadır. Kimi insanlar siyasal sistemi düzeltmek, değiştirmek, kimi olduğu gibi kabul etmek ve kimi ise siyasal sisteme göre davranışlarını belirlemeye çalışmaktadır. Dolayısıyla bireylerin belli bir oranı siyasal düzenle ilgilenmekte, aktif vatandaş olarak sisteme katılım göstermekte, bazıları pasif vatandaş olarak sadece siyasal sistemle ilgilenmekte, bazıları ise siyasal sistemle hiç ilgilenmemekte, hareketsiz bireyler olarak hiçbir eyleme katılmamaktadırlar (Daver, 1969: 203).

Günümüz şartları bireyleri; sosyal, ekonomik ve siyasal alanlarda daha etkin görev almalarını gerektirmektedir. Toplumda zamanla meydana gelen değişimler vatandaşları etkileyerek, siyasal yaşamın içinde bulunulmasını ve katılım eyleminde rol alınmasını mecbur kılmıştır. Devletler düzenlerini halkın egemenliğinde, halktan kabul görerek ve siyasal katılıma önem vererek geniş çapta toplumsal kabul sağlayabilir (Balcı vd., 2003: 41-42). Bu bilgiler ışığında siyasal katılımın bazı temel özelliklerini belirtmek mümkündür. Bunlar; ulusal ve bölgesel siyasal çalışmalara katılma, yönetime aday olan siyasi partilerin seçimle belirlenmesi, siyasi partilerin siyasal kararları doğrultusunda gösterilere, mitinglere katılma, propaganda yapma ve partinin faaliyetlerinde bulunma, örgütlü ya da örgütsüz katılım, yasal ya da yasal olmayan yollardan siyasal eylemlerde bulunma olarak ifade edilebilir (Uluç, 2007: 36).

Demokratik toplumlarda yönetim, halka karşı sorumludur ve halk tarafından seçilmektedir. Halk tarafından yönetim mesuliyetini alan siyasi partiler, amaçlarını gerçekleştirebilmek ve hedeflerine ulaşabilmek için halkla etkileşim halinde olmalıdır (Karaçor, 2009: 123).

Siyasal katılım oy verme ve siyasal sistemdeki bireylerle bağ kurma şeklinde uygulanmaktadır. Birincisi demokratik toplumlarda her vatandaşın siyasal tercihini oy verme davranışıyla ortaya koyması söz konusuysen, ikincisinde ise en etkili siyasal katılma şekli olan, siyasal sistemdeki görevlilerle temas kurup, yönetilenlerin denetim ve denge fonksiyonunun canlı tutulması sağlanmaktadır (Anık, 2000: 161).

Seçim dönemleri hem siyasal katılımın yoğun yaşandığı hem de siyasal iletişimin kullanıldığı süreçlerdir. Seçimler, siyasi partilerin halkın gereksinimlerini karşılayabilmek ve onlara karşı mesuliyet duygusuyla hesap verebilir yönetim kadrolarının iş başına gelebileceğinin tercihinin vatandaşlara bırakıldığı demokratik bir haktır. Dolayısıyla seçimler bir toplumda demokrasinin olup olmadığını gösteren bir ölçüttür (Özkan, 2007: 218-219). Klasik demokraside siyasal katılımın başlıca amacı temsildir. Klasik demokrasi, vatandaşların siyasal görüşlerinin temsilini öngörerek bir davranışın, tutumun ya da politik bir tercihin temsilinin önünü açmakta ve bu sayede bütün bu değerleri taşıyan grubun temsilini öngörmeyi sağlamaktadır. Diğer bir ifadeyle, klasik demokrasi temsil aracılığıyla belirli değerlerin vatandaşların yerine temsil edileceği, yaşatılacağı ve sürdürüleceği bir yapının oluşmasına zemin hazırlamaktadır (Çaha vd., 2008: 58-59).

## 1.1. Siyasal Katılımı Etkileyen Faktörler

Siyasal katılma; dayanışma duygusu, kişisel aidiyet, menfaat elde etme ve vatandaşlık bilinci gibi motivasyonlardan etkilenmektedir (Topbaş, 2009: 179). Seçmenler bazen sahip oldukları fikir, ideolojiye ve alışkanlıklarına göre, bazen de (özellikle kararsız seçmenler) iletişim çalışmalarına göre kendine yakın bulduğu siyasi partiye oy vermektedir (Yolcu, 2011: 6). Dolayısıyla seçmenlerin oy verme davranışını etkileyen nedenler vardır ve bu nedenler araştırmacılara göre farklı şekilde sınıflandırılmıştır.

Kışlalı (1987: 358-360) ve Dilber (2011: 31), siyasal katılmayı etkileyen faktörleri; cinsiyet, yaş, aile, eğitim durumu, meslek, gelir düzeyi ve yerleşme biçimi (köy, kasaba, şehir) olarak sınıflandırırken;

Erdinç (2020: 23), siyasal katılımı etkileyen faktörleri biyolojik, sosyo-ekonomik ve psikolojik faktörler olarak sınıflandırılmış ve biyolojik faktörlerin; yaş ve cinsiyet alt başlıklarından oluştuğunu, sosyo-ekonomik faktörlerin; aile, eğitim, gelir, meslek, örgüt üyeliği, yerleşme biçimi, etnik kimlik ve kitle iletişim araçlarını izleme alt başlıklarından oluştuğunu ve psikolojik faktörlerin de siyasal etkinlik

duygusu, siyasal güdü, siyasal ilgi, vatandaşlık duygusu, girişkenlik, güven duygusu, yabancılaşma, sosyal edilgenlik (anomy) ve soyutlanma (cynicism) alt başlıklarından oluştuğunu ifade etmektedir.

Ayrıca siyasal katılım literatürü incelendiğinde; siyasal katılımı etkileyen psikolojik faktörlerin olumlu psikolojik faktörler ve olumsuz psikolojik faktörler olarak ayrıldığı görülmektedir. Siyasal etkinlik duygusu, siyasal güdü, siyasal ilgi, vatandaşlık duygusu, girişkenlik, güven duygusu olumlu psikolojik faktörleri ifade ederken; yabancılaşma, sosyal edilgenlik (anomy) ve soyutlanma (cynicism) ise olumsuz psikolojik faktörler ifade etmektedir.

### 1.1.1. Biyolojik Faktörler

**Cinsiyet:** Genel olarak erkekler, kadınlara oranla siyasal katılımı daha fazla bulunmakla birlikte, Tokgöz (1979: 36), sanayi toplumu kadınlarının tutum ve davranışlarının geleneksel toplum kadınlarına göre daha ileri seviyede olduğunu belirtmektedir.

**Yaş:** Genel olarak eğitim, bekârlık, herhangi bir örgüte üye olmama, iş arama sebebiyle sürekli yer değiştirme ve toplumdaki iş bölümünün içerisinde yerinin ve pozisyonunun belli olmaması gerekçeleriyle 16-20 yaş aralığındaki gençler, siyasetle ilgilenmemektedirler (Öztek, 2001: 229). Siyasal katılım orta yaş gruplarında diğerlerine kıyasla daha yüksek olduğu bilinmektedir.

### 1.1.2. Sosyo-Ekonomik Faktörler

**Aile:** Aile; çocuğun eğitiminde, temel tutumlarının oluşumunda ve gelişmesinde önemli paya sahiptir. Özellikle siyasal ilgi seviyesinin yüksek olduğu ailelerde çocuk, ailenin eğilimlerinden etkilenmektedir. Balcı ve arkadaşları (2013: 58), zihinsel ve ahlaki tutumların ilk öğrenildiği yer olan aile ortamının, kişilerin siyasal katılımını etkilediğini belirtmektedirler.

**Gelir Düzeyi:** Gelir düzeyiyle siyasal katılım arasında doğru orantı olduğu için gelir düzeyi arttıkça, siyasal olaylara da ilgi artmaktadır. Tam tersi olarak gelir düzeyi azaldıkça da, siyasal ilgi düşmektedir.

**Eğitim Düzeyi:** Eğitim ile siyasal katılım arasındaki ilişki dikkat çekicidir (Baykal, 1970: 52). Eğitim düzeyi ile siyasal katılım arasında doğru orantı olduğu için kişilerin siyasal meselelerle alakalı bilgi sahibi olmaları, bilgileri yorumlamaları ve toplumsal sorunların sebeplerini düşünceleri kolaylaştığından siyasal katılım göstermeleri doğal bir sonuçtur.

**Meslek:** Meslek gelir ve eğitim gibi değişkenlerle yakından ilişkili olduğu için net bir ifade de bulunmak zordur (Baykal, 1970: 46). Birçok meslek grubu olduğu için bireyin mesleği ile siyasal katılım arasında farklılaşmaya bağlı olarak ilişki kurmak mümkün değildir (Erdoğan, 2020: 32). Yine de serbest meslek gruplarının en etkin siyasal katılımı buldukları söylenebilir.

**Yerleşme:** Siyasal davranışın açıklanmasında bireylerin yaşadıkları toplum biçiminin önemi büyüktür. Kişilerin siyasal davranışları içinde yaşadıkları toplum tipinin köy veya şehir olmasına göre özellikler taşımaktadır (Baykal, 1970: 66). Büyük şehirlerdeki siyasal katılım daha bilinçli ve bağımsızken, kırsal yaşamdaki katılım genellikle bağımlıdır ve bunda eğitimin de etkisi vardır. Buna ek olarak Kim (2012: 90), kentlerde yaşayanların kırsalda yaşayanlara göre siyasal yaşamla daha fazla ilgili olduklarını ve kitle iletişim araçlarını da daha fazla kullandıkları için yüksek düzeyde siyasal bilince ve siyasal katılıma sahip olduklarını belirtmiştir.

**Örgüt Üyeliği:** Siyasal katılımın gerçekleşebilmesi bireylerin yaşadığı toplumda demokratik bir yapının olması ve örgütlenme özgürlüğünün olması gerekmektedir. Bireyler siyasal katılım için siyasal partilere, sendikalara, derneklere ve siyasal nitelik taşıyan örgütlere katılmaktadır (Dilber, 2011: 46).

**Etnik Kimlik:** Etnik gruplar nesilden nesile geçen belli davranışlara, kalımsal veya geleneksel kültüre sahip topluluklardır. Etnik kimlik olgusu gerek Türkiye’de, gerekse de pek çok Batı Avrupa ülkelerinde seçim sonuçlarına etki etmektedir. Özellikle etnik meseleleri ele alan partiler bunu propaganda malzemesi yapmışlardır (Özer ve Meder, 2008: 51).

**Kitle İletişim Araçları:** Bireyler medya vasıtasıyla hem siyasete hem de siyasal kararların alınması sürecine dâhil olmaktadır. Medya, bireylerin düşünce ve görüşlerine yer veren bir araç olmanın yanında (Karaçor, 2009: 130), onların bilgi sahibi olması ve dış yurtdışındaki politik süreçleri algılamasına da yardımcı olmaktadır. Dolayısıyla medyayı daha fazla takip eden bireyler, takip etmeyenlere göre siyasal hayatla daha çok ilgilenmekte, siyasal meseleler hakkında daha çok tartışmakta ve siyasal katılımında bulunmaktadır (Çukurçayır, 2002: 72).

### 1.1.3. Psikolojik Faktörler

**Siyasal Etkinlik Duygusu:** Bireylerin siyasal karar alma sürecine etkide bulunabileceğine inanması olarak açıklanmaktadır (Milbrath ve Goel, 1977: 57). Bireye ait süreçte ortaya çıkan siyasal etkinlik duygusu, bireyin kişilik özellikleri (Erdoğan, 2020: 37) ve siyasal kültürden etkilenmektedir. Bu sebeple siyasal kültür, siyasal katılıma uygun bir ortam oluşturuyorsa bireylerin siyasal etkinlik duygusunun da güçlü olacağı belirtilmektedir (Çukurçayır, 2002: 58).

**Siyasal Gündü:** Siyasal yaşamla ilgili beklenti, eğilim, yönelim ve tutumların bütünü olan siyasal gündü; bireylerin siyasal sistem hakkında yeteri kadar bilgi sahibi olduğunda, siyasal süreçleri yakından takip ettiğinde ve siyasal eylemin istedikleri sonuçları sağladığında oluşmaktadır (Kalaycıoğlu, 1983: 38-39). Bu nedenle, bireylerin siyasal katılıma özendirilmesi hem siyasal alandaki gelişmelere hem de siyasal yapının olgulaşmasına bağlıdır (Topbaş, 2009: 180).

**Siyasal İlgi:** Bireylerin siyasal gelişmeleri ve siyasal olayları sürekli takip etmesidir. Bireylerin siyasal ilgi seviyelerinin artması gerek siyasal gelişmeleri kolayca algılamalarına, gerekse de siyasal katılım göstermeleri yönünde güdülenmelerine sebep olmaktadır (Kalaycıoğlu, 1983: 41-42).

**Vatandaşlık Duygusu:** Vatandaşlık görevi duygusuna sahip olan ve bu duyguyu hissedenden her birey, siyasete etkisi olup olmayacağını gözetmeksizin siyasal katılımında bulunmasıdır (Erdoğan, 2020: 39-40).

**Girişkenlik:** Siyasal katılımı artıran kişisel bir özellik olan girişkenlik, bireyin siyasal etkinliklerde görev alma düzeyini olumlu etkilemektedir (Erdoğan, 2020: 40).

**Güven Duygusu:** Bireyler siyasal yapıyı yalnız başına etkileyemeyeceğinden amaçlarını gerçekleştirmek için örgütlerle ve topluluklarla işbirliği yapmaktadırlar. Bireyler başkalarıyla ortak eylemde bulunma ve beraber çalışma gerektiren faaliyetlerde güven duygusuna sahip olması gerekmektedir (Topbaş, 2009: 185).

**Yabancılaşma:** Siyasal yapının birey için anlam taşımadığı, onun ihtiyaçlarına cevap vermediği ve kendisini gerçekleştirmesine mâni olduğu durumlarda ortaya çıkan yabancılaşma, siyasal katılımı olumsuz etkilemektedir (Çukurçayır, 2002: 59).

**Sosyal Edilgenlik (Anomy):** Sosyal edilgenlik durumundaki birey, olaylar üzerindeki etkisinin olamayacağı düşüncesiyle ve umudunu tamamen kaybettiği için çevresindeki olaylara karşı değer ve inanç eksikliği yaşamaktadır (Çukurçayır, 2002: 59-60).

**Soyutlanma (Cynicism):** Soyutlanma duygusunu yaşayan birey şüphecilik, güvensizlik ve düşmanlık tavrı sergilemektedir. Bu durum muhalif bir davranış olarak düşünülmemeli ve siyasal sisteme düşmanca yaklaşım takınıldığı anlaşılmalıdır (Çukurçayır, 2002: 59-60).

### 1.2. Siyasal Katılım Düzeyleri

Bireyler farklı düzeylerde siyasetle ilgilenmekte ve siyasi eylemlerin içinde bulunmaktadır. Kişilere göre değişen bu yaklaşımın altında psikolojik, sosyo-ekonomik, siyasal kültür, çevresel faktörler ve siyasal toplumsallaşma gibi sebepler söz konusudur. Bu nedenle bazı kişiler siyasete dâhil olmazken, bazıları yalnızca oy vermekle yetinmekte ve bazıları ise bütün gayretini, heyecanını, ekonomik imkânlarını kullanarak siyasi faaliyetlerin içinde bulunmaktadır (Uluç, 2007: 3). Siyasal katılımındaki her düzeyin uygulanabilmesi, siyasal ortamın açık toplum özelliği taşımasına ve demokratik bir yapının sağlanıp sağlanmadığına bağlıdır (Dilber, 2011: 21). Bu bağlamda Milbrath ve Goel (1977: 20-21), siyasal katılım düzeylerini zorluk ve kolaylık derecelerine göre kategorik hale getirmiş; en zor



ve emek gerektiren eylemleri “gladyatör faaliyetler (gladiatorial activities)”, kısmen (görece) zor olanlara “geçiş eylemleri (transitional activities)”, en kolay (basit) eylemlere “izleyici faaliyetleri (spectator activities)” ve siyasal sisteme hiç katılmayanları ise “kayıtsızlar (apathetics)” olarak açıklamışlardır. Bununla ilişkili olarak Özkan (2004: 103) ise, siyasal katılım eylemini yoğunluk düzeyine göre sınıflandırmış; siyasal katılmanın en önemli düzeyini “siyasal mücadeleye yönelik eylemler”, orta düzeyde “aracı eylemler” ve en basit düzeyde ise “gözlemci eylemler” olarak ifade etmiştir.

### 1.3. Siyasal Katılım Biçimleri

Milbarth’a göre, bireylerin siyasal sistem karşısındaki tutum ve farklılıklarından yola çıkılarak sekiz tür siyasal katılım biçimi olduğu ifade edilmektedir (Milbrath, 1965:11-15’den akt. Aydın, 2017:54-55).

**Açık ve Gizli Katılım:** Kayıt altına alınabilecek, kamuya açık olarak yapılan herkesin görebileceği şekilde açıkça yapılan katılımdır (televizyon ve radyo programlarında konuşma). Gizli katılım ise kamuya kapalı olarak yapılan katılımdır (evde, özel alanlarda veya arkadaşlarla yapılan toplantılar).

**Bağımsız ve Zorunlu Katılım:** Bazı bireyler talep olmadan kendi iradeleriyle, isteyerek katılım gösterirken; bazıları ise geri çevrilemez talep doğrultusunda ya da yasal zorunluluk nedeniyle siyasal katılımda bulunmaktadırlar.

**Yaklaşan ve Kaçınan Katılım:** Yaklaşan katılım, bireyin katılım göstermesi durumunda ne kazanacağı, mükâfatının ne olacağını düşünürken; kaçınan katılımda ise, bireyin katılımda bulunmaması durumunda nasıl bir maliyetle karşılaşacağı, ne tür bir bedel ödeyeceğini düşünmesidir.

**Geçici ve Devamlı Katılım:** Bireyin oy kullanması, seçim döneminde parti adayının kampanyasında çalışması geçici katılımı; partiye üye olması ve partinin herhangi bir biriminde görev alması ise devamlı katılımdır.

**Siyasal Sisteme Veren ve Sistemden Alan Katılım:** Birey siyasal faaliyetlere katılarak siyasal sistem içinde fayda sağlamaktadır. Ancak birey propaganda, gösterilere katılma gibi eylemlerde bulunmak karşılığında da bazı talepler ve çıkarlar beklemektedir.

**Açıklayıcı ve Araçsal Katılım:** Bireyler, siyasal konularda gerek kendi, gerekse de farklı düşüncedeki kişilerle tartışmalarda bulunarak, siyasal toplantılara veya mitinglerde katılarak açıklayıcı katılımda bulunmaktadırlar. Araçsal katılım ise kişinin doğrudan katılımından ziyade, partiye aynı ya da nakdi yardımda bulunmasıdır.

**Sözlü ve Sözsüz Katılım:** Bireylerin çevresiyle siyasal konularda tartışmada bulunması, oy verme noktasında yönlendirmesi ve ikna faaliyetlerinde bulunması sözlü katılımı, mektup yazmak, propaganda içerikleri broşürler dağıtmak, yürüyüşlere katılmak ise sözsüz katılımdır.

**Toplumsal ve Toplumsal Olmayan Katılım:** Birey siyasal eylemde toplulukla, toplumdaki diğer kişilerle ortak hareket ederek katılımda bulunuyorsa toplumsal katılım; tek başına hareket ederek, bireysel eylemde bulunuyorsa toplumsal olmayan katılımda bulunmaktadır.

## 2. SİYASAL İLETİŞİM

Siyaset ve iletişim kavramlarının birleşmesi sonucu ortaya çıkan (Aktaş, 2004: 47) siyasal iletişim, bir ikna sürecini ifade etmektedir (Aziz, 2007: 1). İnsanlar, topluluklar arasında oluşan ve sosyal bir yapıda gerçekleşen iletişim, siyasetle yakın bir ilişki içindedir (Tokgöz, 2008: 98). İletişim, kitlelerle bilgi paylaşmak, onları yönlendirmek, inandırmak ve duygulara hitap etmeyi amaçlamaktadır. Dolayısıyla iletişimin siyasetle olan ilişkisi, toplumu yönetmeye istekli siyasi partilerin ve yöneticilerinin mesajlarını iletişim mecralarını kullanarak vermesiyle başlamaktadır (Özkan, 2004: 28). İletişimin hayatın her sürecinde önem kazanması siyasal iletişim kavramının da gelişmesine ve kullanım alanı bulmasına yol açmıştır. Siyasal iletişimin amacı; siyasilerin yönetmek, iktidar ve egemen olmak için hedef kitleleri ikna etmesi gerekmektedir (Kılıçaslan, 2008: 9).

Kitle iletişim araçlarının etkin ve aktif kullanılmasıyla birlikte hayatımıza giren siyasal iletişim, zaman içerisinde demokrasi ve teknoloji kavramlarıyla beraber düşünülmüş ve gelişmiştir (Artmaz, 2014: 182). Siyasal iletişim, siyasal aktörlerin ideolojik emellerini belirli kitlelere, ülkelere kabul ettirmek ve zamanı geldiğinde harekete geçirmek, eyleme koymak amacıyla çeşitli yöntemlerin kullanması olarak açıklanmaktadır (Aziz, 2007: 3-4). Siyasal aktörlerin kendi parti politikalarını ve prensiplerini seçmenlere anlatarak, onların güvenini kazanmak, desteklerini almak, oylarını artırmak, seçimlerde iktidar veya muhalif olabilmek amacıyla siyasal iletişimden faydalanmaktadır (Yolçu, 2011: 4). Buradan hareketle siyasal iletişim için farklı tanımlar olsa da, kavram için en önemli unsurların karşılıklı iletişim, ikna ve uzlaşma olduğu anlaşılmaktadır (Özkan, 2007: 216).

Siyasal iletişimin demokratik toplumlarda genellikle olumlu ama nadirde olsa olumsuz bazı işlevleri vardır. Bu işlevler şöyle açıklanmaktadır (Çobanoğlu, 2007: 46-47): Toplumsal değerleri iletmede aracı olmak, siyasete destek kazandırmak, haber, bilgi ve kültürün paylaşılmasını sağlamak, inandırmak ve manipüle etmek, iktidarın denetlenmesini sağlamak, muhalefetin isteklerinin gerçekleşmesine yardımcı olmak, yalan propagandalara karşı tedbir almak, gündem oluşturmak, istenilmeyen konuların gündemden düşmesini sağlamak, kamuoyunun beklentilerini tespit etmek ve siyasal katılımın çoğalmasına yardımcı olmak.

### 3. SİYASAL İLETİŞİM VE MEDYA

Bireyler, kitle iletişim araçları ve teknolojik gelişmelerin sağladığı iletişim mecraları aracılığıyla gerekli veya gereksiz birçok bilgiye maruz kalmaktadırlar. Bu sebeple toplumu bilgilendirecek kişilerin önemli bilgileri süzmeleri ve verilecek mesajları ikna edici bir üslupla sunmaları gerekmektedir (Güngör, 2011: 295-296).

Demokrasisi gelişmiş ülkelerde seçmenler önemli ve sorumluluk taşıyan oy verme davranışına gerekli hassasiyeti göstermemektedir. Bu durumda kitle iletişim araçlarından faydalanılarak seçmenlerin siyasal katılıma eylemine yönlendirilmesi sağlanmaktadır (Karaçor, 2006: 83).

Bireylerin bilgi ve tutumları üzerinde etkili olan kitle iletişim araçları (Milburn, 1998: 249) gerek seçim dönemlerinde, gerekse de seçimler dışında kalan zamanlarda sıklıkla kullanılmaktadır (Baltacı ve Eke, 2012: 116). Kitle iletişim araçları sadece siyasal gündemi belirleme, şekillendirme, aday ve partilere yönelik algılar üzerinde rol oynamamakta aynı zamanda iktidar ve muhalefetin bu araçlardan yararlanarak şikâyetleri, sorunları paylaşmalarına imkân sağlamaktadır (Uztuğ, 2004: 266).

Siyasal iletişim süreci; toplumu etkilemek, parti mesajlarını zamanında ve doğru kişilere ulaşmasını sağlamak, bireyleri parti politikaları hakkında bilgilendirmek, etkilemek ve istenilen yönde eylemde bulunmayı sağlamaktadır. Siyasal iletişim, parti ve seçmen arasında kurulan çeşitli diyalog zeminlerinde gerçekleşmekte ve bu süreç geleneksel kitle iletişim araçları ve sosyal medyadan ayrı düşünülmemektedir. İletişim teknolojileriyle birlikte televizyon, radyo, gazete, dergi gibi geleneksel iletişim araçlarına, yaygın şekilde kullanılan ve paylaşım yapılan Facebook, Twitter, Instagram, YouTube gibi sosyal mecralar eklenmiş ve siyasal hayatta çokça kullanılan iletişim platformları olmuşlardır (Silsüpür, 2016: 727-731).

Sosyal medyanın siyasal iletişimde etkileşimli ve çift yönlü iletişim sunması, kamuoyunun desteğinin alınmasına ve kararsız olan seçmenlerin fikrinin değiştirilmesine imkân sağlamaktadır (Öztürk, 2014: 400). İnternet tabanlı sosyal mecralar; halkla bütünleşmeyi sağlama, sorulara cevap verme, sorunları açıklama, parti politikalarını anlatma, il, ilçe örgütleri ve seçmenlerle süratli iletişim kurulması noktasında siyasi partilere alternatif seçenekler getirmektedir (Gürbüz ve İnal, 2004: 95).

Paylaşım özellikli uygulamalar, etkileşime açıklık, içeriklerin zaman sorunu olmadan dolaşıma sokulması gibi kolaylıklar sağlayan sosyal medya; siyasi partiler, liderler ya da adayların seçmenlere ulaşmasına yardımcı olmakta ve özellikle seçim dönemlerindeki viral kampanyalarla kullanıcıların hızlı paylaşımları sonucu etkili bir siyasal iletişim süreci yaşanmaktadır (Doğu, 2014: 29-30).

## SONUÇ

Demokrasinin göstergesi olan ve bireyler için demokratik bir hak olan seçimler, siyasi katılımın en yoğun yaşandığı dönemlerdir. Bireyler siyasi bakış açılarına uygun olan, ideolojik anlamda kendilerini ifade eden parti veya adaylara oy vererek hükümetin seçiminde veya muhalefetin belirlemede söz sahibi olmaktadır. Fakat bireyler gerek bireysel anlamda, gerekse de genel siyasi yapıya bakarak çeşitli etkiler altında kalarak oy kullanma veya kullanmama davranışında bulunmaktadırlar. Bu sebeple bireylerin oy verme tutum ve davranışlarında etkili olan biyolojik, sosyo-ekonomik ve psikolojik faktörlerin iyi analiz edilmesi gerekmektedir.

Bireyler adaletin sağlanması, refah ve huzurun artması, ekonominin güçlü olması, işsizliğin azaltılması gibi genel düşüncelerle hükümetten veya seçim dönemlerinde ülke yönetimine aday olan partilerden çözümler beklemektedir. Siyasi partiler parti politikaları çerçevesinde önerilerini, vaatlerini ve gerçekleştirdikleri çalışmalarını seçmenlere basitçe anlatmalı ve kendilerini iyi ifade etmelidirler. Bu doğrultuda siyasi partiler hem seçmenleri ikna edebilmek hem de onlarla buluşmak için çeşitli mecraları kullanmaktadırlar.

Siyasal katılım açısından önemli olan kitle iletişim araçları; topluma bilgi vererek, farklı görüşlerdeki siyasilere fikir ve görüşlerini beyan edilecekleri tartışma ortamı sağlayarak fikir ve tutumları etkilemektedir. Ayrıca teknolojinin gelişmesiyle beraber ortaya çıkan ve siyasal iletişim açısından da yoğun şekilde kullanılan sosyal medya araçları da yine bireyleri etkilemek, istenilen yönde davranış sergilenmesini sağlamak, gerek seçim zamanında, gerekse de seçim olmayan dönemlerde seçmenleri/bireyleri heyecanlı tutmak için tercih edilmektedir.

Siyasal katılım açısından her ne kadar bireysel tutum ve davranışlar ve de çevresel faktörler etkili olsa da; iktidar olmak amacıyla yola çıkan her siyasi oluşum öncelikle kendi mevcut durumunu bilmeli, ne yapacağını topluma iyi anlatmalı, siyasi hayata nasıl soluk getireceğini açıklamalı, iç ve dış siyasette nasıl bir duruş sergileyeceğini beyan etmeli ve bunun iletişimini de geleneksel kitle iletişim araçlarıyla ve sosyal medyayı kullanarak başarılı bir şekilde yapmalıdır.

Bu çalışmada siyasal katılım ve siyasal iletişim konusu detaylı incelenmiş, bu alanların medya ve sosyal medya ile arasındaki iletişim sınırlı tutulmuştur. Dolayısıyla bundan sonra yapılacak çalışmalarda siyasal katılım ve özellikle siyasal iletişim konusuna spesifik bir iletişim mecrası seçilerek detaylı bir kıyaslama yapılabilir. Ayrıca sosyal medya ele alınarak siyasal katılım, siyasal iletişim arasındaki ilişkinin bu mecradaki platformlarla nasıl sağlanıldığına odaklanılabilir.

## KAYNAKÇA

- Aktaş, H. (2004). Bir Siyasal İletişim Aracı Olarak İnternet, Konya: Tablet Yayınları.
- Alikılıç, Ö. A. (2011). Halkla İlişkiler 2.0: Sosyal Medyada Yeni Paydaşlar, Yeni Teknikler, Ankara: Efil Yayınevi.
- Anık, C. (2000). Siyasal İkna, Ankara: Vadi Yayınları.
- Artmaz, A. (2014). "Toplumsal Paylaşım Ağlarının Siyasal İletişimde Kullanımı", M. AYTEKİN (Ed.), Yeni(Lenen) Medya, içinde (181-208), İstanbul: Kocav Yayınları.
- Aydın, A. (2017). Sosyal Medya Paradigmasındaki Dönüşümün Siyasal Katılıma Yansıması, Doktora Tezi, Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Hatay.
- Aziz, A. (2007). Siyasal İletişim, Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Balcı, Ş., Tarhan, A., Bal, E. (2013). Medya ve Siyasal Katılım, Konya: Literatürk Akademi.
- Baltacı, C. ve Eke, E. (2012). "Siyasal Propaganda Araçlarının Seçmen Davranışı Üzerindeki Etkisine Yönelik Seçmen Algısı: Isparta Örnek Olayı", Uluslararası Alanya İşletme Fakültesi Dergisi, 4(1), 115-126.
- Çaha, Ö., Toprak, M., Dalmış, İ. (2008). "Siyasal Parti Üyelerinde Siyasal Katılım Düzeyi: Kırıkkale Örneği", Ö. Çaha (Ed.), Türkiye'de Seçmen Davranışı ve Siyasi Partiler, içinde (53-138), Ankara: Orion Kitabevi.
- Çobanoğlu, Ş. (2007). Suskunluk Sarmalı ve Siyasal İletişim, İstanbul: Fide Yayınları.
- Çukurçayır, M. A. (2002). Siyasal Katılma ve Yerel Demokrasi: Küreselleşme Sürecinde Yurttaş, Yönetim, Siyaset, Konya: Çizgi Kitabevi.



- Daver, B. (1969). Siyaset Bilimine Giriş, Ankara: Doğan Yayınevi.
- Dilber, F. (2011). Siyasal Katılımda Kitle İletişim Araçlarının Seçmenler Üzerine Etkisi: Karaman İli Seçmenleri Üzerine Bir Alan Araştırması, Doktora Tezi, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.
- Doğu, B., Özçetin, B., Bayraktutan, G., Binark, M., Çomu, T., Aydemir, A. T., İslamoğlu, G. (2014). Siyasetin Yeni Hali: Vaka-İ Sosyal Medya, İstanbul: Kalkedon Yayınları.
- Duran, H. (2005). “Siyasal Katılmayı Etkileyen Faktörler Üzerine Bir Araştırma: Tavşanlı-Kütahya Örneği”, Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 13, 131-152.
- Erdinç, İ. E. (2020). Kişilik Özellikleri Bağlamında Gençlerin Siyasal Katılımı, Konya: Palet Yayınları.
- Güngör, N. (2011). İletişim: Kuramlar ve Yaklaşımlar, Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Gürbüz, E. ve İnal, M. E. (2004). Siyasal Pazarlama: Stratejik Bir Yaklaşım, Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Huntington, S. P. ve Nelson, J. M. (1976). No Easy Choice: Political Participation in Developing Countries, Cambridge: Harvard University Press.
- Kalaycıoğlu, E. (1983). Karşılaştırmalı Siyasal Katılma: Siyasal Eylemin Kökenleri Üzerine Bir İnceleme, İstanbul: İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Fakültesi Yayınları.
- Kalaycıoğlu, E. (2013). Siyasal Katılmanın Anatomisi, Bilim Akademisi Derneği, <https://bilimakademisi.org/wp-content/uploads/2013/08/Siyasal-Katılmanın-Anatomisi.pdf>, (Erişim Tarihi: 09 Aralık 2020).
- Kalender, A. (2005). Siyasal İletişim: Seçmenler ve İkna Stratejileri, Konya: Çizgi Kitabevi.
- Karaçor, S. (2006). “Siyasal Katılım Açısından Siyasal Pazarlama ve Seçim Kampanyalarının Önemi”, İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, 25, 81-93.
- Karaçor, S. (2009). “Yeni İletişim Teknolojileri, Siyasal Katılım, Demokrasi”, Yönetim ve Ekonomik Dergisi, 16(2), 121-131.
- Kışlalı, A. T. (1987). Siyaset Bilimi, Ankara Üniversitesi Basın Yayın Yüksekokulu Yayınları, Ankara.
- Kim, C. L. (2012). “Siyasal Katılma ve Uyarılmış Oylama”, G. Göksu (Çev.), İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Mecmuası, 34(1-4), 89-121.
- Kösekahya, G. (2003). Katılımcılık ve İyi Yönetişim, İyi Yönetişimin Temel Unsurları, Ankara: Maliye Bakanlığı ABDİB Yayınları.
- Milbrath, L. W. ve Goel M. L. (1977). Political Participation: How and Why do People Get Involved in Politics?, Boston: University Press of America.
- Milburn, M. A. (1998). Sosyal Psikolojik Açısından Kamuoyu ve Siyaset, A. Dönmez ve V. Duyan (Çev.), Ankara: İmge Kitabevi.
- Negiz, N. Ve Kiriş, H. M. (2007). “Yerel Demokratikleşmede Katılım Sorunu: Isparta Alan Araştırması”, Yerel Siyaset, 23, 36-47.
- Özer, İ. ve Meder, M. (2008). Siyasal Katılma ve Seçmen Davranışı, İstanbul: Ege Yayınları.
- Özkan, A. (2007). Siyasal İletişim Stratejileri, İstanbul: Tasam Yayınları.
- Öztekin, A. (2001). Siyaset Bilimine Giriş, Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Öztürk, İ. D. (2014). “Siyasal İletişim Aracı Olarak Sosyal Medya: 2012 Amerikan Başkanlık Seçimlerinde Twitter Kullanımı Üzerine Bir Araştırma”, İ. Sayımer (Ed.), Yeni Medya Araştırmaları: Kavramlar, Uygulamalar, Tartışmalar, içinde (399-436), Konya: Literatürk Akademi.
- Romarheim, A. G. (2005). Definitions of Strategic Political Communication, Norway: Norwegian Institute of International Affairs.
- Sidney, V. ve Nie, N. H. (1972). Participation in America, Political Democracy and Social Equality, Chicago: Chicago Press.
- Silsüpür, Ö. (2016). “Siyasal İletişim Aracı Olarak Twitter’ın Kullanımı: 07 Haziran 2015 Genel Seçimi Üzerine Bir Çalışma”, Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi, 4(2), 725-747.
- Tokgöz, O. (1979). Siyasal Haberleşme ve Kadın, Ankara: Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Fakültesi Yayınları.
- Topbaş, H. (2009). “David Easton’un Siyasal Sistem Teorisi Bağlamında Türkiye’de Siyasal İletişim ve Siyasal Katılma (Erzurum Seçmeni Üzerine Bir Araştırma)”, Doktora Tezi, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Uluç, A. V. (2007). “Güneydoğu Anadolu Bölgesi’nin Toplumsal ve Siyasal Yapısı: Mardin Örneğinde Siyasal Katılım”, Doktora Tezi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Uztuğ, F. (2004). Siyasal İletişim Yönetimi, İstanbul: MediaCat Kitapları.
- Weiner, M. (1971). Political Participation: Crisis of The Political Process, New Jersey: Princeton University Press.
- Yolçu, N. (2011). “12 Eylül Anayasa Referandumunda Siyasal Partilerin İnternet Kullanımı ve Kampanya Söylemleri”, AJIT-e Bilişim Teknolojileri Elektronik Dergisi, 2(2), 1-23.

## POLITICAL PARTICIPATION, POLITICAL COMMUNICATION AND MEDIA

### EXTENDED ABSTRACT

Political participation, which is a reflection of the attitudes and behaviors of citizens towards the political system, emerges with different motivations according to individuals. Some people try to fix or change the political system, some people try to accept it as it is, and some people try to determine their behavior according to the political system. Therefore, a certain proportion of individuals are interested in the political order, participate in the system as active citizens, while some are only interested in the political system as passive citizens, some are not interested in the political system at all, and do not participate in any action as inactive individuals (Daver, 1969: 203). Individuals of today's conditions; it requires them to take a more active role in social, economic and political fields. The changes that have occurred in the society over time have affected the citizens and made it necessary to participate in political life and to take a role in the act of participation (Balci et al., 2003: 41-42). In this context, it is possible to specify some basic features of political participation. These are; participation in national and regional political studies, election of political parties that are candidates for the administration, participating in demonstrations and rallies in line with the political decisions of political parties, making propaganda and participating in the activities of the party, participating in organized or unorganized ways, taking political actions through legal or illegal means (Uluç, 2007: 36).

Political participation; it is affected by motivations such as a sense of solidarity, personal belonging, obtaining benefits and citizenship awareness (Topbaş, 2009: 179). Voters sometimes vote for the political party they find close to themselves according to their ideas, ideology and habits, and sometimes (especially undecided voters) according to their communication studies (Yolçu, 2011: 6). Therefore, there are reasons that affect the voting behavior of the voters and these reasons are classified differently according to the researchers. Kışlali (1987: 358-360) and Dilber (2011: 31), the factors affecting political participation; while classifying them as gender, age, family, education level, occupation, income level and settlement type (village, town, city); Erdinç (2020: 23) classified the factors affecting political participation as biological, socio-economic and psychological factors and stated that biological factors; age and gender subheadings, socio-economic factors; family, education, income, profession, organizational membership, settlement style, ethnic identity, and mass media monitoring, and psychological factors include sense of political activity, political motivation, political interest, sense of citizenship, assertiveness, sense of trust, alienation, social passivity, (anomy) and abstraction (cynicism) subheadings.

In addition, when the political participation literature is examined; it is seen that the psychological factors affecting political participation are divided into positive psychological factors and negative psychological factors. While the sense of political activity, political motivation, political interest, sense of citizenship, assertiveness and confidence express positive psychological factors; alienation, social passivity (anomy) and isolation (cynicism) express negative psychological factors.

Mass media, which is effective on the knowledge and attitudes of individuals (Milburn, 1998: 249), are frequently used both during election periods and outside the elections (Baltacı and Eke, 2012: 116). Mass media not only plays a role in determining and shaping the political agenda, perceptions towards candidates and parties, but also enables the government and opposition to share their complaints and problems by using these tools (Uztuğ, 2004: 266).

Political communication processes enable parties to influence the society, ensure that the party messages reach the right people on time, inform and influence the individuals about the party policies and take action in the desired direction. Political communication takes place on various platforms of dialogue established between the party and the electorate, and this process cannot be considered separately from traditional mass media and social media. Along with communication technologies, social media such as Facebook, Twitter, Instagram, YouTube, which are widely used and shared, have been added to traditional communication tools like television, radio, newspaper and magazine, and they have become communication platforms that are widely used in political life (Silsüpür, 2016: 727-731).

The fact that social media offers interactive and two-way communication in political communication enables the support of the public to be received and the opinion of undecided voters to be changed (Öztürk, 2014: 400). Internet-based social media; it brings alternative options to political parties in terms of ensuring integration with the public, answering questions, explaining problems, explaining party policies, establishing quick communication with provincial and district organizations and voters (Gürbüz and İnal, 2004: 95). Social media,

which provide conveniences such as sharing-enabled applications, openness to interaction, and circulating content without time problem, helps political parties or leaders or candidates to reach voters, and an effective political communication process is experienced as a result of rapid sharing of users, especially with viral campaigns during election periods (Doğu, 2014: 29-30).

In this study, political participation, political communication and media issues were discussed, the interconnection of these concepts were emphasized, and a literature review was conducted in order to reveal this relationship. The emphasis was put on especially the act of voting identified with political participation and factors that affect political participation, levels and patterns of political participation, political communication blended with politics and communication and the importance of these concepts tried to be explained with literature while mentioning media and social media on a limited level. In addition, in the study, the subject of political participation and political communication was examined in detail, and the communication between these areas with the media and social media was limited. Therefore, in future studies, a detailed comparison can be made by choosing a specific communication medium for political participation and especially political communication. In addition, by considering social media, it can be focused on how the relationship between political participation and political communication is provided with the platforms in this medium.