

## ÖZET

20. Yüzyılın son çeyreğinde internetin geliştirilmesiyle kitlesel iletişim araçlarının yeni boyut kazandığı, bireylerin siyasal katılımını artırdığı, siyasal yöneticilerin kitlelerle daha kolay ve hızlı iletişim kurabilme olanağı sağladığı ve siyasal iletişimi daha fazla güçlendirdiği söylenebilir.

Çalışma içerisinde, kitle iletişim araçlarının günümüzde hayatın her alanında etkin olduğu, gelişmiş ve gelişmekte olan birçok ülkenin siyasetçilerinin, seçim kampanyalarında bu araçlardan yararlandıkları ve gelecekte siyasal kampanyaların bu araçlar üzerinden yürütüleceği öngörüsünde bulunulmuştur.

Bu çalışma içerisinde 7 Haziran 2015 ve 1 Kasım 2015 Genel Seçimlerinde AKP ve CHP'nin seçim dönemleri içerisinde televizyon haberlerinde yer aldıkları süreler, Sözcü, Sabah ve Hürriyet gazetelerinde partilerin reklam ilanları, Facebook ve Twitter takipçi sayıları, Kemal Kılıçdaroğlu ve Ahmet Davutoğlu'nun Twitter paylaşımları incelenmiştir. Bu partiler ve liderleri son iki seçimde en yüksek oyu alan partiler oldukları için çalışmada incelenmeye karar verilmiştir.

**Anahtar Kelimeler :** İletişim, Kitle, Kitle İletişim Araçları, Siyasal İletişim, Siyasal Partiler, Seçim Kampanyaları

## ABSTRACT

In the last quarter of the 20th century, with the development of the Internet, mass media tools have become new dimensions, individuals have increased their political participation, political managers have been able to communicate more easily and quickly, and political control has been strengthened.

In the study, it has been suggested that mass media are active in all aspects of life nowadays, politicians of many developed and developing countries are benefiting from these tools in their election campaigns and that political campaigns will be carried out through these means in the future.

In this study, in the general elections of June 7, 2015 and November 1, 2015, the periods of the AKP and CHP as propaganda media in the press and television news as a part of the election periods, the announcements of the speakers, Sabah and Hürriyet newspapers,

Facebook and Twitter followers, Kılıçdaroğlu and Ahmet Davutoğlu's Twitter shares have been examined. This section and its leaders were decided to be examined in the work for the highest-paid parties in the last two elections

**Anahtar Kelimeler :** Contact, mass , Mass Media, Political Communication, Political Parties, Election Campaigns