

SIYASAL İLETİŞİM, SİYASİ PARTİLER VE SİYASİ ADAYLAR KAVRAMLARININ BİBLİYOMETRİK ANALİZİ: SCOPUS ÖRNEĞİ

Dr. Öğr. Üyesi Ömer Cenap ÖZDEMİR[§] 

DOI: 10.47107/inifedergi.1736710

Araştırma Makalesi

Başvuru Tarihi: 7 Temmuz 2025

Kabul Tarihi: 23 Ekim 2025

Atıf: Özdemir, Ö, C. (2025). Siyasal İletişim, Siyasi Partiler ve Siyasi Adaylar Kavramlarının Bibliyometrik Analizi: Scopus Örneği. İNİF E- Dergi, 10(2), 614-640.

Öz

İletişim alanı çok geniş bir disiplin olmakla birlikte, içerisinde siyasal iletişimi, siyasi partileri ve siyasi adayları barındıran bir bütündür. İletişim biliminin siyasetle yakın teması sonucunda ortaya çıkan, siyasal iletişim ile siyasetin en temel iki unsuru olan siyasi partiler ve siyasi adaylar birbirleriyle doğrudan bağlantılıdır. Siyasal iletişim faaliyetleri genellikle kurumsal olarak siyasi partiler, bireysel olarak da siyasi adaylar tarafından yürütülmektedir. Bu konularda yapılan çalışmalar ise iletişim biliminin daha fazla gelişmesine her zaman katkı sağlamıştır. Buradan hareketle “siyasal iletişim”, “siyasi partiler” ve “siyasi adaylar” kavramlarını içeren uluslararası çalışmaların analiz edilerek ortaya koyulması, iletişim çalışmaları açısından büyük bir önem arz etmektedir. Bu çalışma ile söz konusu kavramları içeren çalışmalar Scopus veri tabanından alınarak, bibliyometrik analizleri yapılmıştır. Elde edilen bulguların görselleştirilmesi için Voswiver programı kullanılmış, ağ haritaları oluşturulmuş ve toplanan veriler tablolastırılarak açıklanmıştır. Yapılan analizle Scopus’da 840 çalışmanın yer aldığı tespit edilmiştir. Scopus veri tabanındaki ilk çalışmanın 1988 yılında, en çok yayının (n=102) 2024 yılında yapıldığı, çalışmaların en fazla (n=614) makale türünde ve (n=504) sosyal bilimler alanında gerçekleştirildiği, en sık kullanılan anahtar kelimenin siyasal iletişim, en çok atıf alan (n=11) yazarın Bauer, N.M. olduğu, en çok çalışmanın ise (n=46) Siyasi Pazarlama Dergisi’nde yayımlatıldığı görülmüştür. Ayrıca Amerika Birleşik Devletleri’nin en fazla yayın (n=305) üreten ülke, Amsterdam Üniversitesi’nin en çok çalışmaya (n=34) ev sahipliği yapan kurum, çalışmalara fon sağlayan en büyük kuruluşun ise (n=13) İsviçre Ulusal Bilim Vakfı olduğu belirlenmiştir. Nihayetinde, bu çalışma ile ortaya koyulan sonuçların yeni araştırmacılara yol göstereceği, disiplinin kapsamının rahatlıkla anlaşılacağı, alandaki gelişimin araştırmacılar tarafından rahatlıkla görülebileceği ve bu yönde yapılması planlanan yeni çalışmalara katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Anahtar Kelimeler: *Siyasal iletişim, siyasi partiler, siyasi adaylar, bibliyometrik analiz, Voswiver, Scopus*

[§]Ardahan Üniversitesi, Çıldır Meslek Yüksekokulu, Sosyal Hizmetler Bölümü, E-Mail: omercenapozdemir@ardahan.edu.tr. ORCID: 0000-0002-8051-9894

BIBLIOMETRIC ANALYSIS OF THE CONCEPTS OF POLITICAL COMMUNICATION, POLITICAL PARTIES, AND POLITICAL CANDIDATES: THE EXAMPLE OF SCOPUS

Abstract

The field of communication is a broad discipline, encompassing political communication, political parties, and political candidates. Political communication, which emerged as a result of the close connection between communication science and politics, is directly linked to two of its most fundamental elements: political parties and political candidates. Political communication activities are generally carried out institutionally by political parties and individually by political candidates. Studies on these topics have always contributed to the further development of communication science. Therefore, analyzing and presenting international studies that include the concepts of "political communication," "political parties," and "political candidates" is of great importance for communication studies. This study retrieved studies covering these concepts from the Scopus database and conducted bibliometric analyses. The Voswiver program was used to visualize the findings, creating network maps and tabulating the collected data. The analysis revealed that Scopus contains 840 studies. The first study in the Scopus database was published in 1988, with the highest number of publications (n=102) published in 2024. The majority of studies (n=614) were in the article category and (n=504) in the social sciences. The most frequently used keyword was political communication, the most cited author (n=11) was Bauer, N.M., and the most studies (n=46) were published in the Journal of Political Marketing. Furthermore, the United States produced the most publications (n=305), the University of Amsterdam hosted the most studies (n=34), and the largest funding organization (n=13) was the Swiss National Science Foundation. Ultimately, it is believed that the results of this study will guide new researchers, facilitate a clear understanding of the scope of the discipline, facilitate the development of the field, and contribute to new studies planned in this area.

Keywords: *Political communication, political parties, political candidates, bibliometric analysis, Voswiver, Scopus*

Giriş

Bir insanın toplumsal bir varlık olarak diğer insanlarla ilişki kurmasının yanında, kendi istek ve ihtiyaçlarını giderebilmesi için kullandığı bir yol olan iletişim, uygulama açısından bakıldığında insanlık tarihi kadar eskiye dayanmaktadır (Özdemir ve Taşcıoğlu, 2022, s. 67). Diğer yandan Maslow'un ihtiyaçlar hiyerarşisinde yer alan kendini gerçekleştirme, saygı, ait olma, güvenlik ve fizyolojik ihtiyaçların insanlar tarafından karşılanma isteği, iletişim araç ve yöntemleri sayesinde tam olarak yerine getirilebilmektedir (Dökmen, 2002, s. 104). Ayrıca iletişim toplumsal yaşamda her zaman kendisine yer edinmiş, toplumsal uğraş ve çabaların her alanında insanların karşısına çıkmaktadır. İletişim her zaman siyasetle çok yakın bir ilişki içerisinde olup, insanlar arası ilişkilerin de hemen hemen her şeklinin temelini oluşturmaktadır. Genellikle karmaşık bir yapıda olan toplumsal süreçler içerisinde özellikle siyasetin mahiyetini çözüp anlayabilmek için iletişimin olanaklarından yararlanılmaktadır (Tokgöz, 2010, s. 518).

İlk iletişim araştırmaları 20. yüzyılın ikinci yarısına doğru yapılmaya başlanmış olup, genellikle araştırmalar toplumsal içerikli olarak araçların kullanılmasına yöneliktir. Yapılan iletişim araştırmalarında kullanılan yöntem ve teknikler ise daha çok sosyoloji, sosyal psikoloji ve psikolojiden olmuştur. İlk araştırmalar iletişimin bir bilim alanı olarak kabul edilmesine yöneliktir. Yapılan araştırmalar sayesinde zamanla iletişim alanına özel modeller, yöntemler ve kuramlar geliştirilmiştir (Aziz, 2006, s. 11).

İletişim çalışmaları batı merkezli sosyal bilimlerin küresel hegemonyası etkisinde kalarak, daha çok batılı değer yargıları üzerinde inşa edilmiştir. Buradaki etki tarihsel olarak daha çok batı kökenli olup, batının epistemolojik kabullerini içermektedir. Böylelikle iletişim çalışmalarının batı yanlılığını ortaya çıkarma motivasyonu yaratılmış, iletişim

kuramlarından kavramlarına ve araştırma konuları ve yöntemlerine kadar geniş bir alana nüfuz etmiştir (Varol, 2022, s. 453). İletişim araştırmaları modern zamanlarda, toplumsal ilişkileri anlayıp açıklama çabaları olarak ön plana çıkmaktadır. İletişim araştırmalarının özellikle tarihsel ve toplumsal gelişim sürecindeki ilk çalışmaları, iletişimin olgusal boyutlarını incelemektedir. İkinci Dünya Savaşı'yla birlikte yaşanan gelişmeler ise iletişimin olgusal boyutundan ziyade, kurgusal boyutuna da gereken önemin verilmesini sağlamıştır. 1908'li yıllarda ise olgusal ve kurgusal iki boyutunda bütünsel olarak düşünülmesinin artık bir zorunluluk olduğu anlaşılmıştır (Törenli ve Kıyan, 2020, s. 189). Ayrıca disiplinler arası doğası ile tanımlanmış iletişim çalışmaların da kullanılan yöntemler, sosyal bilimlerin metodolojisinden doğrudan etkilenmiştir. İletişim çalışmalarındaki yöntemler temel nitel çalışmalar, metin çözümlemeleri ve nicel olarak da anketler vb. şeklinde olmaktadır (Tuğan, 2022, s. 113).

İletişim literatüründe önemli bir yer edinen siyasal iletişim araştırmaları ise 1940 yıllarından itibaren ABD'de başlamış olup, daha çok ampirik çalışmalar şeklinde yapılmıştır. Diğer yandan, siyasal iletişimin kavram olarak tanımlanmasına yönelik çalışmalar yapılmış olsa da siyasal iletişim araştırmasını tanımlama yolu tercih edilmemiştir. 1970'li yıllarda ise siyasal iletişim araştırmalarının alanlarına dönük çeşitli görüşler ortaya çıkmıştır (Tokgöz, 2010, s. 15).

1. Kavramsal Çerçeve

Siyasal iletişimin ilk ortaya çıkış tarihi, Antik Yunan'a kadar uzanmaktadır. O dönemlerde toplumu yöneten siyasiler, siyasal iletişimin yöntem ve tekniklerini kullanmışlardır. Tarihsel süreçte toplumlar büyüdükçe, kültürler farklılaştıkça, toplumsal gelişmeler hızlandıkça ve en önemlisi teknoloji geliştikçe siyasal iletişimin aktörleri ile kullanılan yöntem ve teknikleri de değişmiştir. Ayrıca, yönetilenler ile yönetenler arasındaki ilişkilerde kullanılan mesajlar ve bunların içeriği farklılaşmıştır. Böylelikle, siyasal iletişimin diğer disiplinlerde olduğu gibi zamanla gelişim sürecini tamamlanmış, kendine özgü yöntemi ve terminolojisi oluşmuştur (Aziz, 2003, s. 1). Aristoteles'in "Retorik" isimli eseri ise siyasal iletişimin ilk örneklerinden biri sayılmaktadır (İnanç Demir, 2018, s. 100).

Tarihsel süreç içerisinde siyasal iletişim birçok değişikliğe uğramış olup, son yıllarda ise doğrudan kamuoyunu etkileyen bir araca dönüşmüştür. Siyaset ve iletişim gibi iki bileşenin birleşimi olan siyasal iletişim, toplumsal alanlara daha fazla yayılma eğilimindedir. Siyasal iletişime siyasi aktörler ve medya eklenmiş olup, bu temel çerçeveye vatandaşlarda dahil olarak bunların hepsinin etkileşiminden kaynaklanan bir süreç haline gelmiştir (Lopez-Garcia ve Pavia, 2018, ss. 1-2). Siyasal iletişim, siyasetin bilimselleşmesiyle birlikte siyasi aktörlerin amaçlarına ulaşabilmeleri için sıklıkla başvurdukları önemli bir yöntemdir. Genel olarak seçim dönemlerinde, hedef kitlenin özellikleri ve dönemin konjektürel yapısına uygun bir şekilde siyasal iletişim teknikleri kullanılmaktadır (Eraslan ve Durur, 2018, s. 203). Aslında siyasal iletişim, vatandaşlar ve siyasilerin arasında bilgi aktarımının yapıldığı etkileşimli bir süreçtir. Bu etkileşimli iletişim sürecinin kurumlardan vatandaşlara yönelik olanı aşağıya doğru iken, siyasi aktörler arasında olanı ise birbirlerine yönelik yatay olarak ilerlemektedir. Diğer yandan, kamuoyundan yetkililere doğru olan siyasal iletişim yukarıya doğru işleyen bir süreçtir (Norris, 2015, s. 342).

Siyasal iletişim çalışmalarının öneminin anlaşıldığı ve yoğun bir şekilde kullanıldığı dönem Birinci Dünya Savaşı sonrasıdır. Radyonun 1930'lu yıllarda toplumsal hayata girmesiyle, siyasal iletişim özellikle Almanya ve İtalya'da kullanılmaya başlamıştır. Bunun ardından televizyonun yaygınlaşması, siyasal iletişimi bu mecraaya kaydırmıştır. Böylelikle,

dönemi itibariyle modernleşme çabalarını desteklemek için ikna edici siyasal mesajlar verilmiş, azgelişmişlik ülkelere medeniyet ulaştırma amacı güden araştırmalar ise önemli siyasal iletişim çalışmalarına örnekler olmuştur (Kılıçaslan, 2008, s. 14). İkinci Dünya Savaşı'nın ardından ise siyasal iletişim çalışmalarının kullanımı daha fazla artmıştır. Bu dönemde dünya siyasetinde yaşanan değişim, siyasi parti, baskı ve çıkar guruplarının sayısının artması, genel oy ilkesinin evrensel ölçekte kabul edilmesi ve teknolojik gelişmelerle kitle iletişim araçlarının çeşitlenmesi, bu yoğunluğun önemli görülen sebepleridir (Tokgöz, 2008, s. 100). Diğer yandan siyasal iletişimin seçim kampanyalarında profesyonel olarak kullanımı ise daha çok ABD'ye özgü bir durumdur. ABD, diğer ülkelere örnek olabilecek şekilde siyasal iletişim alanındaki faaliyetlere, kitle iletişim araçlarının özellikle konvansiyonel veya radyo, televizyon ve gazete gibi geleneksel araçların doğrudan dahil edilmesini sağlamıştır (Güven, 2017, s. 188).

Türkiye'de siyasal iletişim çalışmaları, 1946 yılından itibaren çok partili hayata geçilmesiyle uygulanmaya başlamıştır. 1946'ya kadar süren siyasi süreç ve seçimlerde tek alternatifin olması, herhangi bir siyasal iletişim araç ve tekniğinin kullanımını gereksiz hale getirmiştir. Bu yüzden Türkiye siyasetinde rekabet ortamının olmaması, siyasal iletişim yöntemlerinin uygulanması ve gelişimine etki etmiştir (İnanç Demir, 2018, s. 97). Türkiye'de çok partili siyasi hayat siyasi partiler arasında bir rekabet ortamı yaratarak, siyasal iletişim çalışmalarının kullanımını yaygınlaştırmıştır. Demokrat Parti'nin seçimlerdeki "yeter söz milletindir" sloganı ile yürüttüğü seçim kampanyası, Türkiye'nin ilk siyasal iletişim örneği olarak kabul edilmektedir. Amerikan vari siyasal iletişim çalışmaları ise Turgut Özal tarafından ilk defa 1983 seçimlerinde uygulanmıştır. Siyasal iletişim uygulamaları 2002 yılında yapılan seçimlerle birlikte, Adalet ve Kalkınma Partisi'nin iktidar sahibi olmasına etki etmiştir (Eraslan ve Durur, 2018, 196).

İletişim çalışmalarının ABD'de olduğu gibi Türkiye'de de ayrı bir disiplin oluşturabileceği düşüncesinin doğuşu, siyaset bilimi ve sosyoloji disiplinleriyle yakın ilişki kurulması ve bu ilişki çerçevesinde siyasal iletişim, ikna ve propaganda alanlarında ampirik araştırmaların işlevsel bir hale getirilmesiyle olmuştur. ABD'den farklı olarak, Türkiye'de alanın akademik olarak kurumsallaşması 1970'li yıllara denk gelmektedir. Türkiye'de gerçekleştirilen ilk akademik çalışmalar, ağırlıklı olarak siyasal iletişim alanı içerisinden çıkmıştır (Yıldız, vd., 2024, s. 88). 1980'li ve 1990'lı yıllar ise özgün iletişim çalışmalarının yapıldığı dönemdir. Bu çalışmalar; nicelik ve nitelik yönünden artış göstermiş, bilimsel araştırmaların yanında ders kitapları ve çevirilerle literatür daha fazla gelişerek, farklı bir görünüm kazanmıştır (Tokgöz, 2000, s. 28).

Siyasi partiler, modern siyasetin organize edilmesi konusunda bir yapı taşı görevi üstlenmektedir. Demokrasinin temel aracı veya bir baskı unsuru olarak siyasi partiler, devlet kurumları ve toplumsal guruplar ile devlet ve sivil toplum arasında denge sağlayıcı bir konumdadır (Çalışır, 2015, s. 159). Siyasi partiler, ulusal ve yerel yeni liderlerin ortaya çıkmasına sağlamaları açısından devlet yönetimlerinde hayati bir öneme sahiptir. İktidarda olan bir siyasi parti siyasi kimlikler oluşturarak, yeni politikaların oluşturulması için yeni alanlar açmaktadır (Jeffs vd., 2016, s. 359). Siyasi partiler, modern devletler içerisinde herhangi bir ideolojik çıkarı temsil eden, kamusal yaşamda aktif olan ve iktidarı elde etmek için var olan resmi sivil örgütlerdir. Siyasi partiler temsili kurumların ve oy hakkının gelişmesiyle birlikte, 19. yüzyılda daha da yaygınlaşarak evrensel bir hale gelmiştir (Rezende Martins, 2015, s. 398). Modern devletlerde iktidarı elde etmek için yarışan siyasi partilerin, hangi şartlarda yarıştıkları ve bu yarış nasıl kazandıkları da ayrı bir öneme sahiptir (Çelik, 2025, s. 71).

Siyasi partiler modern anlamda demokratik ülkelerde, siyasal sistem içerisinde varlıklarını devam ettirebilmek ve iktidar olabilmek için çeşitli mücadeleler vermişlerdir. Bu mücadeleyi kazanan partiler ise kurumsallaşma özelliğine sahip olmuştur. ABD, mücadele etme ve kurumsallaşma konusunda Avrupa'ya nazaran, siyasi partilerin dünya da ilk geliştiği ülke olma özelliğine sahiptir (Çiçek, 2023, 265). Çünkü ABD'nin toplumsal yapısının özelliklerinden dolayı oy hakkının genişlemesi, siyasi partilerin Avrupa'dan daha önce ortaya çıkmasına sebep olmuştur. 19. yüzyılda ABD'nin toplumsal sınıfları arasında yaşanan mücadeleler, günümüzdeki anlamda siyasi partilerin oluşmasını sağlamıştır (Göktürk, 2016, s. 253).

Türkiye'de uzun bir dönem süren tek partili siyasi hayatın ardından, çok partili döneme geçiş 1946 yılından itibaren olmuş ve halkı temsil etmek adına çok sayıda siyasal parti ortaya çıkmıştır. Türkiye'de siyasi partilerin genel yapısı, hakim olunmak istenen toplumsal tabanın talep, istek ve beklentileri yönünde yapılandırılmıştır. Bir diğer siyasi parti yapılanması, iktidar partisinin karşıtı konumunda yer alarak gerçekleşmiştir. Türkiye'de siyasi partilerin çoğunluğunun varlığı, birbirlerine karşıt bir pozisyonda duruş sergilemeleriyle gerçekleşmiştir (Nurbaki, 2020, s. 131). Bu bağlamda Türkiye'de Cumhuriyetin kuruluşundan itibaren yüzlerce parti kurulmuş, çoğu kapanmış ya da kapatılmış, bir kısmı ise siyasi hayatına günümüze kadar devam etmiştir. Diğer yandan, iktidar olan ve Cumhuriyet tarihine damgasını vuran partiler de çoktur. Bunlar; Cumhuriyet döneminde Cumhuriyet Halk Partisi, 1960-1980 yıllarında Demokrat Partisi, Adalet Partisi ve Anavatan Partisi iken, 2000'lerin başından itibaren ise Adalet ve Kalkınma Partisi'dir (Şimşek, 2020, s. 605).

Türkiye siyasetinde siyasi partilerin kuruluş ve devam etme süreçleri, ABD ve Avrupa ülkelerine göre daha geç ve yavaş olmuştur. Gerek İkinci Dünya Savaşı'nın ardından toparlanma sürecinde yaşanan zorluklar, siyasetteki belirsizlikler ve hukuki boşluklar gerekse bazı toplumsal hareketler ve darbeler siyasi partilerin gelişimlerini doğrudan etkilemiştir. Türkiye'de yaşanan bu olumsuzluklara rağmen, çok geniş katılımlı toplumsal destek alan ve etkin bir şekilde siyasi arenada aktif rol alan siyasi partiler olmuştur.

Siyasi adaylar seçimler yolu ile iktidara sahip olmak isteyen kişiler olup, seçim sonuçlarının kendi lehlerine çevirmek adına çeşitli çalışmalar yürütürler. Siyasal iletişim yöntem ve araçları siyasi adaylar tarafından sıklıkla kullanılmakta ve seçmenlerin tercihlerini değiştirerek, siyasi adayların kendi taraflarında yer almalarının sürdürülmesi sağlanmaktadır (Fidan, 2020, s. 82). Siyasi adaylar açısından seçmenler, birbirlerinden farklı nitelikler sergileyen heterojen bir kitleyi temsil etmektedir. Her seçmen, her siyasi aday ve partiye belli bir yakınlıkta veya uzaklıkta olabilmektedir. Uzak seçmen olarak kabul edilen kitlenin ise zamanla yakınlaşması, kapalı kapıların açılması ve güç olan eşiklerin aşılması anlamına gelmektedir. Bunun için siyasi aday ve partiler, seçmenler arasındaki kopukluğun giderilmesi ve onlara kapı aralayacak davranışların sağlanması adına, ikna temelli iletişim faaliyetleri sürdürürler. Böylelikle siyasi adaylar, ikna stratejisiyle asıl seçmen davranışlarının oluşmasını sağlar (Doğan ve Göker, 2013, s. 8). Zamanla, siyasette toplumsal sorunların çözüm önerileri ve parti programlarının yerine adayların ön plana çıkarılması düşüncesi yaygınlaşmıştır. Bu durum da siyasi adayları, imaj çalışmaları yapmaya yöneltmiştir (Güven, 2017, s. 188).

Günümüzde siyasi adayların ön planda tutulma düşüncesi devam etmekte, hatta bazı durumlarda siyasi adaylar temsil edilen partilerin bile önüne geçebilmektedir. Kitle iletişim araçlarında (internet, web sitesi, sosyal medya, televizyon vb.) siyasi adayların olumlu anlamda yer almaları ise seçim sonuçlarına etki etmektedir. Bunun dışında siyasi adaylar

bilimsel çalışmaların analiz ve sonuçlarından da yararlanmakta, bu bağlamda çeşitli araştırmalara dahil olabilmektedirler. Siyasi adayların, seçimlerde başarı elde etmeleri üzerine yapılan bilimsel çalışmalar ise adaylara seçim süreçlerinde yol gösterici olabilmektedir.

Siyasi adaylar, ülkelerin seçim sistemlerine göre hem bir partiye bağımlı olarak hem de bağımsız aday olarak seçim çalışmaları yürütmektedirler. Seçim çalışmalarının da bağımsız siyasi adaylar, herhangi bir siyasi partiye bağlı adaylara göre daha özgürdürler. Dolayısıyla partilerin siyasi adayları parti programlarının dışına çok fazla çıkamamakta ve parti tüzüklerine göre hareket edip, seçim çalışmalarını bu minvalde yürütmektedirler. Siyasi parti adaylarının tercih ettikleri ve kullandıkları siyasal iletişim yöntem ve araçlarının belirlenebilmesi, bağımsız adaylara göre daha sınırlı olmaktadır. Çünkü, siyasal iletişim yöntem ve araçlarının (kitle iletişim araçları, mitingler, ziyaretler, reklam, slogan, afiş, resim, logo vb.) kullanılacağına çerçevesi, çoğunlukla partiler tarafından çizilmektedir.

İletişim çalışmalarının sayısı, her geçen gün artarak devam etmektedir. Dünya’da ve Türkiye’de yapılan bütün iletişim çalışmaları içerisinde siyasal iletişim, siyasi partiler ve siyasi adaylar konusunda yapılanların bibliyometrik analiz yöntemiyle tespit edilmesi ve haritalanması, bu çalışmanın ana temasını oluşturmaktadır.

Bibliyometrik analiz; bilimsel araştırmalar için, bir alandaki çalışma ve eğilimlerin yapısal bileşimlerini gösteren ve kavramsallaştırma yolu ile elde edilen büyük bilgileri yönetme girişimidir. Bu yöntemle yapılan incelemeler, literatürün farklı yönlerini nicel olarak sunmaktadır. Bir araştırma alanını haritalandırmak, incelenen başlıklardaki önemli yazarları, yayınları ve dergileri tespit etmenin yanında, araştırma konularının da nasıl ortaya çıktığını ve geliştiğini ortaya çıkarmaktır (Passas, 2024, s. 1018).

Yapılan literatür araştırması ile iletişimi konu edinen çeşitli göstergebilimsel çalışmaların (Ki, vd., 2019; Subekti, vd. 2022; Bak, vd. 2023; Saf, 2023; Yiğit Açıkgöz ve Çizmeli, 2023; Suciati. 2024; Tuna ve Antalyalı, 2024; Uçak, 2025; Mencet, 2025; Öztat, 2025;) yapıldığı tespit edilmiştir. Fakat, bu çalışmalar içerisinde “siyasal iletişim”, “siyasi partiler” ve “siyasi adaylar” kavramlarının bir bütün olarak ele alındığı herhangi bir çalışmaya rastlanılmamıştır. Literatürdeki bu eksikliğin giderilmek istenmesi, bu çalışmanın yapılmasındaki en önemli gerekçelerden birisidir.

İletişim alanı çok geniş bir disiplin olmakla birlikte, içerisinde siyasal iletişimi, siyasi partileri ve siyasi adayları barındıran bir bütündür. Bu bağlamda, iletişim faaliyet ve uygulamaları hatta araştırmaları bu üç kavramdan ayrı düşünülemez. Her kavram kendi içerisinde ele alınmakta, diğer yandan birbirleriyle olan yakın ilişkisi de her zaman ön plana çıkmaktadır. Çünkü, bu kavramlar tek başlarına taşıdıkları anlamların dışında bir bütün olarak ele alındığında, daha geniş bir yelpazede etki alanları oluştururlar. Özellikle siyasal iletişim uygulamaları, siyasi partiler ve siyasi adaylar tarafından kullanılmaktadır. Siyasi partilerde siyasi adaylardan bağımsız olmayıp, her zaman birbirlerine çok yakındırlar. Netice itibarıyla bu kavramlar, yapılan çalışmalarda çoğu zaman bir bütün olarak ele alınmaktadır.

Bu çalışma ile; bibliyometrik analiz yöntemi kullanılarak “siyasal iletişim”, “siyasi partiler” ve “siyasi adaylar” konularında alanda yapılan çalışmalar ortaya çıkarılarak yazarların, dergilerin, atıfların, üniversitelerin ve bağlantılı kurumların neler olduğu tespit edilmeye çalışılmıştır. Ayrıca, literatürün bu konulardaki gelişim süreci incelemeye alınmıştır.

Çalışmadan elde edilen bulgular sayesinde, yeni araştırmacıların disiplinin kapsamını anlamaları ve yapılacak güncel araştırmaların yönlerini belirlemeleri kolaylaşacaktır. Diğer yandan, bu çalışma ile alandaki ilerlemenin bir haritası sunulacağı için, mevcut gelişimin araştırmacılar tarafından rahatlıkla görülebileceği ve yapılması planlanan yeni çalışmalara katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

2. Yöntem

2.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi

Çalışmanın amacı; “siyasal iletişim”, “siyasi partiler” ve “siyasi adaylar” kavramlarını içeren uluslararası çalışmaların, bibliyometrik analizinin ele alınmasıdır. Bibliyometrik haritalama ile görselleştirilmiş olan anahtar kelime kümelerinde çalışmaların gerçekleştirme yıllarının, dergilerin, yazarların, atıfların, ülkelerin, fon sağlayıcı kurumların ve üniversitelerin ortaya koyulması amaçlanmaktadır.

Çalışmanın önemi ise; amaca binaen belirlenen kavramları içeren çalışmaların, hangi ortak oluşum ağlarına sahip olduklarının incelenmesidir. Ayrıca bu araştırmadan elde edilen bulgular, alandaki yeni araştırmacılar için bir bilgi kaynağı ve rehber olması açısından önem arz etmektedir.

2.2. Araştırmanın Yöntemi

Bibliyometri terim olarak daha önceleri herhangi bir biçimde kullanılmamış olup, aslında yazılı iletişim araçları (kitap, makale vb.) ve süreçlerinin ölçülmesinin hedeflenmesinin yanında, istatistiki ve matematiksel yöntemlerin diğer iletişim araçlarına da uygulanmasıdır (Pritchard, 1969, s. 347). Bibliyometrik yöntem ise anahtar kelime analizleri, yayın sayısı, yazarlar arasındaki iş birlikleri ve atıf analizleri gibi bazı göstergelerin kullanılmasıyla araştırma alanlarının genel görünümünün ortaya koyulmasını sağlamaktadır (Bulu, 2024, s. 526). Bibliyometrik analiz öznel ve nesnel değerlendirmelere dayanmasının yanı sıra, geniş yapılandırılmamış verilerin anlamlandırılması için kullanılmaktadır. Çalışmaların evrimsel incelikleri ile bilimsel bilgilerinin anlaşılması ve haritalandırılmasına yardımcı olmaktadır (Passas, 2024, s. 1014). Bibliyometrik analiz sayesinde; Scopus veya WoS veri tabanlarında yer alan akademik bilimsel çalışmaların çıktıları kullanılarak, önceden belirlenmiş bir alanda yapılan küresel araştırma eğilimlerinin anlaşılmasına yönelik araştırmalar yapılabilmektedir (Alsharif, vd., 2020, s. 2949).

Çalışmada yöntem olarak bibliyometrik analiz yöntemi kullanılmış olup, “siyasal iletişim”, “siyasi partiler” ve “siyasi adaylar” kavramlarını içeren uluslararası çalışmalar incelenmiştir. Scopus internet setinin arama motoruna İngilizce “political communication”, “political parties” ve “political candidates” kavramları yazılıp, taranan indekslerde aratılarak bulgular elde edilmiştir. Araştırmada; makale, kitap, kitap bölümü, inceleme, konferans bildiriler, notlar ve editoryal çalışma doküman türleri incelenmiştir. Belirlenmiş olan anahtar kelimeleri içeren, tüm bilimsel araştırmalar çalışmaya dahil edilmiştir.

Yapılan tarama ile Scopus’da 870 uluslararası çalışmanın olduğu tespit edilmiştir. Yapılan analizle Scopus veri tabanında ilk çalışmanın 1988’de yapıldığının tespiti münasebetiyle; 1988 ile 2025 yılları arasında yapılan bilimsel çalışmalara odaklanılarak, çalışmaların yıllara göre dağılımı, akademik dergiler ve atıf dağılımları, ülkelere ve üniversitelere göre dağılımları, çalışmaların türleri, akademik disiplinleri ve fon sağlayıcı kurumların dağılımları ile çalışmalarda en sık kullanılan anahtar kelimeler ve aralarındaki bağlantı güçlerini gösteren ağ haritalarının bibliyometrik haritalama ile görselleştirilerek incelenmiştir.

2.3.Araştırmanın Evreni, Örneklemi ve Sınırlılıkları

Araştırmanın evrenini Scopus veri tabanında yer alan “siyasal iletişim”, “siyasi partiler” ve “siyasi adaylar” kavramlarını içeren çalışmalar oluşturmaktadır.

Çalışmanın örneklemini 27.06.2025 tarihine kadar yapılan ve Scopus veri tabanında yer alan “siyasal iletişim”, “siyasi partiler” ve “siyasi adaylar” kavramlarını içeren çalışmaların tamamıdır.

Çalışmanın sınırlılığı olarak araştırma sadece Scopus veri tabanında yürütülmüş olup, konu alanı daraltılması yapılmamıştır. Bibliyometrik analiz ve haritalama araçları konusunda ise VOSviewer yazılım programı kullanılmıştır.

Bu minvalde; çalışma ile aşağıda belirtilen araştırma sorularına cevaplar aranmıştır.

AS 1: “Siyasal iletişim”, “siyasi partiler” ve “siyasi adaylar” kavramlarını içeren çalışmaların yıllara göre dağılımı nedir?

AS 2: “Siyasal iletişim”, “siyasi partiler” ve “siyasi adaylar” kavramlarını içeren çalışmaların akademik dergilere göre yıllık dağılımı ve sayıları nelerdir?

AS 3: “Siyasal iletişim”, “siyasi partiler” ve “siyasi adaylar” kavramlarını içeren en çok çalışmanın yapıldığı üniversiteler hangileridir?

AS 4: “Siyasal iletişim”, “siyasi partiler” ve “siyasi adaylar” kavramlarını içeren çalışmalarda, en fazla atıf alan yazarlar hangileridir?

AS 5: “Siyasal iletişim”, “siyasi partiler” ve “siyasi adaylar” kavramlarını içeren çalışmaların türleri nelerdir?

AS 6: “Siyasal iletişim”, “siyasi partiler” ve “siyasi adaylar” kavramlarını içeren çalışmaların akademik disiplinlere göre dağılımı nedir?

AS 7: “Siyasal iletişim”, “siyasi partiler” ve “siyasi adaylar” kavramlarını içeren çalışmalara fon sağlayıcı kurumlar hangileridir?

AS 8: “Siyasal iletişim”, “siyasi partiler” ve “siyasi adaylar” kavramlarını içeren çalışmalarda en sık kullanılan anahtar kelimeler ve bunların aralarındaki bağlantı gücü-ağ haritası nasıldır?

AS 9: “Siyasal iletişim”, “siyasi partiler” ve “siyasi adaylar” kavramlarını içeren çalışmaların en çok yapıldığı ülkeler hangileridir ve bunların aralarındaki bağlantı gücü-ağ haritası nasıldır?

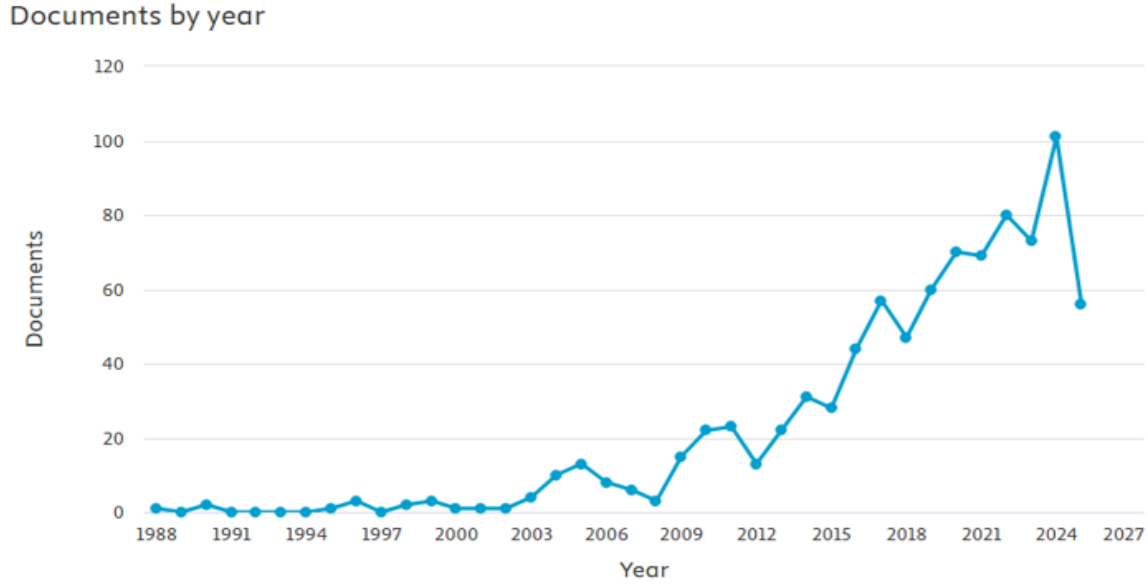
3. Bulgular

3.1. Scopus Veri Tabanından Elde Edilen Veriler

Scopus: etki yaratanlar için kapsamlı bir özet ve atıfların aranabildiği, ilgili kaynakların keşfedilebildiği, araştırmalardaki eğilimlerin veya konuların belirlenebildiği, potansiyel araştırma işbirlikçilerinin bulunabildiği bir veri tabanıdır. Scopus’da 25 milyondan fazla açık erişimli belge, 100 milyondan fazla kayıt ve 2,6 milyondan fazla ön baskının yer aldığı platformdur. Scopus ölçümleri yazarların, makalelerin, dergilerin ve kurumların etkisinin sergilenebilmesini sağlayabilmektedir (elsevier.com, 2025).

Scopus veri tabanında yapılan sorgulama neticesinde elde edilen bulgulara göre;

Şekil 1. Scopus Veri Tabanındaki Çalışmaların Yıllara Göre Dağılımı



Şekil 1’de 1988-2025 yılları arasında “siyasal iletişim”, “siyasi partiler” ve “siyasi adaylar” kavramlarını içeren çalışmaların yıllara göre dağılımı gösterilmektedir. Verilere göre ilk yayın 1988 yılında yapılmış olup, 2000’li yıllarda düşük sayıda kalan yayınlarda özellikle 2009 yılından itibaren bir artış olduğu görülmektedir. 2015 yılından itibaren ise artışın hızı daha keskin bir şekilde belirgin hale gelmiştir.

Tablo 1. Scopus Veri Tabanında yer alan Çalışmaların son On Yıldaki Sayıları

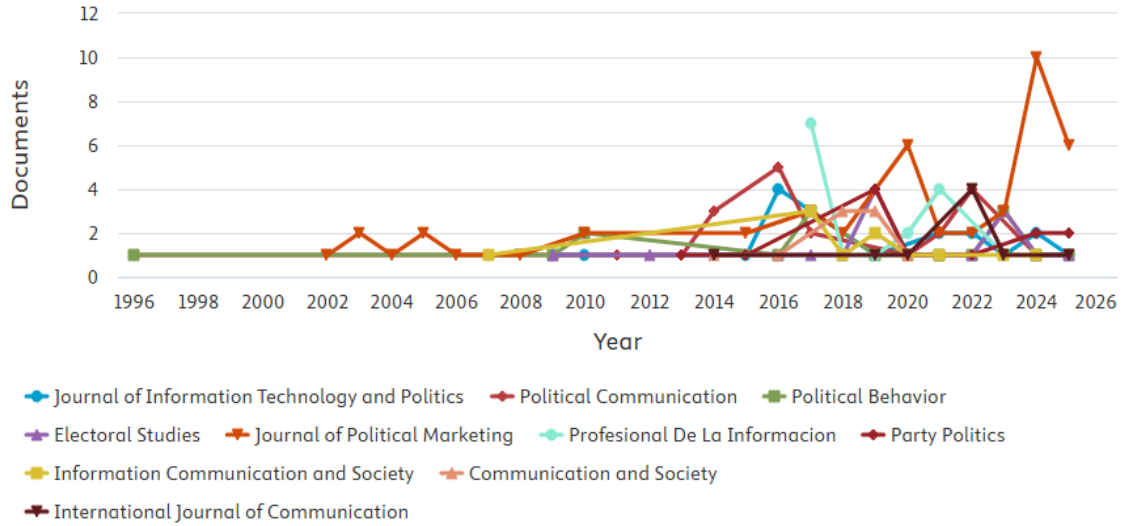
Yıl	Çalışma Sayısı
2025	58
2024	102
2023	73
2022	80
2021	69
2020	70
2019	60
2018	47
2017	57
2016	44
2015	28

Tablo 1’de Scopus veri tabanındaki çalışmaların son on yıla ait sayısal verileri yer almaktadır. Buna göre en az çalışma (n=28) 2015 yılında gerçekleşmişken, en fazla çalışma (n=102) ise 2024 yılında yapılmıştır. Diğer yıllara bakıldığında, çalışma sayısı genel olarak artarak devam etmiştir. Şu an itibarıyla 2025 yılının ilk yarısı tamamlandığına göre, yıl sonu itibarıyla toplam çalışma sayısının 2024 yılını geçeceği tahmin edilebilir.

Şekil 2. Scopus Veri Tabanındaki Çalışmaların Akademik Dergilere Göre Yıllık Dağılımı ve Sayıları

Documents per year by source

Compare the document counts for up to 10 sources.



Şekil 2’de “siyasal iletişim”, “siyasi partiler” ve “siyasi adaylar” kavramlarını içeren çalışmaların yayımlandığı bilimsel dergiler ve yıllık dağılım verileri yer almakta olup, buna göre Siyasal Pazarlama (Journal of Political Marketing), Siyasal İletişim (Political Communication) ve Seçim Çalışmaları (Electoral Studies) gibi önemli akademik dergiler ilk üç de yer almıştır. Diğer dergiler ise; Bilgi Teknolojileri ve Politika Dergisi (Journal Of Information Technology and Politics), Siyasi Davranış (Political Behavior), Bilgi Uzmanı (Profesional De La Informacion), Parti Politikaları (Party Politics), Bilgi İletişimi ve Toplum (Information Communication and Society), İletişim ve Toplum (Communication And Society) ve Uluslararası İletişim Dergisi (International Journal Of Communication) şeklindedir.

Tablo 2. Scopus Veri Tabanındaki Çalışmaların Yer Aldığı İlk On Bilimsel Dergi ve Yayın Sayıları

Dergi Adı	Yayın Sayısı
Siyasi Pazarlama Dergisi (Journal of Political Marketing)	46
Siyasi İletişim (Political Communication)	22
Seçim Çalışmaları (Electoral Studies)	17
Bilgi Teknolojileri ve Politika Dergisi (Journal Of Information Technology and Politics)	16
Siyasi Davranış (Political Behavior)	16
Bilgi Uzmanı (Profesional De La Informacion)	16
Parti Politikaları (Party Politics)	13
Bilgi İletişimi ve Toplum (Information Communication and Society)	11
İletişim ve Toplum (Communication And Society)	9
Uluslararası İletişim Dergisi (International Journal Of Communication)	9

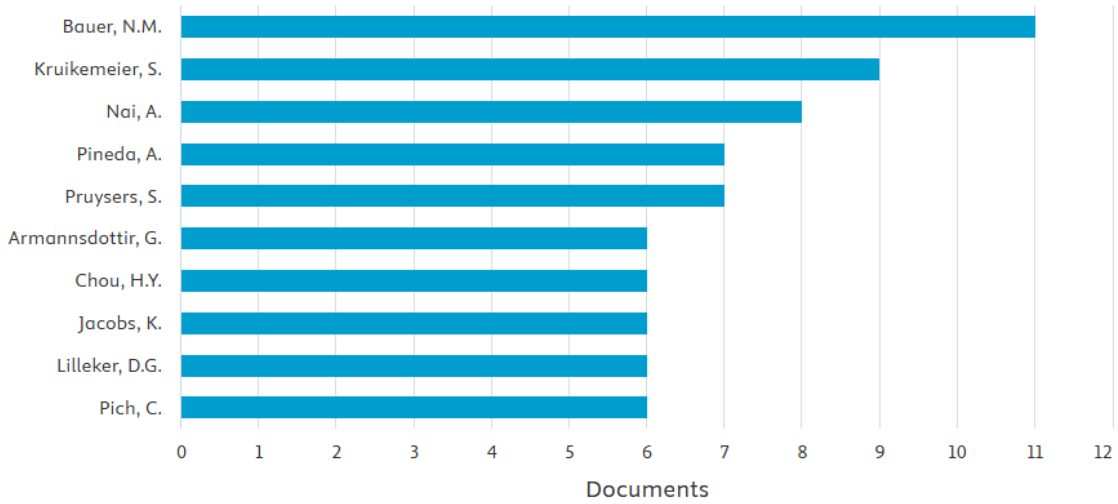
Tablo 2’de “siyasal iletişim”, “siyasi partiler” ve “siyasi adaylar” kavramlarını içeren çalışmaların en çok yayımlandığı ilk 10 derginin yayın sayıları yer almaktadır. Buna göre en çok yayının (n=46) Siyasi Pazarlama Dergisi’nde yapıldığı, en az yayının ise (n=9) İletişim

ve Toplum Dergisi ve (n=9) Uluslararası İletişim Dergisi'nde yapıldığı görülmektedir. Diğer dergilerde ise yayınlara yer verme durumu; Siyasi İletişim Dergisi (n=22), Seçim Çalışmaları Dergisi (n=17), Bilgi Teknolojileri ve Politika Dergisi (n=16), Siyasi Davranış Dergisi (n=16), Bilgi Uzmanı Dergisi (n=16), Parti Politikaları Dergisi (n=13) ve Bilgi İletişimi ve Toplum Dergisi (n=11) olarak dengeli bir şekilde dağılmaktadır.

Şekil 3. Scopus Veri Tabanındaki Çalışmalar İçerisinde En Fazla Atıf Alan İlk On Yazar

Documents by author

Compare the document counts for up to 15 authors.

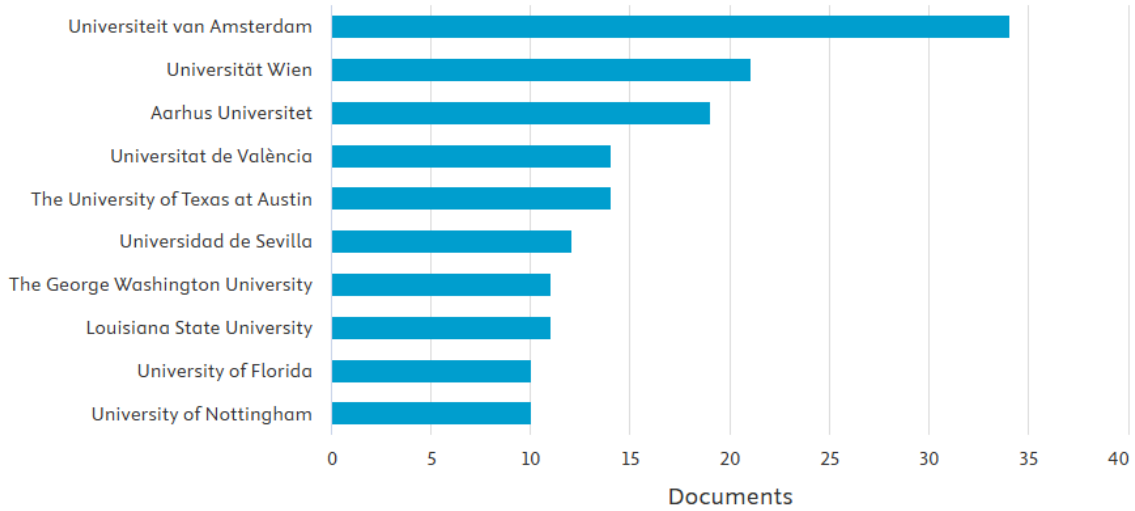


Şekil 3'te görüldüğü üzere öne çıkan ilk isim olan Bauer, N.M. en çok atıf alan (n=11) araştırmacıdır. Onun ardından Kruikemeier, S. (n=9) ikinci sırada, Nai, A. (n=8) ise üçüncü sırada yer almaktadır. Pineda, A. (n=7), Pruyssers, S. (n=7), Armannsdottir, G. (n=6), Chou, H.Y. (n=6), Jacobs, K. (n=6), Lilleker, D.G. (n=6) ve Pich, C. (n=6) gibi isimler yayınlarıyla bilimsel literatüre katkıda bulunmuş ve en fazla atıf alan ilk on içerisindeki yazarlardır.

Şekil 4. Scopus Veri Tabanındaki Çalışmaların En Çok Yapıldığı İlk On Üniversite

Documents by affiliation

Compare the document counts for up to 15 affiliations.



Şekil 4'te en çok çalışmanın yapıldığı ilk on üniversite bilgisi yer almaktadır. Amsterdam Üniversitesi (Universiteit Van Amsterdam) üretmiş olduğu en çok yayın (n=34) ile diğer üniversitelerden açık ara önde olan olup, siyasal iletişim, siyasi partiler ve siyasi adaylar konularında Avrupa'nın en üretken araştırma merkezlerinden biri konumundadır. Avusturya merkezli Viyana Üniversitesi (Universität Wien) yayınlarıyla (n=21) ikinci sırada yer alırken, Danimarka merkezli Aarhus Üniversitesi (Aarhus Universitet) ise (n=19) yayın yoğunluğu açısından üçüncü sıradadır.

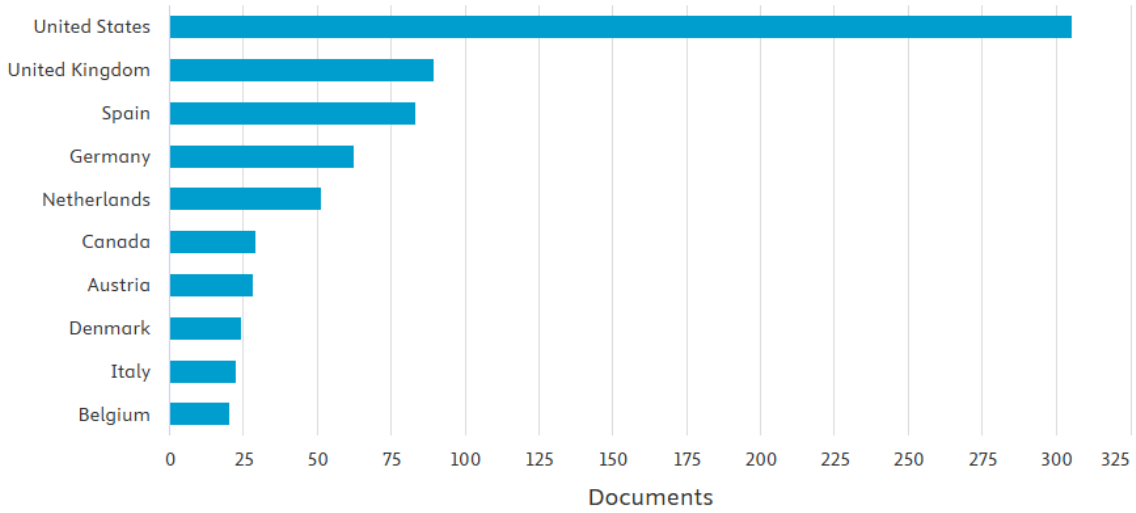
Bir İspanya üniversitesi olan Valensiya Üniversitesi (Universitat de València) (n=14) ile ABD'deki eyalet üniversitelerinden olan Austin Teksas Üniversitesi (The University of Texas at Austin) (n=14) en çok yayının yapıldığı üniversiteler sıralamasında dört ve beşinci sıraları paylaşmaktadırlar. Merkezi İspanya da olan Sevilla Üniversitesi (Universidad de Sevilla) (n=12) altıncı sırada, ABD'de yer alan George Washington Üniversitesi (The George Washington University) (n=11) yedinci sırada Louisiana Eyalet Üniversitesi (Louisiana State University) ise (n=12) sekizinci sırada yer almaktadır. Florida Üniversitesi (University of Florida) (n=10) ile Nottingham Üniversitesi (University of Nottingham) (n=10) yapılan çalışmalar ile dokuz ve onuncu sıralarda kendilerine yer bulmuşlardır.

Bu durum siyasal iletişimin hem küresel hem de yerel düzeyde nasıl farklılaştığını ortaya koymakla birlikte, ABD ve Avrupa'daki güçlü üniversitelerin alana yaptığı katkıları temsil etmektedir. Bu durum, isimleri sayılan prestijli üniversitelerin konu itibarıyla literatüre yön verdiğinin bir göstergesidir. Nihayetinde elde edilen veriler, literatür üretiminin büyük ölçüde Avrupa ve ABD merkezli üniversiteler tarafından ortaya koyulduğunu göstermektedir.

Şekil 5. Scopus Veri Tabanındaki Çalışmaların En Çok Yapıldığı İlk On Ülke

Documents by country or territory

Compare the document counts for up to 15 countries/territories.



Şekil 5'te siyasal iletişim, siyasi partiler ve siyasi adaylar kavramlarını içeren, en fazla çalışmayı üreten 10 ülkenin bilgileri yer almakta olup, bu ülkelerin araştırma çıktıları sayısal veriler üzerinden sıralanmıştır. Buna göre ABD ilk sırada yer alırken, Birleşik Krallık ikinci sırada, İspanya ise üçüncü sıradadır. Bu ülkeleri sırasıyla Almanya, Hollanda, Kanada, Avusturya, Danimarka, İtalya ve Belçika takip etmiştir. Bu grafikte literatürün bölgesel odakları ve üretim merkezleri net bir biçimde ortaya koyulmuş olup, ABD, Birleşik Krallık ve Avrupa ülkelerinin yayın üretiminde baskın olduğu, bunları ise Kuzey Amerika ülkelerinin takip ettiği görülmektedir.

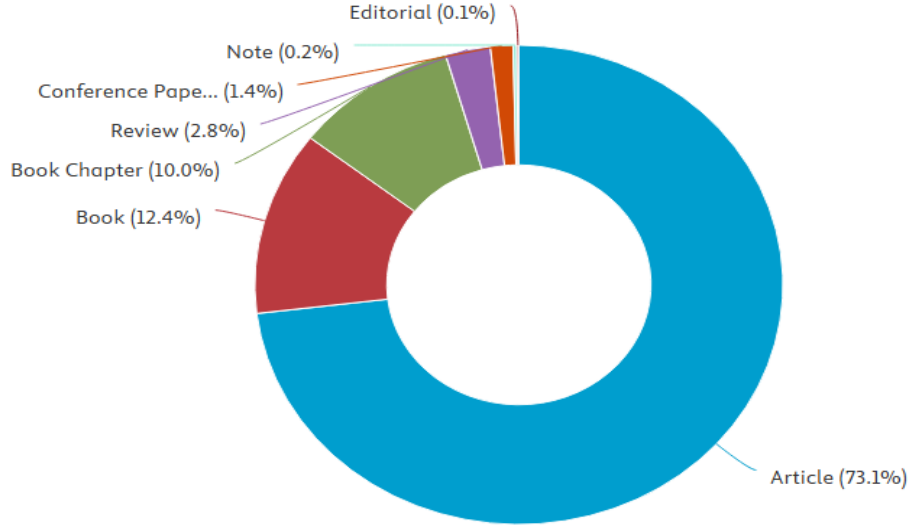
Tablo 3. Scopus Veri Tabanındaki Çalışmaların İlk On Ülkede Yapılan Yayın Sayıları

Ülke	Yayın Sayısı
Amerika Birleşik Devletleri	305
Birleşik Krallık	89
İspanya	83
Almanya	62
Hollanda	51
Kanada	29
Avusturya	28
Danimarka	24
İtalya	22
Belçika	20

Tablo 3'e göre çalışma sayısının ülkelere göre dağılımında, Amerika Birleşik Devletleri en fazla yayın üreten (n=305) ülke konumundadır. Ardından Birleşik Krallık (n=89), İspanya (n=83), Almanya (n=62), Hollanda (n=51), Avusturya (n=28), Danimarka (n=24), İtalya (n=22) ve Belçika (n=20) yayın yapan diğer ülkeler olup, bu ülkeler Avrupa'daki bilimsel üretimin başlıca aktörlerinden olmuşlardır. Kanada (n=29) ise ABD ve Avrupa'nın dışında çok farklı ülkelere de siyasal iletişim, siyasi partiler ve siyasi adaylar kavramlarını içeren çeşitli yayınların yapıldığının bir göstergesi olmuştur.

Şekil 6. Scopus Veri Tabanındaki Çalışmaların Türleri

Documents by type



Şekil 6'daki daire grafiğinde, yayımlanan çalışmaların türlerine göre yüzdelik dilimleri bilgisi yer almakta ve hangi yayın türünün araştırma sahasında ne ölçüde yer tuttuğunun bilgisini vermektedir.

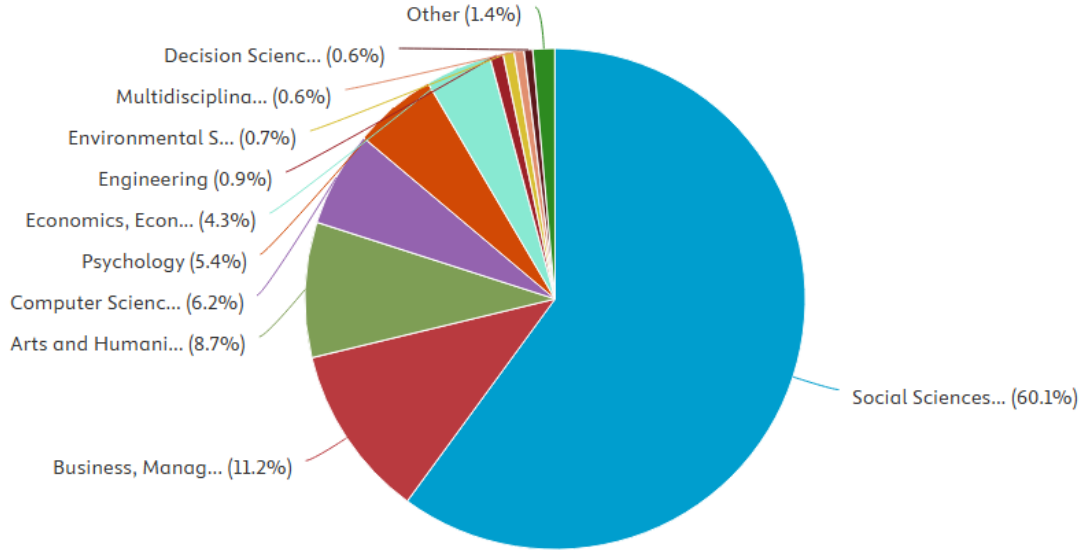
Çalışmaların %73,1 oranla, büyük bir çoğunluğu bilimsel dergilerde yayımlanmış olan makalelerdir. Bu bulgudan hareketle, makaleler üzerinden ilerleyen bir literatürün ağırlığının olduğu görülmektedir. Siyasal iletişim, siyasi partiler ve siyasi adaylar kavramlarının ele alındığı çalışmalar %12,4 oranında kitap, %10,0 oranında ise kitap bölümü formunda yayımlanmıştır. İnceleme çalışmalarının oranı %2,8 iken, konferans bildirileri de %1,4 oranındadır. Ayrıca, not türündeki çalışmalar %0,2 editoryal çalışmalar ise %0,1 oranında gerçekleşmiştir. Sonuç olarak çalışmaların tür bakımından sıralaması; makale, kitap, kitap bölümü, inceleme, konferans bildiriler, not ve editoryal çalışmalar şeklindedir.

Tablo 4. Scopus Veri Tabanındaki Çalışmaların Türleri ve Sayıları

Yayın Türü	Yayın Sayısı
Makale	614
Kitap	104
Kitap Bölümü	84
İnceleme	24
Konferans Bildiriler	12
Not	1
Editoryal Çalışmalar	1

Tablo 4'e göre çalışmaların türleri ve sayılarına bakıldığında; en çok makale (n=614), en az ise not (n=1) ve editoryal (n=1) türde çalışmanın yapıldığı görülmektedir. Kitap (n=104) ve kitap bölümü (n=84) türleri ikinci ve üçüncü sırayı paylaşmışlardır. Diğer yandan inceleme (n=24) türü dördüncü sıradayken, konferans bildirileri (n=12) ise beşinci sırada yer almıştır.

Şekil 7. Scopus Veri Tabanındaki Çalışmaların Akademik Disiplinlere Göre Dağılımı
Documents by subject area



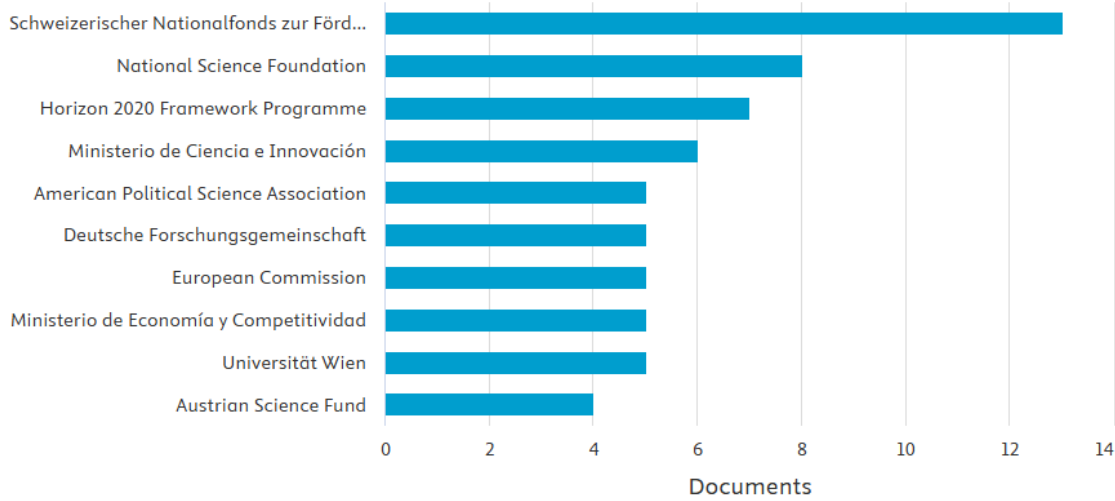
Şekil 7’de; siyasal iletişim, siyasi partiler ve siyasi adaylar kavramlarını içeren çalışmaların hangi disiplinlerde üretildiği gösterilmekte ve bu disiplinlere göre yüzdesel dağılımların bilgisi yer almaktadır. Bu oranlarla alanın disiplinlerarası doğası ve hangi bilgi alanlarından beslenildiği anlaşılabilmektedir.

Sosyal Bilimler (Social Sciences) (%60,1); siyasal bilimler, kamu yönetimi, sosyoloji ve iletişim çalışmaları gibi alanları kapsamakta ve birinci sırada yer almaktadır. İşletme, Yönetim ve Muhasebe (Business, Management and Accounting) ise (%11,2) ikinci sırada yer alırken, Sanat ve Beşeri Bilimler (Arts and Humanities) (%8,7) 3.sıradadır. Dijitalleşmeyle birlikte alanın önemi hızla artan ve bilgisayar mühendisliği, yapay zekâ, veri madenciliği, ağ analizi gibi alanları bünyesinde barındıran Bilgisayar Bilimleri (Computer Science) (%6,2) 4. sırada olup, seçmen psikolojisi, ikna edici iletişim, tutum değişimi gibi alt başlıkları kapsayan Psikoloji (Psychology) (%5,4) 5.sıradadır. Ekonomi, Ekonometri ve Finans (Economics, Econometrics and Finance) (%4,3) altıncı sırada, Mühendislik (Engineering) (%0,9) yedinci sırada, Çevre Bilimi (Environmental Science) (%0,7) sekizinci sırada, Multidisiplinler (Multidisciplines) (%0,6) dokuzuncu sıradayken, Karar Bilimi (Decision Science) (%0,6) onuncu sıradadır. Bu disiplinler siyasal iletişim siyasi partiler ve siyasi adaylarla doğrudan ilişkili olmasa da kendi alanları üzerinden, bu konulara bahsedilen oranlarda katkı sunmuşlardır.

Şekil 8. Scopus Veri Tabanındaki Çalışmalara Fon Sağlayıcı İlk On Kurum

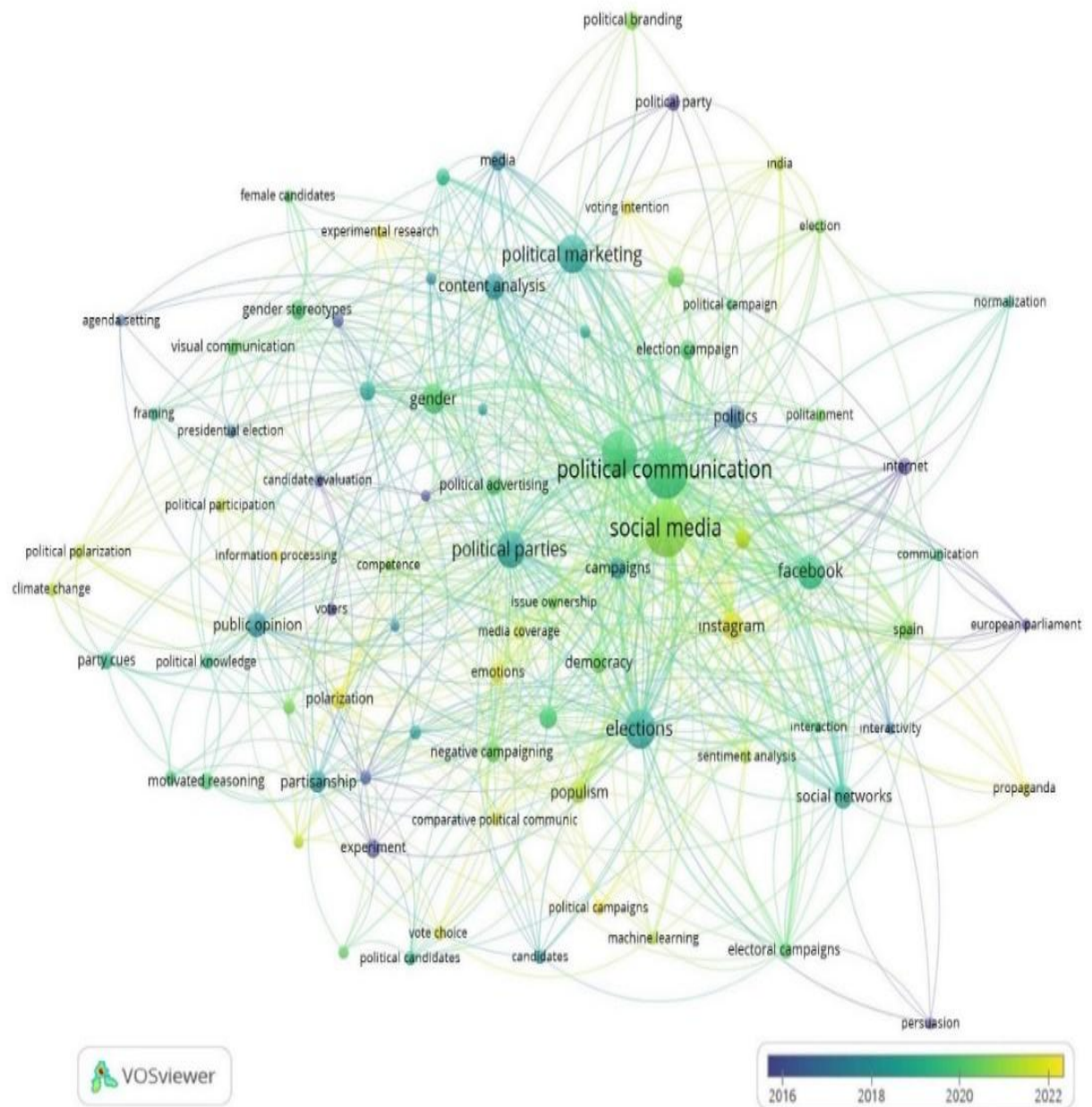
Documents by funding sponsor

Compare the document counts for up to 15 funding sponsors.



Şekil 8’de; siyasal iletişim, siyasi partiler ve siyasi adaylar kavramlarını içeren bilimsel çalışmalara çeşitli fon sağlayıcı kurumların isimleri ve destek verdikleri çalışma sayılarının bilgisi yer almaktadır. İsviçre Ulusal Bilim Vakfı (Schweizerischer Nationalfonds zur Förderung der Wissenschaftlichen Forschung) çalışmalara en çok destek sağlayan (n=13) kuruluş olarak ilk sırada yer almaktadır. ABD’de bilimin fon sağlayıcılarından birisi olan Ulusal Bilim Vakfı (National Science Foundation) (n=8) ikinci sırada olup, Ufuk 2020 Çerçeve Programları (Horizon 2020 Framework Programme) ise (n=7) üçüncü sıradadır. İspanya’nın Ekonomi ve Rekabet Bakanlığı (Ministerio de Economía y Competitividad) desteklediği çalışmalar (n=6) ile dördüncü sırada yer almışken, Amerikan Siyaset Bilimi Derneği (American Political Science Association) (n=5) beşinci sıradadır. Diğer yandan Alman Araştırma Vakfı (Deutsche Forschungsgemeinschaft) (n=5) altıncı sırada, Avrupa Komisyonu (European Commission) (n=5) yedinci sırada, İspanya Bilim ve Yenilik Bakanlığı (Ministerio de Ciencia e Innovación) (n=5) sekizinci sırada, Viyana Üniversitesi (Universität Wienise) (n=5) dokuzuncu sırada olup, Avusturya Bilim Fonu (Austrian Science Fund) (n=4) ise son sırada yer almıştır.

Şekil 9. Scopus Veri Tabanındaki Çalışmalarda En Sık Kullanılan Anahtar Kelimeler ve Aralarındaki Bağlantı Gücü (Ağ Haritası)

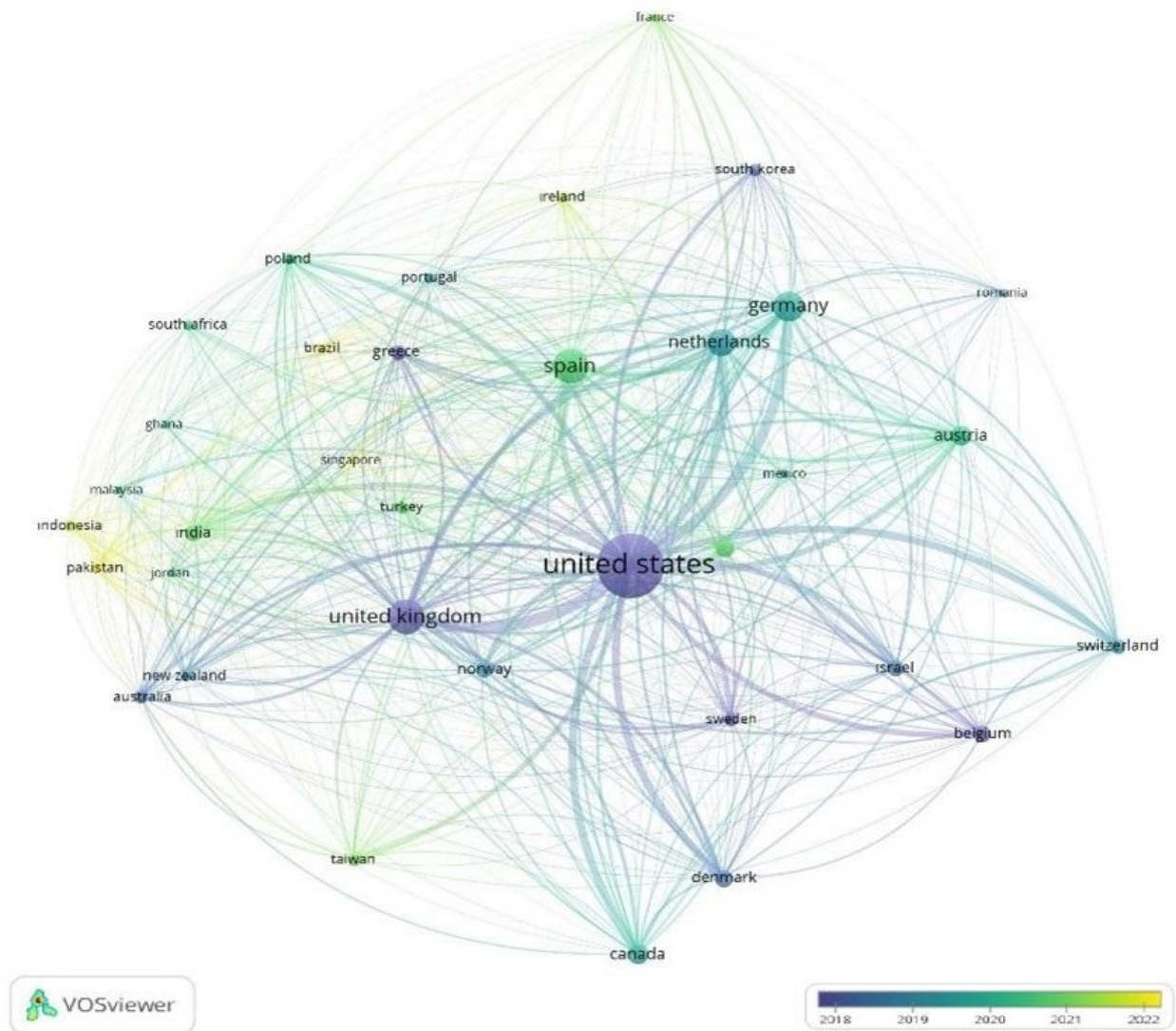


Şekil 9’da VOSviewer yazılımı aracılığıyla elde edilen ağ haritasında; çalışmalarda en sık kullanılan anahtar kelimelerin yıllara göre dağılımı gösterilmekte olup, renklerin skalası ise yani mavi tonlar 2016 ve öncesini, yeşil tonlar 2018 civarını ve sarı tonlar ise 2020 sonrasını temsil etmektedir. Buna göre; mavi tonların ağırlıkta olduğu seçmenler (voters), deney (experiment), siyasi parti (political party), internet, ikna (persuasion) ve aday değerlendirmesi (candidate evaluation) gibi anahtar kelimelerinin 2016 ve öncesi yıllarda yapılan çalışmalarda daha sık kullanıldığını göstermektedir. Diğer yandan sarı tonların ağırlıkta olduğu ve 2018 ve 2020 yılları arasında yapılan çalışmalarda daha çok yer verilen anahtar kelimelerin; siyasi pazarlama (political marketing), siyasi partiler (political parties), seçimler (elections), Facebook, sosyal ağ (social network), kamuoyu (public opinion), partizanlık (partisanship) ve içerik analizi (content analysis) olduğu görülmüştür. Son olarak

yeşil tonlarda olan ve 2020 yılı ve sonrasında yapılan çalışmalardaki anahtar kelimeler ise sosyal medya (social media), instagram, duygu (emotions), kutuplaşma (polarization), oy verme niyeti (voting intention), deneysel araştırma (experimental research), propaganda, siyasi kampanyalar (political campaigns) ve oy tercihi (vote choice) şeklinde olmuştur.

Çalışmalarda yer alan bazı anahtar kelimelerin diğer anahtar kelimelere göre daha büyük ve merkezi konumda olduğu görülmekte, bu bağlamda en sık kullanılan ve en merkezi konumda olan anahtar kelimenin siyasal iletişim (political communication) olduğu bulgusuna ulaşılmıştır. Diğer yandan sık kullanılan diğer anahtar kelimeler ise sosyal medya (social media), siyasal partiler (political parties), seçimler (elections), kamuoyu görüşü (public opinion) ve siyasal pazarlama (political marketing) şeklinde sıralanmaktadır.

Şekil 10. Scopus Veri Tabanındaki Çalışmaların En Çok Yapıldığı Ülkeler ve Aralarındaki Bağlantı Gücü (Ağ Haritası)



Şekil 10'da siyasal iletişim, siyasi partiler ve siyasi adaylar kavramlarını içeren çalışmaların ülkesel dağılımları ve iş birliği yapılarının VOSviewer yazılımı aracılığıyla elde edilen analiz sonuçları yer almaktadır. Bu ağ haritası, çalışmaların üretim yoğunluklarının farklı renklerdeki çizgilerinden oluşmaktadır. Düğümlerin renkleri; 2018–2022 yılları

arasındaki aktifliği göstermekte olup, mor ile mavi tonların yoğun olduğu ülkeler 2018 ve 2020 yılları arasında, yeşil ile sarı tonlarda ise 2020 ve 2022 yılları arasındaki yayın üretimi ve iş birliklerini temsil etmektedir.

Buna göre ağ haritasının merkezinde Amerika Birleşik Devletleri yer alırken, bahsi geçen konularda en yüksek yayın yapma hacmine sahip olan ve iş birliği ağında en geniş alanı kapsayan bir ülke olarak en başta yer almaktadır. Diğer yandan Birleşik Krallık, Almanya, İspanya ve Hollanda gibi ülkeler siyasal iletişim, siyasi partiler ve siyasi adaylar konularındaki literatürün önde gelen yayın üreticileridir. Bu ülkelerde bir yandan kendi başlarına önemli sayılarda yayınlar üretmiş olup, bir yandan da diğer ülkelerle ve birbirleriyle yayın konularında yoğun iş birlikleri kurmuşlardır. Ayrıca Pakistan, Endonezya, Singapur, Brezilya ve İrlanda gibi ülkelerde yayın ve etkileşim konusunda son yıllarda yükselişe geçmiştir.

Sonuç

İlk iletişim araştırmalarının yapılmaya başlanmasından itibaren, iletişim alanında yapılan çalışmalar diğer disiplinlerle de bağlantılı bir şekilde yürütülerek çeşitlenmiştir. Bu çeşitlenme zamanla iletişimi kendi içerisinde de bazı konulara ayırmıştır. Buradan hareketle siyasal iletişim, siyasi partiler ve siyasi adaylar gibi konuların iletişimin siyasetle yakın ilişkisi neticesinde ortaya çıktığı söylenebilir. Bu alt dalların iletişim çalışmaları nezdinde özellikle uluslararası çalışmalarda yer aldığı da bilinmektedir. Bu bağlamda çalışma ile bahsi geçen konulara yer verilen bilimsel çalışmaların analizi yapılmıştır.

Bu çalışma ile siyasal iletişim, siyasi partiler ve siyasi adaylar konularındaki çalışma, dergi, yazar, araştırma alanları, atıflar gibi çeşitli hususların belirlenebilmesi için bibliyometrik analiz yapılmış olup, Scopus veri tabanında yer alan çalışmalar ortaya çıkarılmıştır.

Scopus veri tabanında yapılan analizle elde edilen bulgulara göre, Scopus veri tabanında toplam 840 çalışma tespit edilmiştir. Bu uluslararası çalışmaların yıllara göre dağılımları, akademik dergileri, atıf sayıları, çalışmaların yapıldığı ülke ve üniversite verileri, çalışmaların türleri, akademik disiplinleri ve ekonomik destekleyici kurumların neler olduğu ortaya çıkarılmış olup, ayrıca yapılan çalışmalarda en sık kullanılan anahtar kelimeler ve bunların aralarındaki bağlantı güçleri, yani ağ haritaları ortaya çıkarılmıştır.

Siyasal iletişim, siyasi partiler ve siyasi adaylar kavramlarını içeren çalışmalar içerisinde ilk yayının 1988 yılında yapıldığı, 2000’li yıllarda düşük sayıda kalan yayınların ise özellikle 2009 yılından itibaren arttığı belirlenmiştir. Diğer yandan son on yılın verilerine göre en az çalışmanın (n=28) 2015 yılında gerçekleştiği, en fazla çalışmanın (n=102) ise 2024 yılında yapıldığı görülmüştür. Çalışmaların sayısı diğer yıllarda genel olarak artmıştır. 2025 yılının ilk yarısına kadar yapılan çalışmaların sayısına bakılırsa, yıl sonu itibarıyla toplam çalışma sayısının 2024 yılını geçeceği de düşünülebilir.

Çalışma ile elde edilen verilere göre; Siyasal Pazarlama, Siyasal İletişim ve Seçim Çalışmaları isimli dergiler yayınların en çok yapıldığı ilk üç dergidir. Bilgi Teknolojileri ve Politika Dergisi, Siyasi Davranış, Bilgi Uzmanı, Parti Politikaları, Bilgi İletişimi ve Toplum, İletişim ve Toplum ile Uluslararası İletişim Dergisi gibi akademik dergilerde çalışmalar yayımlanmıştır. Diğer yandan en çok yayının (n=46) Siyasi Pazarlama Dergisi’nde, en az yayının ise (n=9) İletişim ve Toplum Dergisi ile (n=9) Uluslararası İletişim Dergisi’nde yapıldığı tespit edilmiştir. Diğer dergilerde ise yayınlara yer verilme durumu; Siyasi İletişim Dergisi (n=22), Seçim Çalışmaları Dergisi (n=17), Bilgi Teknolojileri ve Politika Dergisi

(n=16), Siyasi Davranış Dergisi (n=16), Bilgi Uzmanı Dergisi (n=16), Parti Politikaları Dergisi (n=13) ve Bilgi İletişimi ve Toplum Dergisi (n=11) olarak dengeli bir şekilde dağılmaktadır. Disiplinler arası nitelikte olan bu dergiler sayesinde zamanla kaynak çeşitliliği artsa bile, yayınların hala belirli dergilerde kümелendiği göze çarpmaktadır.

Siyasal iletişim, siyasi partiler ve siyasi adaylar kavramlarını içeren çalışmalarda öne çıkan ilk isim olan Bauer, N.M. en çok atıf alan (n=11) araştırmacıdır. Onun ardından Kruikemeier, S. (n=9) ikinci sırada, Nai, A. (n=8) ise üçüncü sırada yer almıştır. Pineda, A. (n=7), Pruysers, S. (n=7), Armannsdottir, G. (n=6), Chou, H.Y. (n=6), Jacobs, K. (n=6), Lilleker, D.G. (n=6) ve Pich, C. (n=6) gibi isimler yayınlarıyla bilimsel literatüre katkıda bulunan yazarlardır. Bu bilim insanları gelecekte bu alanda çalışacak araştırmacılar için, temel kaynak olacak önemli isimlerdir.

Çalışmaların yapıldığı üniversiteler içerisinde, Amsterdam Üniversitesi üretmiş olduğu en çok yayın (n=34) ile diğer üniversitelerden açık ara öndedir. Avusturya merkezli Viyana Üniversitesi yayınlarıyla (n=21) ikinci sırada yer alırken, Danimarka merkezli Aarhus Üniversitesi ise (n=19) yayın yoğunluğu açısından üçüncü sıradadır. Bir İspanya üniversitesi olarak Valensiya Üniversitesi (n=14) ile ABD'deki eyalet üniversitesi olan Austin Teksas Üniversitesi (n=14) en çok yayının yapıldığı üniversiteler sıralamasında dört ve beşinci sıraları paylaşmaktadırlar. İspanya da yer alan Sevilla Üniversitesi (n=12) altıncı sırada, George Washington Üniversitesi (n=11) yedinci sırada Louisiana Eyalet Üniversitesi ise (n=12) sekizinci sırada yer almaktadır. Florida Üniversitesi (n=10) ile Nottingham Üniversitesi (n=10) yapılan çalışmalar ile dokuz ve onuncu sıradadırlar. Literatür üretiminin büyük ölçüde Avrupa ve ABD merkezli üniversiteler tarafından ortaya koyulduğu belirlenmiş olup, diğer yandan farklı coğrafyalardaki farklı üniversitelerin yer alması ise siyasal iletişimin hem küresel hem de yerel düzeyde farklılaştığını da göstermektedir.

Yayınların ülkelere göre dağılımında Amerika Birleşik Devletleri en fazla yayın üreten (n=305) ülkedir. Ardından Birleşik Krallık (n=89), İspanya (n=83), Almanya (n=62), Hollanda (n=51), Avusturya (n=28), Danimarka (n=24), İtalya (n=22) ve Belçika (n=20) çalışmaların yapıldığı diğer ülkelerdir. Bu ülkeler Avrupa'daki bilimsel üretimin başlıca aktörlerinden olmuşlardır. Kanada (n=29) ise ABD ve Avrupa'nın dışında çok farklı ülkelerde de yayınların yapıldığının önemli bir göstergesidir. ABD, Birleşik Krallık ve Avrupa ülkelerinin yayın üretiminde baskın olduğu, bunları ise Kuzey Amerika ülkelerinin takip ettiği tespit edilmiştir. Sonuç olarak çalışma ile literatürün bölgesel odakları ve üretim merkezleri, net bir biçimde ortaya koyulmuştur.

Yayımlanan çalışmalar türlerine göre ayrıldığında, %73,1 oranla en çok yayımlanan tür makale olmuştur. Bu bulgu ile makaleler üzerinden ilerleyen bir literatürün ağırlığının olduğu görülmektedir. Diğer türler ise %12,4 oranında kitap, %10,0 oranında kitap bölümü formunda olup, inceleme çalışmalarının oranı %2,8 konferans bildirileri %1,4 oranındadır. Not türündeki çalışmalar %0,2 editoryal çalışmalar ise %0,1 oranında gerçekleşmiştir. Çalışmaların tür bakımından sıralamasının makale, kitap, kitap bölümü, inceleme, bildiriler, not ve editoryal çalışmalar şeklinde olduğu tespit edilmiştir.

Çalışmaların hangi disiplinlere göre dağılımlarına bakıldığında; genelde siyasal bilimler, kamu yönetimi, sosyoloji ve iletişim çalışmaları gibi alanları kapsayan Sosyal Bilimler %60,1 oranla birinci sıradadır. İşletme, Yönetim ve Muhasebe %11,2 oranıyla ikinci sırada yer alırken, Sanat ve Beşerî Bilimler %8,7 oranla 3.sırada olmuştur. Dijitalleşmeyle birlikte bilgisayar mühendisliği, yapay zeka ve veri madenciliği gibi alanları bünyesinde barındıran Bilgisayar Bilimleri %6,2 oranı ile 4. sırada olup, seçmen psikolojisi,

ikna edici iletişim, tutum değişimi gibi alt başlıkları kapsayan Psikoloji %5,4 oranla 5.sıradadır. Ekonomi, Ekonometri ve Finans %4,3 oranla altıncı sırada, Mühendislik %0,9 oranla yedinci sırada, Çevre Bilimi %0,7 oranla sekizinci sırada, Multidisiplinler %0,6 oranla dokuzuncu sıradayken, Karar Bilimi ise %0,6 oranla onuncu sırada yer almıştır. Bu disiplinlerin siyasal iletişim, siyasi partiler ve siyasi adaylar konularıyla doğrudan ilişkisi olmasa bile, kendi alanları üzerinden bu konulara katkı sundukları görülmüştür. Ayrıca bu sonuçlar ile kavramların, artık klasik bir sosyal bilim disiplini olmanın ötesine geçtikleri ve çok disiplinli birer yapıya dönüştükleri net bir şekilde belli olmuştur. Böylelikle çalışma konuları çok disiplinli bir karakter kazanmış, bu konularda bilgi üretiminin farklı disiplinlerle birlikte nasıl şekillendiği ortaya çıkarılmıştır.

Siyasal iletişim, siyasi partiler ve siyasi adaylar kavramlarını içeren çalışmalara çeşitli fon sağlayıcı kurumların en başında İsviçre Ulusal Bilim Vakfı yer almaktadır. ABD’de bilimin destekleyicilerinden birisi olan Ulusal Bilim Vakfı ikinci sırada olup, Ufuk 2020 Çerçeve Programları ise üçüncü sıradadır. İspanya’nın Ekonomi ve Rekabet Bakanlığı desteklediği çalışmalar ile dördüncü sırada yer almışken, Amerikan Siyaset Bilimi Derneği beşinci sıradadır. Diğer yandan Alman Araştırma Vakfı altıncı sırada, Avrupa Komisyonu yedinci sırada, İspanya Bilim ve Yenilik Bakanlığı sekizinci sırada, Viyana Üniversitesi dokuzuncu sırada olup, Avusturya Bilim Fonu ise son sırada yer almıştır. Bilimsel araştırmaların sürekliliği ve bilimsel çıktıların niteliği, aldıkları destekleri ile ilişkilidir. Bu çalışma ile elde edilen sonuçlar, Avrupa ve Amerika merkezli araştırma fonlarının öne çıktığını göstermiştir. Bu kuruluşlar araştırmaları finanse etmiş olup, bu desteklerin zamanla bilimsel çıktılara dönüştükleri belirlenmiştir. Netice itibarıyla; bu bulgular sayesinde yapılan çalışmaların sadece yayın sayılarıyla değil, disiplinler arası fon dağılımları, küresel araştırma ekonomisinin yönü ve bilimsel üretimin hangi kurumlar tarafından desteklendiğinin bilgisini ortaya çıkarılmıştır.

Çalışmada yapılan analizle birlikte elde edilen ağ haritası ile seçmenler, deney, siyasi parti, internet, ikna ve aday değerlendirmesi gibi anahtar kelimelerinin 2016 ve öncesi yıllarda yapılan çalışmalarda daha sık kullanıldığını görülmüştür. Diğer yandan 2018 ve 2020 yılları arasında yapılan çalışmalarda, daha çok yer alan anahtar kelimelerin siyasi pazarlama, siyasi partiler, seçimler, Facebook, sosyal ağ, kamuoyu, partizanlık ve içerik analizi olduğu belirlenmiştir. Son olarak 2020 yılı ve sonrasında yapılan çalışmalardaki anahtar kelimelerin ise sosyal medya, Instagram, duygu, kutuplaşma, oy verme niyeti, deneysel araştırma, propaganda, siyasi kampanyalar ve oy tercihi olduğu tespit edilmiştir. Sonuç olarak çalışmalarda yer alan bazı anahtar kelimelerin diğer anahtar kelimelere göre daha büyük ve merkezi konumda olduğu görülmekte, bu bağlamda en sık kullanılan ve en merkezi konumda olan anahtar kelimenin ise siyasal iletişim olduğu bulgusuna ulaşılmıştır. Diğer ağ haritası ile Amerika Birleşik Devletleri’nin en yüksek yayın yapma hacmine sahip olduğu ve iş birliği ağında en geniş alanı kapsayan bir ülke olarak, en başta yer aldığı görülmüştür. Ayrıca Birleşik Krallık, Almanya, İspanya ve Hollanda gibi ülkeler siyasal iletişim, siyasi partiler ve siyasi adaylar konularındaki literatürün önde gelen yayın üreticileri olmuşlardır. Öte yandan Pakistan, Endonezya, Singapur, Brezilya ve İrlanda gibi ülkelerin ise yayın ve etkileşim konusunda son yıllarda yükselişe geçtiği tespit edilmiştir. Elde edilen bulgulardan hareketle; siyasal iletişim, siyasi partiler ve siyasi adaylar kavramlarının sadece Batı merkezli bir akademik alan olmaktan çıkıp, akademik ilginin farklı coğrafyalara da yayılarak küresel ölçekte bir yapıya kavuştuğu anlaşılmaktadır. Çünkü çalışmalar her ne kadar ABD ve Avrupa merkezli olsa bile, son yıllarda yapılan çalışmalar Asya, Afrika ve Orta Doğu gibi bölgelere de yayılmıştır.

Nihayetinde iletişim bilimi çatısı altında yürütülen her çalışmanın önemli olduğu, iletişimin siyasetle yakın ilişkisi sonucu ortaya çıkan siyasal iletişim, siyasi partiler ve siyasi adaylar kavramları üzerine yapılan her yayının, çatı kavram olan iletişimin gelişmesine de doğrudan katkı sağlayacağı apaçık ortadadır. Bu çalışmada tespit edilen yayınların dışında yeni yayınlarında artarak devam etmesi, nitel ve nicel yönden geliştirilmesi, araştırmacıların desteklenmesi ve çalışma alanlarının genişletilmesi, iletişim bilimine yapılacak en önemli katkılardan birisi olacaktır.

Kaynakça

- Alsharif, A. H., Salleh, N. Z., and Baharun, R. (2020). Bibliometric analysis. *Journal of Theoretical and Applied Information Technology*, 98(15), 2948-2962.
- Aziz, A. (2003). *Siyasal iletişim*. Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.
- Aziz, A. (2006). Dünyada ve Türkiye’de iletişim araştırmaları. *Kültür ve İletişim*, 9(1), (17), 9-32.
- Bak, G., Özdemir, Y. E., Bak, A., Ataş, N., vd. (2023). Scopus veri tabanında yer alan Türkiye’de yazılmış yeni medya okuryazarlığı konulu akademik çalışmaların farklı değişkenler açısından incelenmesi. *European Journal of Managerial Research (EUJMR)*, 7(12), 34-48.
- Bulu, M. (2024). Zenofobi ve göç araştırmalarının kesişimi: küresel literatürün analizi. *Uluslararası Toplumsal Bilimler Dergisi*, 8(4), 520-545.
- Çalışır, G. (2015). Siyasi partilerin web siteleri üzerine bir araştırma: 7 Haziran 2015 genel seçimleri. *Global Media Journal TR Edition*, 6 (11), 158-183.
- Çelik, O. (2025). Siyasal rejimlerin sınıflandırılması üzerine: kuramsal temeller ve güncel yansımalar. *Cappadocia Journal of Area Studies*, 7 (1), 63-81.
- Çiçek, A. (2023). İdeolojiden kitleye Türkiye’de siyasi partiler. *Dicle Akademi Dergisi*, 3(2), 255-281.
- Doğan, A. ve Göker, G. (2013). *Siyasal iletişim araştırmaları*. Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.
- Dökmen, Ü. (2002). *İletişim çatışmaları ve empati*. İstanbul: Sistem Yayıncılık.
- Elsevier Platformu. (2025). <https://www.elsevier.com>, Erişim Tarihi: 17.03.2025.
- Eraslan, M. C. ve Durur, E. K. (2018). Siyasal iletişim ve medya bağlamında siyasal reklam aracı olarak propaganda. *Ağrı İbrahim Çeçen Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 4(2), 193-204.
- Fidan, Z. (2020). Siyasal iletişim alanında yazılan doktora tezlerine dair bir inceleme. *Aksaray İletişim Dergisi*, 2(1), 82-95.
- Göktürk, G. (2016). Siyasal partilerin doğuşu: tarihsel ve toplumsal kökenleri. *Sosyoloji Araştırmaları Dergisi*, 54, 245-273.
- Güven, S. (2017). Siyasal iletişim sürecinin dönüşümü, siyasal katılım ve iletişim teknolojileri. *Turkish Online Journal of Design, Art & Communication*, 7(2), 175-191. <https://doi.org/10.7456/10702100/003>

- Jeffs, R. A., Hayward, J., Roach, P. A., and Wyburn, J. (2016). Activist model of political party growth. *Physica A: Statistical Mechanics and Its Applications*, 442, 359–372. <https://doi.org/10.1016/J.PHYSA.2015.09.002>
- Kılıçaslan, Ç., E. (2008). *Siyasal iletişim: ideoloji ve medya ilişkisi*. İstanbul: Kriter Yayınları.
- Ki, EJ, Pasadeos, Y. ve Ertem-Eray, T. (2019). Growth of public relations research networks: a bibliometric analysis. *Journal of Public Relations Research*, 31 (1–2), 5–31. <https://doi.org/10.1080/1062726X.2019.1577739>
- Lopez-Garcia, G. and Pavia, J. M. (2018). Political communication in election processes: an overview. *Contemporary Social Science*, 14(1), 1–13. <https://doi.org/10.1080/21582041.2018.1479040>
- İnanç Demir, M. (2018). Siyasal iletişim: kavramsal bir derleme. *Uluslararası Sanat Kültür ve İletişim Dergisi*, 1(1), 79-104.
- Mencet, M. S. (2025). Medya ve iletişim araştırmalarının küresel gündemle uyumu: bibliyometrik bir analiz. *Mevzu – Sosyal Bilimler Dergisi*, 935-962. <https://doi.org/10.56720/mevzu.1621412>
- Norris, P. (2015). Political communication. *International Encyclopedia of the Social & Behavioral Sciences: Second Edition*, 342–349. <https://doi.org/10.1016/B978-0-08-097086-8.95025-6>
- Özdemir, Ö. C. ve Taşcıoğlu, R. (2022). Kurumsal iletişimde sosyal medya kullanımı: Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı üzerine bir inceleme. *Karadeniz Uluslararası Bilimsel Dergi*, 1(53), 65-81. <https://doi.org/10.17498/kdeniz.1070535>
- Öztat, F. (2025). Siyasal iletişim, dijital aktivizm ve sosyal medya kullanımı kavramlarına yönelik bibliyometrik bir inceleme. *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, (48), 257-277. <https://doi.org/10.31123/akil.1628597>
- Passas, I. (2024). Bibliometric Analysis: The Main Steps. *Encyclopedia*, 4(2), 1014-1025. <https://doi.org/10.3390/encyclopedia4020065>
- Pritchard, A. (1969). Statistical bibliography or bibliometrics. *Journal of Documentation*, 25 (4), 348-349.
- Rezende Martins, E. C. (2015). Political parties, history of. *International Encyclopedia of the Social & Behavioral Sciences: Second Edition*, 398–403. <https://doi.org/10.1016/B978-0-08-097086-8.62094-9>
- Saf, H. H. (2023). Siyasal iletişim ve sosyal medya konularını içeren çalışmaların bibliyometrik analiz ile incelenmesi. *Selçuk İletişim*, 16(1), 90-118. <https://doi.org/10.18094/josc.1204119>
- Scopus Veri Tabanı. (2025). <https://www.scopus.com>, Erişim Tarihi: 27.06.2025.
- Subekti, D., Nurmandi, A. and Mutiarin, D. (2022). Mapping Publication Trend of Political Parties Campaign in Social Media: A Bibliometric Analysis. *Journal of Political Marketing*, 24(1), 17–34. <https://doi.org/10.1080/15377857.2022.2104424>
- Suciati. (2024). A Bibliometrics analysis of interpersonal communication in social media. *Cogent Social Sciences*, 10(1). <https://doi.org/10.1080/23311886.2024.2424472>

- Şimşek, G. (2020). 1984'ten günümüze Türkiye'de "siyaset" disipliniyle ilgili tezlere genel bir bakış: "siyasi parti" odaklı doktora tezlerinin içerik analizi. *OPUS International Journal of Society Researches*, 16(27), 597-632. <https://doi.org/10.26466/opus.709385> 606
- Tokgöz, O. (2000). Türkiye'de iletişim araştırması: nereden nereye. *Kültür ve İletişim*, 3(2)(6), 11-30.
- Tokgöz, O. (2008). *Siyasal iletişimi anlamak*. Ankara: İmge Kitabevi.
- Tokgöz, O. (2010). *Seçimler, siyasal reklamlar ve siyasal iletişim*. Ankara: İmge Kitabevi.
- Törenli, N. ve Kıyan, Z. (2020). Sosyal medya eksenli iletişim araştırmaları: konular, kuramlar, yöntemler. *Moment Dergi*, 7(2), 173-201. <https://doi.org/10.17572/mj2020.2.173201>
- Tuğan, N. H. (2022). İletişim araştırmalarında üçüncü bir yöntembilimsel yaklaşımın olanakları: karma yöntem araştırması ve iletişim çalışmaları. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, 2022(57), 112-137. <https://doi.org/10.47998/ikad.1061943>
- Tuna, M. ve Antalyalı, Ö. L. (2024). Sözsüz iletişim içerikli makalelerin (2012-2023) bibliyometrik özellikler açısından durum incelemesi. *Antalya Bilim Üniversitesi Uluslararası Sosyal Bilimler Dergisi*, 4(2), 135-162. <https://doi.org/10.54969/abuijss.1395204>
- Uçak, A. (2025). A Bibliometric analysis of publications on political advertising in web of science and scopus databases. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 24(2), 857-875. <https://doi.org/10.17755/esosder.1567765>
- Van Dijk, T. A. (1997). What is political discourse analysis. *Belgian journal of linguistics*, 11(1), 11-52.
- Varol, S. F. (2022). İletişim çalışmalarına postkolonyal müdahale. *Selçuk İletişim*, 15(1), 450-476. <https://doi.org/10.18094/josc.987183>
- Yıldız, A. N., Kara, U. Y. ve Arıkan, G. (2024). Türkiye'de siyasal iletişim çalışmalarını haritalandırmak: Türkçe araştırma makaleleri üzerine bir inceleme. *Ankara Üniversitesi İlef Dergisi*, 11(1), 79-110. <https://doi.org/10.24955/ilef.1328452>
- Yiğit Açıkgöz, F. ve Çizmeli, D. (2023). İletişim araştırmalarındaki güncel eğilimler üzerine bibliyometrik bir inceleme. *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, (43), 214-234. <https://doi.org/10.31123/akil.1353611>

Destekleyen Kurum/Kuruluşlar: Herhangi bir kurum/kuruluştan destek alınmamıştır.

Çıkar Çatışması: Herhangi bir çıkar çatışması bulunmamaktadır.

Extended Abstract

The first communication studies began in the second half of the 20th century, and the studies were generally aimed at using tools with a social content. The methods and techniques used in the communication studies were mostly from sociology, social psychology, and psychology. The first studies aimed at accepting communication as a field of science. Thanks to the studies conducted, models, methods, and theories specific to the field of communication were developed over time (Aziz, 2006, p. 11). Political communication has undergone profound changes throughout history, especially in recent years, and essentially aims to influence public opinion. Political communication, which is the combination of two components, such as politics and communication, tends to spread more to social areas. In addition to the two main factors of politics and communication, political actors and citizens have been included in the basic framework, and it has become a process resulting from their interaction (Lopez-Garcia and Pavia, 2018, pp. 1-2). Political parties are official civil organizations that represent any ideological interest within modern states, are active in public life, and exist to gain power. Political parties became more widespread and universal in the nineteenth century with the development of representative institutions and the right to vote. Thus, political movements in modern societies are called political parties in a certain form of organization (Rezende Martins, 2015, p. 398). Political candidates conduct election campaigns both as dependent on a party and as independent candidates, according to the electoral systems of the countries. Independent political candidates are freer than candidates affiliated with any political party in election campaigns. Because political candidates of parties cannot go too far outside of their party programs, and act according to party statutes and conduct their election campaigns in this manner. Based on this, determining the political communication methods and tools preferred and used by political party candidates is more limited compared to independent candidates. The framework of which political communication methods and tools (mass media, rallies, visits, advertisements, slogans, posters, pictures, logos, etc.) will be used is mostly determined by the parties.

The study employed a bibliometric analysis and examined international scientific studies containing the concepts of "political communication," "political parties", and "political candidates". Findings were obtained by typing the terms "political communication," "political parties," and "political candidates" into the Scopus web search engine and searching for studies on these topics in the indexes. Searching using these terms revealed 870 international studies in Scopus. Because the first study in the Scopus database was identified in 1988, the analysis focused on scientific studies published between 1988 and 2025. The distribution of studies by year, academic journals, and citations, distribution by country, and university, study types, academic disciplines, funding organizations, and network maps showing the most frequently used keywords in the studies and the link strengths between them were visualized and analyzed using bibliometric mapping. The years, journals, authors, citations, countries, funding organizations, and universities of the studies will be examined in keyword clusters visualized with bibliometric mapping. It is anticipated that the framework revealed by the analysis will contribute to many new studies planned for the future. The research population consists of studies that include the concepts of "political communication", "political parties", and "political candidates" in all databases. The study's sample consists of all studies published in the Scopus database up to June 27,

2025, that include the concepts of "political communication," "political parties", and "political candidates".

Among the studies that include the concepts of political communication, political parties and political candidates, it was determined that the first publication was made in 1988, and the number of publications that remained low in the 2000s increased, especially after 2009. On the other hand, according to the data of the last decade, it was seen that the least number of studies (n=28) was made in 2015, and the most studies (n=102) were made in 2024. The number of studies generally increased in other years. According to the data obtained from the study, Political Marketing, Political Communication, and Election Studies are the first three journals in which the publications are made. Although the source diversity has increased over time thanks to these interdisciplinary journals, it is noticeable that the publications are still clustered in certain journals. Bauer, N.M., who is the first name to come to the fore in studies that include the concepts of political communication, political parties, and political candidates, is the most cited researcher (n=11). Following him, Kruikemeier, S. (n=9) ranked second, and Nai, A. (n=8) ranked third. These scientists are important names that will be the basic source for researchers who will work in this field in the future. Among the universities where the studies were conducted, the University of Amsterdam is far ahead of the other universities with the highest number of publications (n=34). The University of Vienna, based in Austria, is ranked second with its publications (n=21), while the University of Aarhus, based in Denmark, is ranked third in terms of publication density (n=19). In the distribution of studies by country, the United States is by far the country that produces the highest number of publications (n=305). The United Kingdom (n=89), Spain (n=83), Germany (n=62), the Netherlands (n=51), Austria (n=28), Denmark (n=24), Italy (n=22), and Belgium (n=20) are the other countries where the studies were conducted. These countries have become the main actors of scientific production in Europe. Canada (n=29) is an important indicator that publications are made in many different countries besides the USA and Europe.

When the published studies are separated according to their types, the most published type is the article, with a rate of 73,1%. With this finding, it is seen that there is a weight of literature proceeding through articles. Other types are books with a rate of 12,4%, book chapters with a rate of 10,0%, the rate of review studies is 2,8%, and conference proceedings are 1,4%. Note type studies are 0,2%, and editorial studies are 0,1%. When the distribution of studies by discipline is examined, Social Sciences, which generally cover fields such as political sciences, public administration, sociology, and communication studies, are in first place with a rate of 60,1%. Business, Management, and Accounting are in second place with a rate of 11,2%, while Arts and Humanities are in third place with a rate of 8,7%. The Swiss National Science Foundation is at the forefront of various funding institutions for studies involving the concepts of political communication, political parties, and political candidates. The National Science Foundation, one of the supporters of science in the USA, is in second place, and the Horizon 2020 Framework Programs are in third place. With the network map obtained from the analysis made in the study, it was seen that keywords such as voters, experiment, political party, internet, persuasion, and candidate evaluation were used more frequently in studies conducted in 2016 and before. On the other hand, in studies conducted between 2018 and 2020, it was determined that the keywords that were more frequently used were political marketing, political parties, elections, Facebook, social network, public opinion, partisanship, and content analysis. Finally, it was determined that the keywords in studies conducted in 2020 and after were social media, Instagram, emotion, polarization,

voting intention, experimental research, propaganda, political campaigns, and vote preference.

Ultimately, it is important that every study conducted under the roof of communication science is important, and that new publications, in addition to the publications identified in this study, continue to increase, develop qualitatively and quantitatively, support researchers, and expand their fields of study. That will be one of the most important contributions to communication science.