



[itobiad], 2022, 11 (4): 2373-2441

<p>Türkiye’de Kitle İletişim Etki Araştırmaları Üzerine Yayımlanan Makaleler Bibliyografyası (2007-2017)</p> <p>Bibliography of Articles Published on Mass Media Impact Studies in Turkey - (2007-2017)</p> <p>Video Link: https://youtu.be/QCBqFslIkjc</p>	
<p>Öznur NALÇINKAYA Öğr. Gör. Dr., Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi Lecturer Doctor, Ankara Hacı Bayram Veli University oznur.nalcinkaya@hbv.edu.tr ORCID: 0000-0002-5779-6535</p>	

Makale Bilgisi / Article Information

Makale Türü / Article Type	: Araştırma Makalesi / Research Article
Geliş Tarihi / Received	: 23.09.2022
Kabul Tarihi / Accepted	: 13.12.2022
Yayın Tarihi / Published	: 28.12.2022
Yayın Sezonu	: Ekim-Kasım-Aralık
Pub Date Season	: October-November-December

Atıf/Cite as: Nalçinkaya, Ö. (2022). Türkiye’de Kitle İletişim Etki Araştırmaları Üzerine Yayımlanan Makaleler Bibliyografyası (2007-2017) . İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi , 11 (4) , 2373-2411 . doi: 10.15869/itobiad.1179553

İntihal-Plagiarism: Bu makale, iTenticate yazılımınca taranmıştır. İntihal tespit edilmemiştir/This article has been scanned by iTenticate.

Etik Beyan/Ethical Statement: Bu çalışmanın hazırlanma sürecinde bilimsel ve etik ilkelere uyulduğu ve yararlanılan tüm çalışmaların kaynakçada belirtildiği beyan olunur/It is declared that scientific and ethical principles have been followed while carrying out and writing this study and that all the sources used have been properly cited (Öznur NALÇINKAYA).

Telif Hakkı&Lisans/Copyright&License: Yazarlar dergide yayımlanan çalışmalarının telif hakkına sahiptirler ve çalışmalarını CC BY-NC 4.0 lisansı altında yayımlanmaktadır. / Authors publishing with the journal retain the copyright to their work licensed under the CC BY-NC 4.0.

Published by/Yayıncı: Mustafa Süleyman ÖZCAN

Türkiye’de Kitle İletişim Etki Araştırmaları Üzerine Yayımlanan Makaleler Bibliyografyası (2007-2017)

Öz

Kitle iletişim araçları 19. yüzyıldan itibaren önce siyasi erklerin dikkatini çekmiş, ardından radyo ve televizyonun gelişmesiyle birlikte bireysel ve toplumsal yaşamı kapsayarak adeta tüm insanlığı etkisi altına almıştır. Medyanın git gide artarak büyüyen bu çekim gücü araştırmacıların da dikkatini çekmiş özellikle bu araçların bireyler ve toplumlar üzerinde yaratmış olduğu etkiler bilimsel olarak incelenmeye çalışılmıştır. Ticaretten siyasete, psikolojiden sosyolojiye varana kadar birçok yöne etkisi bulunan bu araçlar üzerine yapılan bilimsel araştırmalara olan ilgi, artan bir hızda günümüz de devam etmekte, iletişim bilimleri konusunda akademik araştırmalarda bulunacak olanlara büyük bir kaynak yaratmaktadır. Ancak kitle iletişim araçlarının etkileri konusunda yapılan çalışmaları tespit etmek de bu bakımdan git gide zorlaşmaktadır. Çünkü bilimsel bir araştırmaya başlandıktan sonraki ilk aşamalardan biri literatür taramasının tamamlanmasıdır. Bu tarz araştırmalarda bulunan bilim insanlarının çalıştıkları alanla ilgili olarak daha önce yapılmış olan bilimsel çalışmaları tespit etmek ve alanlarıyla ilgili bağlantı kurmaları kaçınılmaz bir zorunluluktur. Bu çalışmada iletişim araştırmalarında önemli konulardan biri olan “Kitle İletişim Etki Araştırmaları” başlığında yapılan çalışmaların yakın geçmişteki alan yazın tabanını oluşturmak amacıyla 2007-2017 yılları arasında Türkiye’de bulunan 132 akademik dergi ve bu mecralarda yayınlanan makaleler üzerinde doküman incelemesi yapılmıştır. Çıkan sonuç doğrultusunda iletişim bilimlerinde toplam 205 adet araştırma çalışması tablo haline getirilerek makaleler bibliyografyası dizinleri oluşturulmuştur. Çalışma sadece bir bibliyografya denemesi olmakla kalmamakta aynı zamanda 2000’li yıllardan itibaren ulusal ve uluslararası hakemli dergilerde yayınlanan eserlerin akademik yükselmelerde önem kazanmasıyla birçok derginin bu niteliği kazanmaya çalıştığını ve son yıllarda akademik ilerlemede önemi artan hakemli dergilerin dağılımının da ortaya koyması açısından önem arz etmektedir.

Anahtar Kelimeler: Bibliyografya, Literatür Taraması, Kitle İletişim, Etki Araştırmaları, İletişim Çalışmaları, Medya Araştırmaları.

Bibliography of Articles Published on Mass Media Impact Studies in Turkey - (2007-2017)

Abstract

From the 19th century onwards, the mass media first attracted the attention of political powers, and later, with the development of radio and television, it covered individual and social life and influenced almost all humanity. This increasing attraction power of media has also attracted the attention of researchers, and especially the effects of these tools on individuals and societies have been tried to be examined scientifically. The

interest in scientific research on these tools, which have an impact on many subjects from commerce to politics, from psychology to sociology, continues at an increased pace today and constitutes a great resource for those who will conduct academic research on communication sciences. However, it becomes gradually more difficult to identify such studies on the impact of mass media in this aspect. Indeed, one of the initial phases of scientific research involves the literature review. Thus, it is an inevitable requirement for scholars who conduct such research to identify prior research studies and make relevant connections with their fields. In this article, a literature review was conducted on 132 academic journals published in Turkey between 2007 and 2017 and the articles published in these journals to establish the contemporary literature basis of the articles under the title of "Mass Communication Influence Research", a significant issue in the communication disciplines. According to the research results, a total of 205 pieces of research in the area of communication sciences were tabulated and bibliographical indexes of the articles were created. The article is not only a bibliography experiment but also important in terms of revealing that many journals have tried to gain this quality with the importance of the works published in national and international refereed journals in the academic promotion since the 2000s and the distribution of journals that have increased in importance in academic progress in recent years.

Keywords: Bibliography, Literature Review, Mass Communication, Impact Research, Communication Studies, and Media Research.

Giriş

Toplumların şekillendirilmesinde yüzyıllar boyunca çeşitli araçların kullanıldığı bilinen gerçekler arasındadır. Ancak bu araçlardan hiç biri kitle iletişim araçlarının sahip olduğu etki kadar toplumlara ulaşmada ve yönlendirmede tesir edememiştir. Özellikle yönetim erkini ellerinde tutanlar yönettikleri toplumu yönlendirebilmek, devamlılıklarını sağlamak adına kitle iletişim araçlarını kullanmış bu araçların gelişimi için çaba sarf etmişlerdir.

Kitle iletişim araçlarının üzerine yapılan ampirik araştırmalar yirminci yüzyılda Amerika Birleşik Devletleri’nde ortaya çıkmış ve giderek tüm dünyaya yayılmıştır (Berger ve Chaffee, 1987, 15). Bu araçlarının içeriği, bireyler, gruplar ve toplumlar üzerindeki etkisi gibi unsurlar ise her daim merak edilen ve bu nedenle de araştırılan konular arasında yer almıştır. Öyle ki iletişim biliminin kurucuları arasında yer alan Harold Dwight Lasswell’in 1948 yılında “iletişim zinciri” olarak tanımlamış olduğu modelinde yer alan ‘Kim, neyi, hangi kanalla, kime ve hangi etkiyle’ söyler sorgulaması bir nevi kitle iletişim etki araştırmalarının da başlangıcı olmuştur. Günümüzde her bir soru üzerindeki sorgulamalar iletişim araştırmalarına kılavuzluk etmeye devam etmektedir.

Küreselleşme ile birlikte teknolojik araçların daha fazla kullanılmasının etkisiyle daha fazla alana nüfus eden kitle iletişim araçları özellikleri ve etkileri sayesinde yerel bir alanda meydana gelen olaylar ve gelişmeler anında öğrenilmesine imkân tanımıştır (Özkan, 2022: 28). Ancak medya türleri ve içerik seçeneklerinin gitgide genişlemesi, internet kullanımındaki artış, yeni medya araçlarının çeşitliliklerinin çoğalmasıyla

birlikte günümüzde bu alanda yapılan araştırmalar artan bir hacime ulaşmıştır. Bu nedenle de özellikle akademik araştırmalarda önemli bir aşama olan literatür taraması esnasında bu araştırmaların tasnif edilmesinde bir takım zorluklar yaşanmaktadır. Bu zorluğu aşmada ise bir kolaylık olarak bibliyografya çalışmaları önem arz etmektedir.

Bibliyografya

Yunanca 'kitap' anlamına gelen 'biblion' ve 'yazı' anlamına gelen 'graphia' kelimelerinden türetilen bibliyografya kelimesi, günümüzde daha farklı manalarda kullanılmakta olup, akademik çalışmalarda eserlerin kronolojiye göre sıralanması ve onları tanımlamanın yeni yolu olarak görülmektedir (Atkinson, 1980, 54-73). Bibliyografyaya anlam bakımından benzer olan ancak yazılı bilimsel eserler dışındaki alanlarda çeşitli terimler için de tarif edilmektedir. Mesela, diskografi terimi, belirli bir sanatçı tarafından kaydedilmiş müzik listesine atıfta bulunmak, filmografi ve webografi da diğer bağlamalarda aynı Őeyi ima etmektedir. Ancak akademide kendi alanında bibliyografya kelimesi farklı isimlerde kullanılmaktadır. Örneğin herhangi bir akademik çalışmanın sonunda, genellikle 'Referanslar', 'Alıntılanan Çalışmalar' veya ağırlıklı olarak 'Kaynakça' başlığı altında yazarın bilimsel eseri oluşturma sürecinde atıfta bulunduğu veya yararlandığı tüm kitap, makale, bilimsel kongre veya dergileri detaylandıran kapsamlı bir liste halinde sunulmaktadır.

Bibliyografyanın Faydaları

Bibliyografya bir araştırmanın literatür taraması sürecinde kullanılan kaynaklarda belirli standartlara göre kaydettiği her türlü bilgidir. Bibliyografyalar araştırmacının kullanılan kaynakla ilgili görüşlerini ifade etmesine olanak tanır. Böylece araştırmacı, araştırma raporunun hazırlanmasında kullanılan açıklayıcı bilgilerden çalışmasına ışık tutmak üzere yararlanabilir.

Literatür taraması başka bir ifadeyle alan yazın incelemesi yapılacak olan çalışmada sorunun çözümlenmesine faydalı olabilecek araştırmaların gözden geçirilmesine olanak tanır. Bu yöntemin amacı, okuyucuya belirli bir konu hakkında hangi iç görü ve bilgilerin üretildiği ve yürütölen araştırmanın güçlü ve zayıf yönlerinin gösterilmesidir. Bununla birlikte incelenen konuyla ilgili önceki çalışmaların analiz edilmesini, araştırmacının konuyla ilgili diğer araştırmacılar tarafından yapılan çalışmalar hakkında bilgi sahibi olunmasına yardımcı olmaktadır (Fraenkel ve Wallen, 2006). Kısaca bibliyografya bir araştırmacının kendi araştırmasını takip etmesine, okuyucuların konuyla ilgili daha fazla bilgi bulmasına, araştırmadaki bilgilerin güvenilir kaynaklardan geldiğini kanıtlamasına böylece orijinal kaynaklara ve yazarlara atıfta bulunulmasına destek sağlamaktadır.

Bibliyografyanın Nitelendirilmesi

Herhangi bir çalışmanın sonuna eklenen bibliyografyaları nitelendirmenin üç geniş yolu vardır.

- 1- *Sayısal Kaynakça*; En yaygın kaynakça biçimidir. Çalışmanın tüm kaynaklarının birbirini ardına listelendiği, yayın kategorilerine veya alfabetik sıraya göre

sıralandığı bir kaynakça türüdür. Genellikle kapsamlı yayın tarihlerini, yayıncının adını ve diğer teknik ayrıntıları içerir.

- 2- *Tanımlayıcı Kaynakça*; Sayısal kaynakçadaki özelliklerin yanı sıra kâğıt kalitesi, kitapta yer alan resimler, kapak resmi ve cilt ile ilgili detaylar gibi söz konusu eserin veya çalışmanın fiziksel yönlerinin ayrıntılı açıklamasını içerir.
- 3- *Analitik Bibliyografya*; Daha çok bir kitabın nesnenin fiziksel özelliklerini, sosyal ve tarihsel pratiklerin geleneğini göz önünde bulundurarak analiz edildiği akademik bibliyografya çalışmalarını içerir (Egan ve Shera, 1952).

Bibliyografyanın Sınıflandırılması

Bibliyografyalar hem araştırma raporunun hazırlanmasında hem de daha sonra bu raporu gözden geçirecek araştırmacılar için önemli bir listedir. Yapılan liste aracılığı ile bir çalışmanın raporunu inceleyen bir okuyucu ya da araştırmacı, konunun ilgili kaynaklarına rahatlıkla erişebilir. Ayrıca bibliyografya, araştırmacının çalışmada kullanılan kaynakları düzenli olarak takip etmesini de sağlar. Açıklayıcı bir bibliyografik liste, listenin kapsamının ötesine geçerek konuyla ilgili çalışma yapacak araştırmacılara kullanılan kaynakların kullanım amacı ve önemi gibi bilgileri kayıt altına alabilir (Aydoğdu, 2012). Verileri bibliyografiye dönüştürmek, toplanan verileri belirli bir sistem içinde düzenlemek ve gelecek araştırmacılara kaynak oluşturmak amacıyla derlenen bibliyografyalar farklı şekillerde sınıflandırılır. Bu sınıflandırmalar ‘zamana’ ‘kapsamına’ ve ‘tertip edilmesine’ göre bibliyografyalar olarak üçe ayrılır. Zamana göre bibliyografyalar; ‘tamamlanmış’ ve ‘periyodik’, kapsamına göre bibliyografyalar; ‘milli’, ‘milletlerarası’, ‘genel’, ‘özel’ ve ‘şahıs’, tertip edilmesine göre ise ‘alfabetik’, ‘sistematik’ ve ‘kronolojik’ olarak sınıflandırılır (Ergan, 1994).

İletişim Bilimlerinde Kullanılan İlgili Yayın ve Araştırma Bibliyografyaları

Bibliyografik araştırmalar veya farklı alanlardan bibliyografya oluşturma girişimleri hem yapılan tezlerde hem de bilimsel araştırma makalelerinde kullanılmaktadır. Ancak 2007 ve 2017 yılları arasında yapılan 1230 bibliyografik makaleye bakıldığında, iletişim bilimleri alanında çalışmanın olmaması oldukça şaşırtıcıdır.

Yapılan literatür taramasında araştırmayla doğrudan ilgili olmamakla birlikte, iletişim alanında kullanılabilecek sadece bir çalışma tespit edilmiştir. Ordu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisinde 2014 yılında Dr. Adnan Altın tarafından hazırlanan “Medya Okur Yazarlığı Eğitimine Yönelik Türkçe Yayınlar: Bir Bibliyografya Denemesi” adlı makale kaleme alınmıştır. Yazar adı geçen çalışmada doğrudan medya okuryazarlığı ile ilgili 233 adet çalışmanın tam künyesini listelemiş yıl, yayın türü ve içerik açısından analiz ederek Türkiye’de medya okuryazarlığı eğitimi çalışmalarının genel bir fotoğrafını ortaya koymaya çalışmıştır (Altun, 2014).

Yöntem

Araştırmada genel tarama modeli kapsamında nitel çalışmalarda kullanılan veri toplama yöntemlerinden biri olan “doküman analizi” kullanılarak bir alan yazını oluşturulmuştur. Bu analiz, araştırılacak gerçeklik ve vakalar üzerinde detayları intifa eden dokümanların incelenmesini içermektedir (Yıldırım ve Şimşek, 2000).

Verilerin Toplanması

Araştırma başlangıcında yer alan tarama kısmında bilimsel makalelerin hazırlanma formatlarından biri olan özet bölümünde yer alan anahtar kelimelerden yola çıkılarak tarama gerçekleştirilmiştir. Anahtar kelime olarak “Kitle İletişim, Etki, Etki Araştırmaları” ve alana katkıda bulunmuş ve araştırma modeli bulmuş bilim insanlarının isimlerinin yanı sıra etki ile aynı anlama gelen “effect, impact, influence, action, effectiveness, efficacy, impression, efficiency, potency, bearing, force, incidence, sway, penetration, weight, impress, imprint, reflection, clout, virtue, stamp, drift, drag, sound, reflexion, ring, pull, leaven, jolt, forcefulness, hold, purchase, point, interest” kelimeleri ile arama yapılmıştır. Arama sonucunda 25800 adet yayınlanmış makale bulunmuş ve bu makale isimleri ve içerikleri tabloladığında 388 Word sayfasından oluşan bir liste oluşturulmuştur. Bu liste sonunda tasnif işlemine başlanmış ve çalışma ile ilgili olmayan makaleler kapsam dışına çıkartılmış, bu sayı 205 âdete düşürülmüştür.

Bu kadar yüksek bir sayıdan düşülmesinde elbette ki anahtar kelimelerin düzgün yazılmadığı, araştırmacının belki de yapmış olduğu çalışmanın etki araştırmaları kapsamında yer almadığının farkında olmadığı sonucuna ulaşılabilir. Sonuçlar özellikle bilimsel araştırma derslerinin akademisyen ve araştırmacılar açısından ne kadar mühim bir konu olduğunu bir kez daha vurgular niteliktedir.

Araştırmanın devamında, veri toplama aşamasında Türkiye’de 2007-2017 yılları arasında yayınlanan 132 bilimsel derginin tüm sayıları incelenmiş ve bu araştırmaya etki edecek 205 makale gözden geçirilmiştir. Dergilerde yayınlanan makaleler incelendiğinde ise söz konusu dergilerin 2007-2017 yılları arasında çıkarmış olduğu yayınları aynı düzende çıkartmadıkları kimi dergilerin ise ‘iletişim bilimleri’ alanında bazı kişiler adına armağan olarak yayınladıkları tespit edilmiştir.

Verilerin Analizi

Araştırma kapsamındaki makaleler, oluşturulan tablo yardımı ile yayın yılı, yazar soyadları ve isimleri, makale başlığı, yayın yeri ve sayısı ile konu alanı başlıkları derlenerek indexleri oluşturulmuştur.

Indexlerin derlenmesinde, soyadları aynı olan bilim insanlarının soyadı değişikliği nedeniyle değişenler tasnif edilmemiştir. Bununla birlikte bir araştırmacıya ait birden fazla kişi listelenirken çalışmaların yayın tarihlerine dikkat edilmiş ve 2007 yılından 2017 yılına kadar sıralama yapılmıştır.

Bulgular

Kitle İletişim Etki Araştırmalarını içeren makaleler yayın yıllarına göre aşağıda yer almaktadır.

Tablo 1. 2007-2017 yılları arasında Kitle İletişim Etki Araştırmaları Makaleleri

Yıl	Yazar	Başlık	Yayın Yeri ve Sayı	Alan
1	2007 Argan Metin Veliöğlü Nurtanış Meltem Argan Tokay Mehpare	Marka Yerleştirme Stratejilerinin Hatırlama Üzerine Etkisi: ‘Gora’ Filmi Üzerine Araştırma	Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi, 6(19), 159-178.	Sinema
2	2007 Büyükbaykal Güven	Televizyonun Çocuklar Üzerindeki Etkileri	İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, (28), 31-44.	Televizyon
3	2007 İmik Nural Yağbasan Mustafa	Televizyon Dizilerinde Kullanılan Müziklerin Genç İzleyicilerin Dizileri İzleme Oranına Etkisi	İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, 2007(28), 103-114.	Televizyon
4	2007 Sungur Suat	Bilinçaltı Reklamcılık ve Toplumsal Etkileri	İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, 2007(29), 169-182.	Reklam
5	2007 Yaman Havva Erdoğan Yavuz	İnternet Kullanımının Türkçeye Etkileri: Nitel Bir Araştırma	Journal of Language and Linguistic Studies, 3(2), 237-249.	Sosyal Medya
6	2007 Erus Çetin Zeynep	Son On Yılın Popüler Türk Sinemasında Televizyon Sektörünün Rolü	Marmara İletişim Dergisi, 12(12), 123-133.	Televizyon
7	2007 Turan İbrahim	Televizyondaki Dini İçerikli Programların Yetişkinler Üzerindeki Etkileri	Ondokuz Mayıs Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi, 23(23), 223-245	Televizyon
8	2007 Şeker Mustafa	Televizyon Haberciliğinde Küresel Format ve Haberciliğe Etkileri	Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, 4(4), 36-44.	Televizyon
9	2007 Kalender Ahmet	Siyasal İletişim Tekniği Olarak Canvassing ve	Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi	Reklam

			Seçmen Davranışı Üzerindeki Etkileri	Dergisi, 5(1), 144-155.	
10	2007	Karaca Yusuf Pekyalmal Asuman Güney Hatice	Ebeveynlerin Televizyon Reklam İçeriklerinin Çocuklar Üzerindeki Etkilerini Etik Açından Algılamalarına Yönelik Bir Araştırma	Sosyal Bilimler Dergisi, 9(2), 233-249.	Reklam
11	2007	Yıldız Yavuz Çetinöz Fırat Kaplan Yılmaz Türkmen Mustafa	TV Reklamlarında Spor İmajının Kullanılması ve Tüketici Davranışları Üzerine Etkisi	Spor Yönetimi ve Bilgi Teknolojileri, 2(1), 5-13.	Reklam
12	2007	Kaya Kamil Baysal Hatice Kurt Vona Esra	Popüler Kültür Bağlamında Müzik Yarışması ve Magazin Programlarının Üniversite Gençliği Üzerindeki Etkileri (SDÜ Örneği)	Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 12(3), 35-52.	Televizyon
13	2007	Çamurdan Duyan Aysun	Görsel Medyanın Çocuk Sağlığına Etkileri	Sürekli Tıp Eğitim Dergisi, 16(2), 25-30.	Televizyon
14	2007	Aksaçlıoğlu Gül Ayşe Yılmaz Bülent	Öğrencilerin Televizyon İzlemeleri ve Bilgisayar Kullanmalarının Okuma Alışkanlıkları Üzerine Etkisi	Türk Kütüphaneciliği, 21(1), 3-28.	Televizyon
15	2008	Ulukan Mehmet Şahan Hasan Akpınar Selahattin Akpınar Öznur	Spor-Medya İlişkilerinde İletişim Teknolojilerinin Rolü	Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi, 2(2), 155-164.	Sosyal Medya
16	2008	Damlapınar Zülfikar	Kamusal Söylem, Medyatik Gerçeklik ve Kültürlendirme: Kurtlar Vadisi'nin 'iletişimci' İzleyicileri Üzerine Bir Araştırma	Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, 5(3), 30-44.	Televizyon

Türkiye’de Kitle İletişim Etki Araştırmaları Üzerine Yayımlanan Makaleler Bibliyografyası (2007-2017)

17	2008	Kaya Kamil Tuna Meryem	İlköğretim Çağındaki Çocukların Sosyalleşmesinde Televizyonun Etkisi	Süleyman Demirel Üniversitesi Fen-Edebiyat Fakültesi Sosyal Bilimler Dergisi, 2008(17), 159-182.	Televizyon
18	2009	Özkan Habib Karadağ Nazife	Popüler Kültürün Yönetim Uygulamalarına Etkisi Bağlamında Yönetici Görüşleri	Ekev Akademi Dergisi, (58), 187-199.	Medya
19	2009	Korkmaz Ali	Sosyal Medya Gazeteciliğinin Kamuoyu Oluşumuna Etkisi	Erciyes İletişim Dergisi, 1(2).6-19.	Sosyal Medya
20	2009	Gürbüz Hüseyin Gültekin Özlem Özmen Müjdat	Billboard Reklamlarının Tüketicilerin Satın Alma Kararına Etkileri	Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 10(1), 181-210.	Reklam
21	2009	Sarıyer Nilsun	Girişimciler Açısından Televizyon Reklamlarının Marka Tanınırlığına Etkisi	Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi, 4(1), 117-131.	Televizyon
22	2009	Işık Umur	Medya Bağımlılığı Teorisi Doğrultusunda Sosyal Medya Kullanımının Etkileri ve Sosyal Medya Bağımlılığı	İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi, (28), 29-55.	Sosyal Medya
23	2009	Aydın Duygu Orta Nermin	Sinemanın Reklam Aracı Olarak Kullanımı Türk Filmlerinde Marka Yerleştirme Uygulamaları	İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, 1(36), 7-23.	Sinema
24	2009	Pars Şahbaz Arzu Kılıçlar	Filmlerin ve Televizyon Dizilerinin Destinasyon İmajına Etkileri	İşletme Araştırmaları Dergisi, 1/1 (2009) 31-52.	Televizyon
25	2009	Gülbuğ Erol	Haber Değeri ve Televizyon Haberciliğinin Siyasal İletişim Üzerindeki Etkileri: Şişli-Ayazağa Köyü Sakinlerinin Televizyon Haberlerini Okuma Biçimleri Üzerine Bir Araştırma	Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, 6(1), 172-184.	Televizyon

26	2009	Quadır Ersoy Seher Demir Mahmut	Televizyon Reklâmlarının Çocuk Tüketiciler Üzerine Görsel Etkilerinin Bir İncelemesi	Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, 6(1), 78-98.	Reklam
27	2009	Uslu Karahan Zeynep	Siyasal İletişim Yöntemlerinin Seçmen Davranışına Etkisi ve 22 Temmuz 2007 Seçimleri	Tasam Siyasal İletişim Enstitüsü Beta Basım Yayım, İstanbul (2009),13-52.	Medya
28	2009	Tokdemir Mehmet Deveci S Erhan Isır Baransel Aysun Açık Yasemin Yağmur Memduh Gülbayrak Canan Türkoğlu Abdulrahim	İlköğretim Öğrencilerinin Fiziksel Şiddete Başvurma ve Fiziksel Şiddete Yaklaşımlarında Televizyon Programlarının Etkisi	Türkiye Klinikleri Journal of Forensic Medicine and Forensic Sciences Volume, 6 6(2).74-85.	Televizyon
29	2010	Dolu Osman Büker Hakan Uludağ Şener	Şiddet İçerikli Video Oyunlarının Çocuklar ve Gençler Üzerindeki Etkileri: Saldırganlık, Şiddet ve Suça Dair Bir Değerlendirme	Adli Bilimler Dergisi, 9(4), 54-75.	Sosyal Medya
30	2010	Ünlü İhsan	Televizyonun İlköğretim 7. Sınıf Öğrencilerinin Meslek Seçimiyle İlgili Algılarına Etkisi	Erzincan Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi, 12(2), 55-73.	Televizyon
31	2010	Kurtbaş İhsan Barut Basri	“Star-Marka” Stratejisiyle Yapılan Televizyon Reklamlarının Marka Farkındalığı ve Marka Sadakati Oluşturma Sürecindeki Rolü ve Etkisi	Galatasaray Üniversitesi İletişim Dergisi, (13), 107-144.	Reklam
32	2010	Akın Feride	Farkındalık ve Davranış Değişikliği Yaratma Etkisi:“Kalbini Sev Kırmızı Giy Kampanyası”	İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, (38), 5-20.	Reklam

Türkiye’de Kitle İletişim Etki Araştırmaları Üzerine Yayımlanan Makaleler Bibliyografyası (2007-2017)

Üzerine Bir Değerlendirme					
33	2010	Uçanok Başak Sudagezer Elif Sefercioğlu Sıla	Türkiye’deki Seçmenin Oy Verme Davranışı Üzerinde Söylemin Etkisi	Marmara İletişim Dergisi, (16), 145-155.	Medya
34	2010	Suher Kemal H İspir Bilge N	Televizyon ve Gazetede Reklamdan Kaçınmayı Etkileyen Değişkenler	Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, 6(2), 5-23.	Reklam
35	2010	Kaya Kamil Tuna Meryem	Popüler Kültürün İlköğretim Çağındaki Çocukların Aile İçi İlişkileri Üzerindeki Etkisi	Süleyman Demirel Üniversitesi Fen-Edebiyat Fakültesi Sosyal Bilimler Dergisi, 2010(21), 237-256.	Sosyal Medya
36	2010	Özkan Sema Özbaş Seçil	Kadın Sağlığını Geliştirmede Medyanın Kullanımı ve Etkisi	TAF Preventive Medicine Bulletin, 9(5), 541-546.	Sosyal Medya
37	2011	İlhan Erol Çimen Zafer	Spor Alanlarında Şiddet ve Spor Medyasının Etkileri: Spor Yazarlarının Algıları	Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi, 5(3), 224-234.	Sosyal Medya
38	2011	Yaşar Mustafa Paksoy İpek	Çizgi Filmlerdeki Saldırgan İçerikli Görüntülerin Çocukların Serbest Oyunları Sırasındaki Saldırganlık Düzeylerine Etkisi	Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 20(2), 279-298.	Televizyon
39	2011	İmamoğlu Abdülvahit Şirin Turgay	Televizyon ve Sosyal Medya’da Şiddet İçeren Programların Çocuğun Ruh Dünyasına Etkileri	Ekev Akademi Dergisi, 46, 38.	Televizyon
40	2011	Avcıoğlu Şevket Gürcan	Küresel Bilgi Teknolojilerinin Değerler Üzerindeki Etkisi	Hacettepe Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Dergisi, 28(1), 1-20.	Televizyon
41	2011	Yaşar Şefik Ünlüer Gülbeyaz	Sosyal Bilgiler Dersinde Gazete Kullanımının Dördüncü Sınıf Öğrencilerinin Akademik Başarılarına ve	İlköğretim Online, 10(1), 109-120.	Gazete

Tutumlarına Etkisi					
42	2011	Bal Müjgân	İmaj ve Önyargı Faktörünün Gazete Haberlerine Etkisi	Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 1(2), 201-226.	Gazete
43	2011	Kaşkaya Alper Ünlü İhsan Akar Said M Sağırlı Özturan Meryem	Okul ve Öğretmen İçerikli Sinema Filmlerinin Öğretmen Adaylarının Mesleki Tutumlarına ve Öz Yeterlik Algılarına Etkisi	Kuram ve Uygulamada Eğitim Bilimleri, 11(4), 1-20.	Sinema
44	2011	Gündüz Uğur	Kitlesele Katılımlı Çevrimiçi Rol Yapma (Mmorpq) Oyunlarının Ergenlerdeki Etkileri Üzerine Bir Bağımlılık Araştırması	Marmara İletişim Dergisi, (18), 102-125.	Sosyal Medya
45	2011	Durmuş Dinçer Oya	Popüler Kültürün Kimlik Oluşumuna Etkileri	Muğla Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, (17), 121-133.	Medya
46	2011	Akyüz Ayşen	TV Reklamlarından Kaçınma: Davranışsal ve Mekanik Kaçınmaya Etki Eden Faktörler	Öneri Dergisi, 9(35), 143-151.	Reklam
47	2011	Uğur İmran	Televizyon Reklamlarından Gençlerin Etkilenme Biçimleri: Reklam Oyuncularının Gençlerin İmajlarının Şekillenmesinde Etkisi	Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, 6(4), 101-114.	Reklam
48	2011	Taylan H. Hasan	Televizyon Şiddetinin Yetiştirme Etkisi	Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, (26), 355-367.	Televizyon
49	2011	Gündoğdu Cemal	Malatya'daki Amatör Futbolcuların Futbola Yönelmelerinde Medyanın Etkisi İle İlgili	Sport Sciences, 6(1), 73-80.	Televizyon

Türkiye’de Kitle İletişim Etki Araştırmaları Üzerine Yayımlanan Makaleler Bibliyografyası (2007-2017)

		Karataş Özgür	Görüşleri		
		Nacar Eyyüp			
50	2012	Kırık Ali Murat	Arap Baharı Bağlamında Sosyal Medya-Birey Etkileşimi ve Toplumsal Dönüşüm	21. Yüzyılda Eğitim ve Toplum Eğitim Bilimleri ve Sosyal Araştırmalar Dergisi, 1(3), 87-98.	Sosyal Medya
51	2012	Akça Pekşen Raziye	Müzik, Reklam ve Kitle İletişimin Ergen Üzerindeki Etkisi	Akademik Bakış Dergisi, 28, 1-19.	Medya
		Şenol Vesile			
52	2012	Şener Gülcan	Reklamda Cinsel Çekiciliklerin İletişim Etkisi İle Ahlaki Değerlendirmesine Yönelik Tutum Araştırması	Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 12(3), 153-168.	Reklam
		Uztuğ Ferruh			
53	2012	Papatya Nurhan	Hazcı Tüketim Davranışları Üzerinde Televizyonun Etkisi	Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, 26(3-4), 161-183.	Televizyon
		Özdemir Şefika			
54	2012	Yıldız Kakırman Asiye	Sosyal Paylaşım Sitelerinin Dijital Yerlilerin Bilgi Edinme ve Mahremiyet Anlayışına Etkisi	Bilgi Dünyası, 13(2), 529-542.	Sosyal Medya
55	2012	Ünal Nazan	Televizyonun Okul Öncesi Çocuklar Üzerindeki Etkisi	Çankırı Karatekin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 3(2), 93-104.	Televizyon
		Durualp Ender			
56	2012	Akçay Duygu	Televizyonun Okul Öncesi Dönemdeki Çocukların Saldırganlık Davranışına Etkisi	Çocuk Sağlığı ve Hastalıkları Dergisi, 55(2), 82-87.	Televizyon
		Özcebe Hilal			
57	2012	Dilber Fadime	İletişim Araçlarından Aldığı Siyasal İçerikli Bilgilerden Etkilenme Düzeyi; Karaman İli Seçmenleri Üzerine Bir Alan Araştırması	Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi, 1(4), 83-105.	Sosyal Medya

58	2012	Köse Aynur	Medya ve Dil Oyunları: Gündelik Dil Pratiklerinde Televizyon Dizilerinin Etkisi	Millî Folklor Dergisi, 24(94), 220-233.	Televizyon
59	2012	Mert Gözde	Sosyal Pazarlama Uygulamalarının Tüketici Davranışı ve Firma Performansı Üzerine Etkileri: Teori ve Bir Uygulama	Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi, 4(1), 117-129.	Sosyal Medya
60	2012	Çelik Sabahattin	Sosyal Medyadaki Ürün Sitelerinin Tasarımına Yönelik Tutumlarda Cinsiyetin Etkileri Üzerine Bir Çalışma	Öneri Dergisi, 10(38), 53-64.	Sosyal Medya
61	2012	Şeker Tülay Şimşek Fadime	Kodlama-Kod açımı Bağlamında Muhteşem Yüzyıl Dizisinin Lise Öğrencileri Üzerindeki Etkilerine Yönelik Alımlama Analizi	Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, 7(2), 111-120.	Televizyon
62	2012	Tanyıldızı İmik Nural	Siyasal İletişimde Müzik Kullanımı: 2011 Genel Seçim Şarkılarının Seçmene Etkisi	Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, 7(2), 97-110.	Medya
63	2012	Günlü Zafer Derin Önay Didem	Televizyon Reklamlarının Okul Çağı Çocuklarının Besin Seçimi Üzerine Etkilerinin Bir İncelemesi	Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, 7(3), 62-77.	Reklam
64	2012	Köse Sevinç Oral Lale Türesin Hüseyin	İş Yaşamında Sosyal Kolaylaştırma Kavramı ve Sanal Kaytarma İle İlişkisi: Araştırma Görevlileri Üzerinde Bir Araştırma	Sosyal ve Beşeri Bilimler Dergisi, 4(1), 287-295.	Sosyal Medya
65	2012	Halis Büşra	Tüketimin Değişen Yüzü: Elektronik Ticaret Uygulamaları ve Sosyal Paylaşım Ağlarının Rolü	Tarih Kültür ve Sanat Araştırmaları Dergisi, 1(4), 149-160.	Sosyal Medya
66	2012	Yengin Didem Sağiroğlu Yakup	Dijital Ortamda Marka İletişimi: Tekstil Sektöründe Moda Bloglarının Tüketici	Turkish Online Journal of Design Art and Communication, 2(3), 1-9.	Sosyal Medya

Türkiye’de Kitle İletişim Etki Araştırmaları Üzerine Yayımlanan Makaleler Bibliyografyası (2007-2017)

Üzerindeki Etkisi					
67	2012	Aslan Vildan	Reklam İletilerinde Tüketici Davranışlarını Belirleyen Psikolojik Etmenler: Üniversitelerin Gazete Reklamları Uygulama Örneği	Turkish Online Journal of Design Art and Communication, 3(3), 9-17.	Reklam
68	2012	Ceylan Remziye Aral Neriman Yıldız Müdriye	Çocukların Benlik Kavramlarında Televizyon Seyretme Süresi ve Seyredilen Programların Etkisinin İncelenmesi	Uludağ Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi, 25(1), 25-33.	Televizyon
69	2012	Baltacı Cemal Eke Erdal	Siyasal Propaganda Araçlarının Seçmen Davranışı Üzerindeki Etkisine Yönelik Seçmen Algısı: Isparta Örnek Olayı	Uluslararası Alanya İşletme Fakültesi Dergisi, 4(1), 115-126.	Medya
70	2013	Kırık Murat Ali	Televizyonun Gelişim Çağı Çocukları Üzerindeki Olumsuz Etkileri ve Ebeveynlerin Kontrol Sorunu	21. Yüzyılda Eğitim ve Toplum Eğitim Bilimleri ve Sosyal Araştırmalar Dergisi, 2(4), 189-198.	Televizyon
71	2013	Ünsal Bahar Ramazanoğlu Fikret	Spor Medyasının Toplum Üzerindeki Sosyolojik Etkisi	Eğitim ve Öğretim Araştırmaları Dergisi, 2(1), 36-46.	Medya
72	2013	Özkan Recep	Televizyon Dizilerinin Üniversite Öğrencileri Üzerindeki Etkilerinin Belirlenmesi (Niğde Üniversitesi Örneği)	Electronic Turkish Studies, 8(12), 1017-1029.	Televizyon
73	2013	Dilber Fadime Dilber Abdülkadir	Üniversite Öğrencilerinin Gıda Ürünleri Tüketiminde Medyanın Etkisi: Karamanoğlu Mehmet Bey Üniversitesi Öğrencileri Üzerine Araştırma	Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi, 2(1),64-82.	Sosyal Medya
74	2013	Yöndem Sadık	Müzikte Yozlaşmaya Küreselleşmenin Etkisi	International Journal of Social Science, 6(2), 1043-1051.	Televizyon

75	2013	Yılmaz Mesut	Medya ve Siyaset İlişkilerinin Kamuoyu Üzerindeki Etkileri: KKTC Örneği	İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi, 2(2), 230-252.	Medya
76	2013	Sayan Ömer Uçan Osman	Görüntü Haberleşmesinin İzlenirliğinde Duygusal Davranış Etkisi Analizi	İstanbul Aydın Üniversitesi Dergisi, 5(17), 1-24.	Sosyal Medya
77	2013	Bilis Emre Ali	Popüler Televizyon Dizilerinden Muhteşem Yüzyıl Dizisi Örneğinde Tarihin Yapı Sökümü	İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, (45), 19-38.	Televizyon
78	2013	Aymankuy Yusuf Soydaş Emin Muhammet Saçlı Çağrı	Sosyal Medya Kullanımının Turistlerin Tatil Kararlarına Etkisi: Akademik Personel Üzerinde Etkisi	Journal of Human Sciences, 10(1). 376-397.	Sosyal Medya
79	2013	Barutçu Süleyman Tomaş Melda	Sürdürülebilir Sosyal Medya Pazarlaması ve Sosyal Medya Pazarlaması Etkinliğinin Ölçümü	Journal of Internet Applications and Management, 4(1),5-24.	Sosyal Medya
80	2013	Avcı Raşit Güçray Sonay Songül	Ebeveynler Arası Çatışma, Akran ve Medya Etkileri İle Ergenlerdeki Şiddet Davranışı Arasındaki İlişkiler: Şiddete Yönelik Tutumların Aracı Rolü	Kuram ve Uygulamada Eğitim Bilimleri, 13(4), 1995-2015.	Sosyal Medya
81	2013	Doğru Ercüment Avsarlıgil Nuri Kıtlık Özal Halime	Reklamlarda Oynayan Ünlülerin Banka Tercihleri Üzerine Etkisi	Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi, 5(2), 51-62.	Reklam
82	2013	Gümüş Niyazi Zengin Hayrettin Geçti Fatih	Sosyal Medya Aracı Olarak Facebook Uygulamalarının Marka Denkliği Üzerindeki Etkisi: Bir GSM Operatörünün Facebook Üzerine Bir Araştırma	Sakarya İktisat Dergisi, 2(2), 87-117.	Sosyal Medya

Türkiye’de Kitle İletişim Etki Araştırmaları Üzerine Yayımlanan Makaleler Bibliyografyası (2007-2017)

83	2013	Kuyucu Mihalis	Türkiye’de Çapraz Medya Sahipliği: Medya Ekonomisine Olumsuz Etkileri ve Bu Etkilerin Önlenmesine Yönelik Öneriler	Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, 8(1), 144-163.	Medya
84	2013	Köktener Aysun	Spor Gazeteciliği Örneğinde Sosyal Medya Gazeteciliğinin Geleneksel Gazeteciliğe Etkisi	Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, 8(1), 233-250.	Sosyal Medya
85	2013	Şeker Mustafa Tiryaki Salih	Sigara İle İlgili Kamu Spotlarında Moral Panik Etkisi	Selçuk Üniversitesi Türkiyat Araştırmaları Dergisi, (33), 223-241.	Reklam
86	2013	Arklan Ümit Karakoç Enderhan	Medyanın Genel ve Siyasal Gündeme İlişkin Bilgi Edinme Aracı Olarak Kullanımı: Görgül Bir Araştırma	Selçuk Üniversitesi Türkiyat Araştırmaları Dergisi, (33), 325-363.	Medya
87	2013	Ülkü Çalışkan Elçin Demir Kaan Mehmet	Kitle İletişim Araçlarının Öğrencilerin Sınıf İçi Davranışlarına Etkisi	The Journal Of Academic Social Science Studies, 6(1), 587-608.	Medya
88	2013	Yılmaz Kürşad Ersoyol Habibe	Medyanın Değişen Çocukluğa Etkisi Konusunda Veli, Öğretmen ve Öğretmen Adaylarının Görüşleri	The Journal Of Academic Social Science Studies, 6(4).	Medya
89	2014	Tanrıverdi Haluk Sağır Sena	Lise Öğrencilerinin Sosyal Ağ Kullanım Amaçlarının ve Sosyal Ağları Benimseme Düzeylerinin Öğrenci Başarısına Etkisi	Adıyaman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, (18), 775-822.	Sosyal Medya
90	2014	Çakır Fatma	TV Dizilerinin Destinasyon İmajı Üzerine Etkisi	Adnan Menderes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 1(2), 80-89.	Televizyon
91	2014	Ateş Vildan Şahin Sami	Yüksek Lisans Öğrencilerinin Okuma Alışkanlıklarına Bilgisayar ve Sosyal	Ahi Evran Üniversitesi Kırşehir Eğitim Fakültesi	Sosyal Medya

			Medya Teknolojilerinin Etkileri	Dergisi, 15(2), 1-16.	
92	2014	Kurt Elif Altun Taner	Televizyon Reklamlarının İlkokul Öğrencilerinin Beslenme Alışkanlıklarına Etkisi Üzerine Bir İnceleme	Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi, 2(7), 393-408.	Reklam
93	2014	İlhan Erol Aydoğdu Erhan Aydoğdu Görgülü Adalet	Medya Okuryazarlığı Dersi ve Televizyon Algısına Etkisi (Ankara Örneği)	Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, (21), 42-58.	Medya
94	2014	Aktaş Songül	Medyanın Kadın Estetiği Üzerine Etkileri ve Ebenin Rolü	Anadolu Hemşirelik ve Sağlık Bilimleri Dergisi, 17(3), 187-195.	Medya
95	2014	Genel Mehmet Gökhan	Etkili Bir Propaganda Aracı Olarak Medyanın Bireylerin Siyasal Tercihine Etkisi "Yalova İli Örneği"	Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 18(1), 45-60.	Sosyal Medya
96	2014	Temizyürek Fahri Acar Ümran	Çizgi Filmlerdeki Subliminal Mesajların Çocuklar Üzerindeki Etkisi	Cumhuriyet Uluslararası Eğitim Dergisi, 3(3), 25-39.	Sinema
97	2014	Kırık Ali Murat	Aile ve Çocuk İlişkisinde Sosyal Medyanın Yeri: Nitel Bir Araştırma	Eğitim ve Öğretim Araştırmaları Dergisi, 3(1), 337-347.	Sosyal Medya
98	2014	Okumuş Melis Karadağ Esen	Popüler Müziklerin Okul Öncesi Dönem Çocukları Üzerindeki Etkisi	Eğitim ve Öğretim Araştırmaları Dergisi, 3(4), 289-297.	Medya
99	2014	Özgan Habib Arslan Cüneyt Mustafa Kara Mevlüt	Popüler Kültürün Öğrenci Davranışları Üzerinde Algılanan Etkileri	Ekev Akademi Dergisi, 18(58), 469-484.	Medya
100	2014	Üsten Aliye Uslu	8. Sınıf Öğrencilerinin Televizyon İzleme Sürelerinin Okuma Alışkanlıkları Üzerine	Electronic Turkish Studies, 9(3), 1511-1521.	Televizyon

Türkiye’de Kitle İletişim Etki Araştırmaları Üzerine Yayımlanan Makaleler Bibliyografyası (2007-2017)

		Etkisi			
101	2014	Deviren Vatansever Nursen Yıldız Onur	Sosyal Medya Kullanımının Ekonomik, Sosyal ve Siyasi Etkileri	Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi, 13(5), 75-98.	Sosyal Medya
102	2014	Çelik Sabahattin	Sosyal Medyanın Pazarlama İletişimine Etkileri	Erciyes İletişim Dergisi, 3(3), 28-42.	Sosyal Medya
103	2014	Albar Özbucak Banu	Tüketicilerin Özel Markalı Ürünleri Satın Almasına Tutundurma Stratejilerinin Etkisi: Giresun İlinde Bir Uygulama	Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 24(1), 99-116.	Reklam
104	2014	Kamiloğlu Yurttaş Özge Fatma	Sosyal Medyanın Bilgi Edinme ve Kişisel Gelişim Sürecine Katkısı ve Lise Öğrencileri Üzerine Bir Alan Çalışması	Galatasaray Üniversitesi İletişim Dergisi, (21), 129-150.	Sosyal Medya
105	2014	Cengiz Ekrem Aslan Zeynep	Sosyal Forum Sitelerinde Paylaşılan Öneri ve Yorumların Satın Alma Davranışı Üzerine Etkisi: Facebook Örneği	Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 5(9), 76-89.	Sosyal Medya
106	2014	Başgöze Pınar Kazancı Şerife	Ürün Yerleştirme ve Reklama İlişkin Tutumların Satın Alma Eğilimi ve Marka İmajı Üzerine Etkileri	Hacettepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 32(1), 29-54.	Reklam
107	2014	Duman Büyükkayacı Nuriye Yılmazel Gülşay Başçı Akbulut Burcu	Kültürel Değişimin Türk Televizyon Reklamlarındaki Kadın İmajına Etkisi	Hitit Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 7(1), 60-69.	Televizyon
108	2014	Dilek Penpece Elife Yılmaz	Demografik Değişkenler ve Dizi Türünün Dizi Tanıtım Mecralarına Etkisi Üzerine Bir Araştırma	İşletme Araştırmaları Dergisi, 1.-(1), 31-52.	Televizyon
109	2014	Erol Günay	Gençlerin Sosyal Medya Kullanımı ve Sosyal	Journal of International Social	Sosyal

		Hassan Azize	Medya Kullanımının Tatil Tercihlerine Etkisi	Research, 7(31).	Medya
110	2014	Haciefendioğlu Şenol	Sosyal Medyada Yer Alan Markalara İlişkin Marka İmajının Güven Üzerindeki Etkisi	Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, (27), 87-96.	Sosyal Medya
111	2014	Korkut Altuna Oylum Arslan F. Müge	Dizilerindeki Başrol Erkek Oyuncuların Marka Denkliği Boyutlarının Karşılaştırılması ve Tüketicinin Satın Alma Niyetine Etkileri: Üniversite Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma	Marmara Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, 36(1), 187-213.	Televizyon
112	2014	Özmen Cengiz Er Harun Ünal Fatma	Televizyon Dizilerinin Tarih Bilinci Üzerine Etkisi" Muhteşem Yüzyıl Dizisi Örneği"	Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 11(25), 409-426.	Televizyon
113	2014	Damlapınar Zülfikar	Medya Okuryazarlığı Dersi Tercihlerine Göre İlköğretimdeki Çocukların Medya Tutumları ve Davranışları	Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, 8(2), 177-191.	Medya
114	2014	İşler Büyüker Didar	Televizyon Reklamlarında Ünlü Kişilerin Kullanılmasının Satın Alma Davranışlarına Etkisi: Cinsiyet Ekseninde Bir İnceleme	Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi, 5(11), 110-134.	Reklam
115	2014	Duman M. Zeki	Sosyal Medya Kullanımının Öğrencilerin Sosyal İlişkileri ve Okul Başarıları Üzerindeki Etkisi	Toplum ve Demokrasi Dergisi, 2(3), 93-112.	Sosyal Medya
116	2014	Sütçü S. Cem	Sosyal Medya Gazeteleri Nasıl Etkiliyor? Haberlerin Twitter'da	Turkish Online Journal of Design Art and Communication,	Sosyal Medya

Türkiye’de Kitle İletişim Etki Araştırmaları Üzerine Yayımlanan Makaleler Bibliyografyası (2007-2017)

		Bayrakçı Serkan	Yayımları Üzerine Bir Araştırma	4(2), 40-52.	
117	2014	Sezer Fahri Sağay Fatih	Bilgisayar ve Televizyon Kullanımının Lise Gençliği Üzerine Etkisi	Uluslararası Hakemli Aile Çocuk ve Eğitim Dergisi, 2(3), 63-75.	Televizyon
118	2014	Okur Alpaslan Süğümlü Üzeyir Göçen Gökçen	Uyarlama Sinema Filmlerinin Ortaokul, Lise ve Üniversite Öğrencilerinin Okuma Eğilimleri Üzerindeki Etkisi	Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi, 7(33), 667-685.	Sinema
119	2014	Toksarı Murat Bayraktar Muhammet Mürütsoy Mehmet	Tüketici Algılarını Etkileyen Faktörlerde Sosyal Medyanın Rolü: Niğde Üniversitesi İİBF Örneği	Uşak Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 7(4), 1-28.	Sosyal Medya
120	2014	Özer Koralp Elif	Çalışanların Twitter Kullanımının, Kurum İmajına Etkisi: Türkiye’de Bir Anket Çalışması	Yaşar Üniversitesi E-Dergisi, 9(35), 6138-6158.	Sosyal Medya
121	2015	Türkmenoğlu Harun	Televizyon Reklamlarında Animasyon Kullanımı: Animasyon Öğelerinin Hatırlanma Etkisi	Akdeniz Sanat Dergisi 8(16), 51-69.	Televizyon
122	2015	Kazancı Şerife Başgöze Pınar	Sosyal Medya Algısının, Marka Kredibilitesinin ve Marka Prestijinin Satın Alma Eğilimi Üzerine Etkileri	Ankara Üniversitesi SBF Dergisi, 70(2), 435-456.	Sosyal Medya
123	2015	Aytekin Pınar Yakın Volkan	Duygusal ve Rasyonel Sosyal Reklam Mesajlarının Etkililiği Üzerine Bir Araştırma	Çankırı Karatekin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 6(1), 507-526.	Reklam
124	2015	Öztürk Kelleci Özge Tetik Erkan	Sosyal Ağ Destekli Bilişim Teknolojileri Eğitiminin Öğrencilerin Akademik Başarılarına Etkisi	Education and Science (TEDMEM) 10(3), 151-168.	Sosyal Medya
125	2015	Mil Halil İbrahim	Sporda Şiddet ve Medya Etkisi: Bir Maçın Analizi	Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi,	Sosyal Medya

		Şanlı Savaş		14(55), 231-247.	
126	2015	İlhan Erol	Medya Okuryazarlığı Dersi ve Yeni Medya Algısına Etkisi	Erciyes İletişim Dergisi, 4(1), 52-68.	Medya
127	2015	Çavuşoğlu Hüseyin Pekmaya Mehmet	Siyasal Propaganda Araçlarının Seçmen Tercihine Etkisi: Zonguldak Örneği	Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İİBF Dergisi, 10(3), 91-115.	Medya
128	2015	Şener Gülüm Emre Öğün Perrin Akyıldız Fatih	Türkiye’de Sosyal Medyanın Siyasi Katılıma Etkileri	Folklor/Edebiyat Dergisi, 21(83), 75-98.	Sosyal Medya
129	2015	Koçer Sunçem	Belgesel Filmler Toplumsal Dönüşüme Etki Edebilir Mi? Koalisyon Modeli ve Benim Çocuğum Örneği	Global Media Journal: Turkish Edition, 5 (10), 208-226.	Sinema
130	2015	Cıngı Mustafa	Online Pazarlama İletişiminde Kullanılan Video İçeriklerinin Ürün Tanıtımına Etkisi	Humanities Sciences, 10(4), 145-163.	Sosyal Medya
131	2015	Çetin Erdal	Çocuk ve Gençlerin Televizyonda Maç İzleme Alışkanlıklarının Spordaki Şiddet Eylemlerine Etkileri	International Journal Of Science Culture and Sport, 3, 828-844.	Televizyon
132	2015	Önder Alev Dağal Asude	3-6 Yaş Grubu Çocukların Ailelerinin Görüşlerine Göre Çocukların Reklamlardan Etkilenme Düzeylerinin Çeşitli Değişkenlere Göre İncelenmesi	International Journal of Social Science, 35, 1-12.	Reklam
133	2015	Vodinalı Selcen	Tüketim Kültürü Bağlamında Reklam ve Çocuklar Üzerindeki Etkileri: “Maret Yoook Mu? Reklamı Üzerine Bir Çözümleme”	International Journal of Social Sciences and Education Research, 2(1), 197-222.	Reklam
134	2015	Yıldırım Ali	Devlet-Vatandaş İlişkisinde Kamu Web	İletişim Çalışmaları	Sosyal

Türkiye’de Kitle İletişim Etki Araştırmaları Üzerine Yayımlanan Makaleler Bibliyografyası (2007-2017)

			Siteleri ve Sosyal Medyanın Etkisi	Dergisi, 1(1), 1-14.	Medya
135	2015	Öze Nuran	Kıbrıslı Türklerin Tüketim Alışkanlıklarının Değişim ve Dönüşümünde Gazete Reklamlarının Etkileri: 1946-1948	İstanbul Arel Üniversitesi İletişim Çalışmaları Dergisi, 4(8), 51-81.	Gazete
136	2015	Yaman Fikret Göçkan İhsan	Kamu Spotu Reklamlarının Sigara Kullanıcıları Üzerindeki Etkisi: Afyonkarahisar İlinde Bir Uygulama	İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 6(11), 53.	Televizyon
137	2015	Eşitti Şakir Işık Mehmet	Sosyal Medyanın Yabancı Turistlerin Türkiye’yi Tatil Destinasyonu Olarak Tercih Etmelerine Etkisi	Karadeniz Uluslararası Bilimsel Dergi, 1(27), 11-33.	Sosyal Medya
138	2015	Demirtaş Mehmet Can Orçun Çağatay	Siyasal Pazarlama Uygulamalarının İlk Kez Oy Kullanacak Seçmenler Üzerindeki Etkilerine Yönelik Bir Araştırma	Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi, 2015(1), 41-48.	Medya
139	2015	Eser Bahadır Hamza Güler Ömer	Sosyal Medya ve Sosyal Ağların Siyasal Katılım Üzerine Etkisi-SDÜ Örnek Olayı	Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 7(12), 196-219.	Sosyal Medya
140	2015	Çeken Birsen Yıldız Elif	Renklerin Reklam Algısı Üzerindeki Etkisi: 2012 Kırmızı Reklam Ödülleri	Sanat Eğitim Dergisi, 3(2), 129-146.	Reklam
141	2015	Sine Rengim	Sosyal Medyanın Toplumsal Etkileri Bağlamında “Black Mirror” Dizisinin Alınlanması	Selçuk Üniversitesi Türkiyat Araştırmaları Dergisi, 1(37), 457-481.	Sosyal Medya
142	2015	Çetinkaya Ahmet Şahin Erkut Özgür Arslan Ahmet	Televizyon İzleme Davranışına Sosyal Medya ve İkincil Ekran Kullanımının Etkileri	Sosyal Bilimler Dergisi, 2(4), 151-168.	Televizyon

Kırık Murat Ali					
143	2015	Elmas Onur Kete Seda Hızlısoy Sevim Selen Kumral Nuray Hayriye	Teknolojik Cihaz Kullanım Alışkanlıklarının Okul Başarısı Üzerine Etkisi	Süleyman Demirel Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü Dergisi, 6(2). 49-54.	Sosyal Medya
144	2015	Okur Duran Hatice Özkul Metin	Modern İletişimin Ara yüzü: Sanal İletişim Sosyal Paylaşım Sitelerinin Toplumsal İlişki Kurma Biçimlerine Etkisi (Facebook Örneği)	Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, (21), 213-246.	Sosyal Medya
145	2015	Barbaroğlu Ayhan	Televizyonun Okul Öncesi Dönem Çocuklarının İşbirliği Davranışlarına Etkisi	The Journal Of Academic Social Science Studies, 32(1), 335-355.	Televizyon
146	2015	Battallar Zeynep Cömert Menekşe	Tüketicilerin Tercihlerinde Sosyal Medyadaki Reklamların Etkisi	Turizm Akademik Dergisi, 2(1), 39-48.	Sosyal Medya
147	2015	Yıldız Erol Murat	Çizgi Film ve Bilgisayar Oyunlarının 5-6 Yaş Grubu Çocukların Sanatsal Gelişimi Üzerine Etkileri	Turkish Studies (Elektronik), 10(15), 841-856.	Sinema
148	2015	Güral Melda Önder Alev	Televizyon İzleme Süresinin Okul Öncesi Eğitim Kurumuna Devam Eden 60-72 Aylık Çocukların Sosyal Becerileri Üzerindeki Etkisinin İncelenmesi	Turkish Studies (Elektronik), 10(7), 467-488.	Televizyon
149	2015	Korkmaz Murat Saçan Selvinaz Yücel Ali Serdar Gürhan Ayça Kırık Ali Murat	Çocuk İstismarı ve Cinsel İstismarın Önlenmesinde Medyanın Rolünün İncelenmesi	Uluslararası Hakemli Psikiyatri ve Psikoloji Araştırmaları Dergisi 3(2), 1-32.	Sosyal Medya
150	2016	Doğan Uğur	Lise Öğrencilerinde Problemlili Akıllı Telefon	Adıyaman Üniversitesi Sosyal	Sosyal

Türkiye’de Kitle İletişim Etki Araştırmaları Üzerine Yayımlanan Makaleler Bibliyografyası (2007-2017)

		Tosun İlçin Nurcan	Kullanımının Sosyal Kaygı ve Sosyal Ağların Kullanımına Aracılık Etkisi	Bilimler Enstitüsü Dergisi, (22), 99-128.	Medya
151	2016	Türköz Şükrü	Siyasal Toplumsallaşma Sürecinde Kitle İletişim Araçları ve Sosyal Medyanın Rolü	Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 18(1), 97-104.	Sosyal Medya
152	2016	Metin Osman	Sosyal Medyanın Siyasal Toplumsallaşmaya Etkileri: Bir Alan Araştırması	Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 18(2), 221-267.	Sosyal Medya
153	2016	Güzel Özdemir Serap Aktaş Gürhan	Türk Televizyon Dizilerinin Destinasyon İmajına ve Seyahat Etme Eğilimine Etkisi: Atina Örneği	Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi, 27(1), 111-124.	Televizyon
154	2016	Polat Can İlker Çetin	Sosyal Medya Pazarlamasından Elde Edilen Faydaların Tüketici ve Marka Bağımlılığına Etkisi Üzerine Bir Araştırma	Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, 30(4), 885-906.	Sosyal Medya
155	2016	Lokman Cerrah	Sosyal Medya ve Bazı Kurumsal Etkileşimler ve Sosyal Medyaya Eleştirel Yaklaşım	Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 20(4), 1393-1414.	Sosyal Medya
156	2016	Can Lütüfiye Serhateri Ayhan	Sosyal Medya Reklamlarının Markaya Yönelik Tutuma Etkisi: Facebook Üzerinde Bir Uygulama	Balkan ve Yakın Doğu Sosyal Bilimler Dergisi, C. 2016:02(03), 16-28.	Sosyal Medya
157	2016	Alioğlu Nazan	Duygusal Tatmin Aracı Olarak Sosyal Medya Kullanımı Üzerine Bir Alan Araştırması	Beykent Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 9(2), 1-27.	Sosyal Medya
158	2016	Mucan Burcu Tanyeri Mustafa	Sosyal Medya Ortamındaki Alışveriş Deneyiminin Sosyal Medyadan Satın Alma Niyetine Etkisi ve Bir	Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 18(4), 677-692.	Sosyal Medya

Uygulama					
159	2016	Aktan Ercan Koçyiğit Murat	Sosyal Medya'nın Turizm Faaliyetlerindeki Rolü Üzerine Teorik Bir İnceleme	Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 62-73.	Sosyal Medya
160	2016	Doğan Uğur	Lise Öğrencilerinin Sosyal Ağ Siteleri Kullanımının Mutluluk, Psikolojik İyi-Oluş ve Yaşam Doyumlarına Etkisi: Facebook ve Twitter Örneği	Education and Science (TEDMEM) 41(183), 217-231.	Sosyal Medya
161	2016	Atmaca Çağla	Medya Okuryazarlığı Dersinin Öğretmen Adayları Üzerindeki Etkileri	Ege Eğitim Dergisi, 17(2), 442-480.	Medya
162	2016	Şiker Perihan Horzum Işıl	Televizyon Reklamlarında Yer Alan Ünlülerin Marka Farkındalığı Yaratmada Etkisi	Erciyes İletişim Dergisi, 4(3), 58-66.	Reklam
163	2016	Ustaahmetoğlu Erol	Televizyon Reklamlarında Standart Dile Karşı Şiveli Dilin Etkisinin Belirlenmesi Üzerine Bir Araştırma	Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İİBF Dergisi, 11(1), 135-156.	Reklam
164	2016	Keskin Sena Baş Mehmet	Sosyal Medyanın Tüketici Davranışları Üzerine Etkisinin Belirlenmesi	Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 17(3), 51-69.	Sosyal Medya
165	2016	Adalı Aydın Gülten	Reklamlar ve Diziler Bağlamında Bir Popüler Kültür İncelemesi: Muhteşem Yüzyıl Dizisinin Reklam Metinlerine Etkisi	Global Media Journal: Turkish Edition, 7(13), 137-150.	Reklam
166	2016	Onurlubaş Ebru Dinçer Derya	Tüketicilerin Ağızdan Ağıza ve Viral Pazarlama Algılarına Etki Eden Faktörlerin Analizi	Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Elektronik Dergisi, 7(17), 184-202.	Sosyal Medya
167	2016	Zorlu Yaşar	Medyadaki Şiddet ve	Humanities Sciences,	Medya

Türkiye’de Kitle İletişim Etki Araştırmaları Üzerine Yayımlanan Makaleler Bibliyografyası (2007-2017)

			Etkileri	11(1), 13-32.	
168	2016	Topal İbrahim Temizkan Volkan	Tüketicilerin Mobil Sosyal Medya Kullanımının Marka Farkındalığına Etkisi	İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi, 5(5), 1456-1473.	Sosyal Medya
169	2016	Leblebici Koçer Leyla Arslan Koçkaya Figen	Tüketicilerin Sosyal Medya Reklamlarına Yönelik Tutum ve Düşüncelerinin Satın Alma Davranışlarına Etkisi	Journal of International Social Research, 9(43), 2052-2062.	Sosyal Medya
170	2016	Akdu Uğur Akın Mehmet Halit	Film ve Dizilerin Destinasyon Tercihine Etkileri	Journal of International Social Research, 9(45), 1042-1052.	Televizyon
171	2016	Erciş Serdar Çat Kalafat	Marka Farkındalığı ve Mizah İçerikli Televizyon Reklamlarının Marka Farkındalığına Etkileri: Atatürk Üniversitesinde Bir Uygulama	Kafkas Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 7(13), 189-199.	Televizyon
172	2016	Tosyalı Hikmet Sütçü Sefa Cem	Sağlık İletişiminde Sosyal Medya Kullanımının Bireyler Üzerindeki Etkileri	Maltepe Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, 3(2), 3-22.	Sosyal Medya
173	2016	Balıkçioğlu Betül Volkan Pelin	Sosyal Medya, Televizyon ve Akran İletişiminin Materyalizm ve Gösteriş Tüketimi Üzerindeki Etkisi: Tüketici Sosyalleşmesi Perspektifi	Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 13(35), 299-319.	Sosyal Medya
174	2016	Tosun Babür Nurhan Dereli Burak Aytaç	Reklamda Parodi Kullanımının Marka İmajına Etkisi	Öneri Dergisi, 12(46), 321-338.	Reklam
175	2016	Demir Ümit	Sosyal Medya Kullanımı ve Aile İletişimi: Çanakkale’de Lise Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma	Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, 9(2), 27-50.	Sosyal Medya

176	2016	Sözen Mustafa	Filmlerde Müzik Kullanılmamasının Anlatımsal Etkileri: Örnekler, Analizler	Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, 9(3), 224-248.	Sinema
177	2016	Sezgin Murat Farıma Mehtap	Tüketim Kültüründe Yeni Soyut İhtiyaçlar Yaratırken Televizyon Reklamlarının Rolü ve İşlevi	Siyaset, Ekonomi ve Yönetim Araştırmaları Dergisi, 4(4), 55-69.	Reklam
178	2016	Köprülü Günay Sevtap	Çizgi Film Çevirisinde Onomastik Etki	Söylem Filoloji Dergisi, 1(2), 157-167.	Sinema
179	2016	Erdem Haluk Kalkın Gökdeniz Türen Ufuk Deniz Mehmet	Üniversite Öğrencilerinde Mobil Telefon Yoksunluğu Korkusunun (Nomofobi) Akademik Başarıya Etkisi	Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 21(3), 923-936.	Sosyal Medya
180	2016	Yanık Akan	Yeni Medyalardaki Akış Deneyiminin Risk Algısı ve Online Turistik Satın Alma Niyetine Etkisi	The Journal Of Academic Social Science Studies, 42, 385-408.	Medya
181	2016	Pazarbaşı Betül	Küresel Eğlence Endüstrisinde Yaşanan Gelişimin Televizyon Programları İle Dizi Filmler Üzerindeki Etkileri	TRT Akademi, 1(01), 170-187.	Televizyon
182	2016	Oruç Şahin Teymuroğlu Burcu	Sosyal Bilgiler Öğretiminde Çizgi Film Kullanımının Öğrencilerin Akademik Başarılarına Etkisi	Uluslararası Alan Eğitimi Dergisi, 2(2), 92-106.	Televizyon
183	2016	Aydın Ali Muhammed	İş Dünyası, GSM Firmaları ve Sosyal Medya Etkisi	Uluslararası Sosyal Bilimler Dergisi, 4(22), 395-412.	Sosyal Medya
184	2016	Yetim Gamze Sarıçam Hakan	Çizgi Film Programlarının Çocuklara Etkisi Konusunda Ailelerin Bilgi ve Farkındalık Düzeylerinin	Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi, 6(11), 344-345.	Sinema

Türkiye’de Kitle İletişim Etki Araştırmaları Üzerine Yayımlanan Makaleler Bibliyografyası (2007-2017)

		İncelenmesi			
185	2017	Sayın Alper Ahmet Armağan Muhammet Karakulle İsmail	Sosyal Medyanın Tüketici Davranışları Etkileri Üzerine Üniversite Öğrencilerine Yönelik Bir Araştırma	Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi, 5(46). 437-452.	Sosyal Medya
186	2017	Güllülü Uğur Büyük Dağcı Hatice	Açık Hava Reklamlarına Yönelik Tutumu Oluşturan İnanç Faktörlerinin Satın Alma Niyeti Üzerindeki Etkisi	Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 21(1), 331-346.	Reklam
187	2017	Semerci Nureyi Kalçık Cansu	Televizyonda Yayınlanan Dizilerin Lise Öğrencilerinin Yaşam Boyu Öğrenmesine Etkisine İlişkin Öğrenci Görüşleri	Bartın Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi, 6(1), 237-262.	Televizyon
188	2017	Koçak Mevlüt Can	Siyasal Bilgilenmede Sosyal Medyanın Rolü ve Etkinliği: Necmettin Erbakan ve Selçuk Üniversitesi Örneği	Electronic Turkish Studies, 12(23), 187-202.	Sosyal Medya
189	2017	Altıntaş Meryem	Sosyal Medya Medyası ve Şiddet: Sosyal Medyada Sunulan Şiddet Haberlerinin Toplum Üzerindeki Etkisi	Erciyes İletişim Dergisi, 5(1), 182-192.	Sosyal Medya
190	2017	Kürkçü Dumanlı Duygu	Haber Tweetleri Üzerinden Kullanıcı Etkileşiminin Analizi	Erciyes İletişim Dergisi, 5(1), 314-324.	Sosyal Medya
191	2017	Özgül Bülent	Medyanın Siyasi Liderlik Beklentilerine Etkisi	Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi, 5(1), 201-229.	Medya
192	2017	Yücel Can	Sosyal Medya Kafeye Gitme Alışkanlığının Öğrencilerin Sosyal Çevreyle Olan İlişkilerine Etkisi	Hacettepe Üniversitesi Türkiyat Araştırmaları (HÜTAD), (8), 55-68.	Sosyal Medya
193	2017	Sezer Özlem	Küreselleşmenin Medya İşletmelerine Etkileri	International Journal of Social Sciences and Education Research, 3	Televizyon

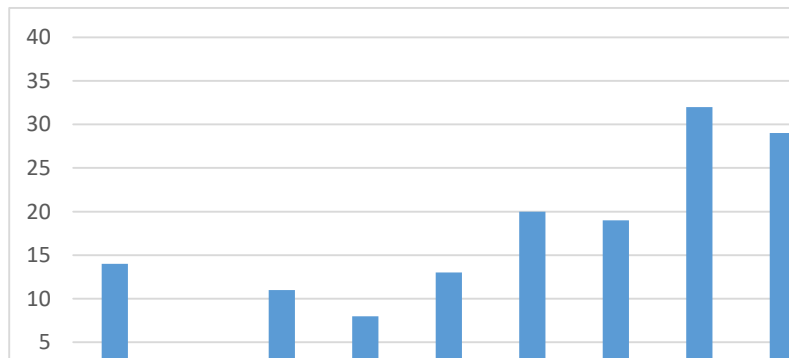
(4), 1418-1431.					
194	2017	Türkoğlu Semiz Hülya	Çocukların Televizyon İzleme Davranışlarında Medya Okuryazarlığı Dersinin Etkisi Üzerine Bir Alan Araştırması	İnönü Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi (İNİF E-Dergi), 4, 8-51.	Televizyon
195	2017	Söyleyici Tuğçe Gülin Bozkurt Çetinkaya Özlem	Sosyal Medya ve Tüketici Davranışları İlişkisi: Türkiye'deki Sosyal Medya Kullanıcıları Üzerine Bir Araştırma	Kesit Akademi Dergisi, (9), 36-54.	Sosyal Medya
196	2017	Oran Tuna Nazan Toz Hatice Küçük Tuğba Uçar Vahide	Medyanın Kadınların Beslenme Alışkanlıkları, Besin Seçimi ve Tüketimi Üzerindeki Etkileri	Life Sciences, 12(1), 1-13	Medya
197	2017	Kar Bütün Eda Elma Cevat	Medya Destekli Öğretimin Hayat Bilgisi Dersinde Akademik Başarıya ve Öğrenmede Kalıcılığa Etkisi	Mersin Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi, 13(2), 531-549.	Medya
198	2017	Akyıldız Seçkin Çakmak Bülent Alayunt N. Fazilet Karakitapoğlu Anıl N	Tarım Sektöründe İş Sağlığı ve Güvenliği Kültürünün Geliştirilmesinde Medyanın Etkisi	Mühendislik Bilimleri ve Tasarım Dergisi, 5, 257-261.	Medya
199	2017	Tutkun F Ömer Demirtaş Zeynep Açıkgöz Tacettin Tekşal Demirel Sevil	Televizyon ve Dijital Oyunların Ortaokul Öğrencilerinin Şiddete Eğilimine Etkisi	PESA Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi, 3(2), 83-91.	Televizyon
200	2017	Özcan Barış Akıncı Zeki	Sosyal Medyanın Üniversite Öğrencilerinin Tüketici Davranışları Üzerinde Etkisi: Turizm	Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi, 8(18), 141-154.	Sosyal Medya

Türkiye’de Kitle İletişim Etki Araştırmaları Üzerine Yayımlanan Makaleler Bibliyografyası (2007-2017)

Fakültesi Örneği					
201	2017	Bekar Pınar Arıkan Duygu	Çocukların Televizyon İzleme Durumlarının Davranış Problemlerine Etkisi	Türkiye Klinikleri Journal of Nursing Sciences, 9(3), 185-192.	Televizyon
202	2017	Özdemir Sinem	1938-1950 Yılları Arasında Türkiye’de Gösterime Giren Arap/Mısır Filmlerinin Türk Müziğine Etkisi	Uluslararası Bilimsel Araştırmalar Dergisi (IBAD), 2(2), 382-388.	Sinema
203	2017	İlban Oğuzhan Güleç Emin	Sosyal Medya Kullanma Motivasyonlarının Turistik Deneyim Üzerindeki Etkisinin Belirlenmesi	Uluslararası İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, 3(1), 35-49.	Sosyal Medya
204	2017	Gençoğlu Pelin Bağlıtaş Hilal Kuşkaya Sevda	Sosyal Pazarlama Aracı Olarak Kamu Spotlarının Birey Davranışları Üzerindeki Etkileri: Parametrik Olmayan İstatistiksel Bir Analiz	Uluslararası Sosyal Araştırma Dergisi, 10(48), 622-629.	Sosyal Medya
205	2017	Yanar Kıvanç Yılmaz Kadri Gökhan	Sosyal Medyanın Satın Alma Öncesi ve Sonrası Tüketici Davranışına Etkisi Üzerine Bir Araştırma	Yönetim, Ekonomi ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi, 1(2), 24-40.	Sosyal Medya

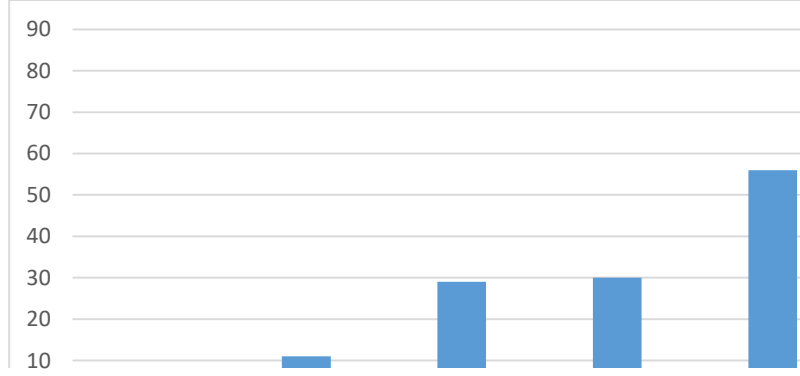
Verilerin Analizi

Grafik 1. 2007-2017 yılları arasında Kitle İletişim Etki Araştırmaları Yıllara Göre Yayın Sayısı



Yukarıdaki tablo incelendiğinde 2007’de 14, 2008’te 3, 2009’da 11, 2010’da 8, 2011’de 13, 2012’de 20, 2013’te 19, 2014’te 32, 2015’te 29, 2016’da 35 ve 2017 yılında ise 21, toplam 205 çalışma yapıldığı tespit edilmiştir.

Grafik 2. 2007 -2017 Yılları Arasında Yazılan Makalelerin Alanlara Göre Sınıflandırılması



Çalışmada makaleler alanlara ayrılmıştır. Bu alanlardan ‘Gazete’ alanında 3, ‘Sinema’ alanında 11, ‘Medya’ alanında (kitle iletişim araçlarının geneline yönelik çalışmalar bu alanda toplanmıştır) 28, ‘Reklam’ alanında 30, ‘Televizyon’ alanında 53, ‘Sosyal Medya’ alanında 80 çalışma yapıldığı tespit edilmiştir.

Tablo 2 Makalelerin Yer Aldığı Dergiler

Dergi Adı	Makale Sayısı
1 Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi	15
2 Erciyes İletişim Dergisi	6
3 İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi	6
4 The Journal Of Academic Social Science Studies	4
5 Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi	3
6 Eğitim ve Öğretim Araştırmaları Dergisi	3
7 Ekev Akademi Dergisi	3
8 Electronic Turkish Studies	3
9 Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi	3
10 Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi	3
11 Journal of International Social Research	3

Türkiye’de Kitle İletişim Etki Araştırmaları Üzerine Yayımlanan Makaleler Bibliyografyası (2007-2017)

12	Marmara İletişim Dergisi	3
13	Öneri Dergisi	3
14	Selçuk Üniversitesi Türkiyat Araştırmaları Dergisi	3
15	Turkish Online Journal of Design Art and Communication	3
16	21. Yüzyılda Eğitim ve Toplum Eğitim Bilimleri ve Sosyal Araştırmalar Dergisi	2
17	Adıyaman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi	2
18	Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi	2
19	Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi	2
20	Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi	2
21	Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi	2
22	Çankırı Karatekin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi	2
23	Education and Science (TEDMEM)	2
24	Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İİBF Dergisi	2
25	Galatasaray Üniversitesi İletişim Dergisi	2
26	Global Media Journal: Turkish Edition	2
27	Humanities Sciences	2
28	International Journal of Social Science	2
29	International Journal of Social Sciences and Education Research	2
30	İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi	2
31	İşletme Araştırmaları Dergisi	2
32	Kuram ve Uygulamada Eğitim Bilimleri	2
33	Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi	2
34	Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi	2
35	Sosyal Bilimler Dergisi	2
36	Süleyman Demirel Üniversitesi Fen-Edebiyat Fakültesi Sosyal Bilimler Dergisi	2

37	Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi	2
38	Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi	2
39	Turkish Studies (Elektronik)	2
40	Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi	2
41	Adli Bilimler Dergisi	1
42	Adnan Menderes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi	1
43	Ahi Evran Üniversitesi Kırşehir Eğitim Fakültesi Dergisi	1
44	Akademik Bakış Dergisi	1
45	Akdeniz Sanat Dergisi	1
46	Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi	1
47	Anadolu Hemşirelik Ve Sağlık Bilimleri Dergisi	1
48	Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi	1
49	Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi	1
50	Ankara Üniversitesi SBF Dergisi	1
51	Balkan ve Yakın Doğu Sosyal Bilimler Dergisi	1
52	Bartın Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi	1
53	Beykent Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi	1
54	Bilgi Dünyası Dergisi	1
55	Cumhuriyet Uluslararası Eğitim Dergisi	1
56	Çocuk Sağlığı ve Hastalıkları Dergisi	1
57	Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi	1
58	Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi	1
59	Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi	1
60	Ege Eğitim Dergisi	1
61	Erzincan Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi	1
62	Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi	1
63	Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi	1

Türkiye’de Kitle İletişim Etki Araştırmaları Üzerine Yayımlanan Makaleler Bibliyografyası (2007-2017)

64	Folklor/Edebiyat Dergisi	1
65	Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi	1
66	Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi	1
67	Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi	1
68	Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Elektronik Dergisi	1
69	Hacettepe Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Dergisi	1
70	Hacettepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi	1
71	Hacettepe Üniversitesi Türkiyat Araştırmaları Dergisi (HÜTAD)	1
72	Hitit Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi	1
73	International Journal Of Science Culture And Sport	1
74	International Turgut Özal Congress On Business, Economics and Political Science II	1
75	İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi	1
76	İletişim Çalışmaları Dergisi	1
77	İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi	1
78	İlköğretim Online Dergisi	1
79	İnönü Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi	1
80	İstanbul Arel Üniversitesi İletişim Çalışmaları Dergisi	1
81	İstanbul Aydın Üniversitesi Dergisi	1
82	Journal of Human Sciences	1
83	Journal of Internet Applications and Management	1
84	Journal of Language and Linguistic Studies	1
85	Kafkas Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi	1
86	Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi	1
87	Karadeniz Uluslararası Bilimsel Dergisi	1
88	Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal Ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi	1

89	Kesit Akademi Dergisi	1
90	Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi	1
91	Life Sciences	1
92	Maltepe Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi	1
93	Marmara Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi	1
94	Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi	1
95	Mersin Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi	1
96	Millî Folklor Dergisi	1
97	Muğla Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi	1
98	Mühendislik Bilimleri ve Tasarım Dergisi	1
99	Ondokuz Mayıs Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi	1
100	PESA Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi	1
101	Sakarya İktisat Dergisi	1
102	Sanat Eğitim Dergisi	1
103	Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi	1
104	Siyaset, Ekonomi ve Yönetim Araştırmaları Dergisi	1
105	Sosyal ve Beşeri Bilimler Dergisi	1
106	Söylem Filoloji Dergisi	1
107	Spor Yönetimi ve Bilgi Teknolojileri	1
108	Sport Sciences	1
109	Süleyman Demirel Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü Dergisi	1
110	Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi	1
111	Sürekli Tıp Eğitim Dergisi	1
112	TAF Preventive Medicine Bulletin	1
113	Tarih Kültür ve Sanat Araştırmaları Dergisi	1
114	Tasam Siyasal İletişim Enstitüsü	1
115	Toplum ve Demokrasi Dergisi	1

Türkiye’de Kitle İletişim Etki Araştırmaları Üzerine Yayımlanan Makaleler Bibliyografyası (2007-2017)

116	TRT Akademi Dergisi	1
117	Turizm Akademik Dergisi	1
118	Türk Kütüphaneciliği Dergisi	1
119	Türkiye Klinikleri Journal of Forensic Medicine and Forensic Sciences	1
120	Türkiye Klinikleri Journal of Nursing Sciences	1
121	Uludağ Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi	1
122	Uluslararası Alan Eğitimi Dergisi	1
123	Uluslararası Alanya İşletme Fakültesi Dergisi	1
124	Uluslararası Bilimsel Araştırmalar Dergisi (IBAD)	1
125	Uluslararası Hakemli Aile Çocuk ve Eğitim Dergisi	1
126	Uluslararası Hakemli Psikiyatri ve Psikoloji Araştırmaları Dergisi	1
127	Uluslararası İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi	1
128	Uluslararası Sosyal Bilimler Dergisi	1
129	Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi	1
130	Uşak Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi	1
131	Yaşar Üniversitesi E-Dergisi	1
132	Yönetim, Ekonomi ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi	1

Yukarıdaki tabloya detaylı olarak bakıldığında Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisinin 15 makale ile bu alanda en fazla yayın yapan dergiler arasında ilk sırada, Erciyes Üniversitesi ve İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi dergilerinin 6 adet yayın ile ikinci, The Journal Of Academic Social Science Studies dergisinin ise 4 adet makale ile Kitle İletişim Etki Araştırmaları konusunda en fazla yayın yapan dergiler oldukları görülmektedir. Sıralamayı Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Eğitim ve Öğretim Araştırmaları Dergisi, Ekev Akademi Dergisi, Electronic Turkish Studies, Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi, Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi, Journal of International Social Research, Marmara İletişim Dergisi, Öneri Dergisi, Selçuk Üniversitesi Türkiyat Araştırmaları Dergisi ve Turkish Online Journal of Design Art and Communication dergileri 3 adet yayın ile takip etmiştir. Diğer dergilerin ise birer adet yayın yaptıkları tespit edilmiştir.

Sonuç ve Önerileri

Akademisyenler ve araştırmacıların çalışmalarına yardımcı olabileceği düşünülen bu araştırmada öncelikli olarak çalışmaya ışık tutacak bir bibliyografi çalışması olmaması oldukça şaşırtıcı gelmiştir. Hem siyasi bilimler hem sosyal bilimler ve iletişim bilimleri alanında alan yazın incelemesi olmaması konunun öneminin anlaşılmamış olması ya da araştırmacıların yaptıkları incelemenin kitle iletişim etki araştırmaları kapsamında değerlendirilmediği akla getirmiştir.

Kitle iletişim araçlarının etkinliğine yönelik 2008 yılında 3 çalışma yapılması dikkat çekmektedir. Bu husus o yıllarda araştırmacılara sağlanan gelirlerde TÜBİTAK başta olmak üzere diğer bilimsel çalışmalara sağlanan ekonomik katkının düşürülmesi sonucunda olduğu varsayılabilir.

Diğer yıllarda araştırma sayılarındaki günden güne gözlenen artışın yanı sıra kitle iletişim araçlarının etkinliğine son derece önem verildiği, özellikle bu artışın 2007 Temmuz ayından itibaren Facebook'un Türkiye abonelik sayısının ve buna bağlı olarak Twitter gibi diğer sosyal medya ağlarına katılmanın etkin kullanımına bağlı olduğu düşünülmektedir.

Çalışmada makaleler türlere ayrılmıştır. Bu alanlardan 'Gazete' alanında 3, 'Sinema' alanında 11, 'Medya' alanında (kitle iletişim araçlarının geneline yönelik çalışmalar bu alanda toplanmıştır) 28, 'Reklam' alanında 30, 'Televizyon' alanında 53, 'Sosyal Medya' alanında 80 çalışma yapıldığı tespit edilmiştir. Son yıllarda yapılan çalışmalarla birlikte değerlendirildiğinde özellikle 'Sosyal Medya' alanı üzerinde yapılan araştırmalarda artış olduğu görülmüştür. Bunun sebebinin de Türkiye'de 28 Mayıs- 30 Ağustos 2013 tarihleri arasında yaşanan 'Gezi Parkı Eylemleri'nin sosyal medya üzerinde örgütlenmesinin ardından araştırmacıların sosyal medya'nın etkilerine yönelik araştırmalara daha fazla yöneldiği farz edilebilir.

Çalışmada yukarıda yer alan bilgiler ışığında Kitle İletişim Etki Araştırmaları alanında çalışacak araştırmacılar için önemli bir temel oluşturacağı düşünülmektedir.

21. yüzyıl itibarıyla inanılmaz bir hızla gelişim gösteren kitle iletişim araçlarının toplumlar ve kişiler üzerinde yaratmış olduğu etkiler hem ticari ilişkiler ve siyasal yaşamda hem de akademik camiada merak edilen konular arasında yer almıştır. Başta yüksek lisans ve doktora tezleri olmak üzere tüm çalışmalarda kullanılan kitle iletişimin etkileri konusunda her geçen gün daha fazla bilimsel yayın üretilmekte, araştırma sonuçları ise birçok alan için yol gösterici olmaktadır. Ancak yapılan çalışmalar genellikle mevcut olanın gözden geçirilmesi ya da yenilerinin oluşturulması amacıyla hizmet etmektedir. Başka bir ifadeyle bu tür çalışmalar genellikle baskın sistem tarafında iletişim üzerindeki sosyal kontrolün sürdürülmesi ve genişletilmesi ile ilişkilendirilmektedir. Özel çalışmalar ve bunun altında yatan teorik temel hareket noktası kitleleri yönetmek, oy kullanmaya veya satın almaya teşvik etmek olarak düşünülebilir. Kitle iletişimin etkileri konusundaki araştırmalarda yeni teknolojilerin kullanılma arayışı hem siyasi hem de ekonomik teşvik yönetiminin yürütülmesidir. Bu yollar akademi ve özel şirketlerin işbirliğini artırırken bilim insanlarına statü ve gelir kazandırmakta özel kurumların ise hedeflerine ulaşmalarına hizmet edebilmektedir.

Kaynakça / References

Altun, A. (2014). *Medya Okur Yazarlığı Eğitimine Yönelik Türkçe Yayınlar: Bir Bibliyografya Denemesi*, Ordu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi, 4(9),5-15 URL: <https://dergipark.org.tr/tr/pub/odusobiad/issue/27573/290150>.

Atkinson, R. (1980). *An Application Of Semiotics To The Definition Of Bibliography Studies In Bibliography*, Vol. 33. Published By: Bibliographical Society Of The University Of Virginia.

Aydoğdu, Ş. (2012). *Açıklayıcı Bibliyografi Kütüphanesi Uygulaması*, Akademik Bilişim Konferansı, Antalya: Akdeniz Üniversitesi.

Berger, C. R., and Chaffee, S. H. (1987). *The Study Of Communication As A Science In*, C. R. Berger & S. H. Chaffee (Eds.), *Handbook Of Communication Science* Newbury Park, CA: Sage.

Egan, Margaret E. and Shera, Jesse, H. (1952). *Foundations Of A Theory Of Bibliography, The Library Quarterly*, Volume 22, Number 2, URL: <https://doi.org/10.1086/617874>.

Ergan, M. S. (1994). *Türkiye Müzik Bibliyografyası-Kitaplar-Notalar*, (1929-1993). Konya.

Fraenkel, J. R., and Wallen, N. E. (2006). *How To Design And Evaluate Research In Education*, (6th Ed.). New York, NY: Mcgraw-Hill.

Lasswell, H. D. (1948). *The Structure And Function Of Communication In Society*, In L. Bryson (Ed.), *The Communication Of Ideas: A Series Of Addresses* New York, NY: Cooper Square.

Özkan, A. (2022). *Eleştirel Kuram Bağlamında Türkiye’de Medya-Siyaset İlişkileri*, Nobel Akademik Yayıncılık. Ankara

Yıldırım, A. Ş. (2000). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*, 2. Baskı, Seçkin Yayıncılık. Ankara.

TDK - <https://sozluk.gov.tr/> Erişim Tarihi 19/04/2019

Tarama Yapılan Kaynaklar

- Dergi Park Akademik Tarama
- Gazi Üniversitesi Merkez Kütüphane Katalog Tarama
- Google Akademik Tarama
- Milli Kütüphane Türkiye Makaleler Bibliyografisi
- Ulakbim Akademik Tarama
- Web of Science
- JSTOR
- TR DİZİN
- Oxford Bibliyografi
- TBMM Kütüphanesi Açık Erişim Sistemi