

SOSYAL BİLİMLER ARAŞTIRMALARI DERGİSİ
THE JOURNAL OF SOCIAL SCIENCES RESEARCH

ARAŞTIRMA MAKALESİ

Sosyal Medya ve Popülizm: Bir Bilimsel Haritalama Çalışması

Atıf ÇİÇEKLİ¹

Öz

Sosyal medya, popülist aktörler için siyasal iletişimde merkezi bir araç hâline gelirken, bu platformların demokratik süreçler, kamuoyu oluşturma, siyasal mobilizasyon, dezenformasyon, yankı odaları, algoritmik manipülasyon, duygusal çerçeveleme ve kutuplaşma üzerindeki etkileri giderek daha fazla akademik ilgi çekmektedir. Bu çalışma, sosyal medya ve popülizmi konu edinen akademik literatürü bilimsel haritalama yöntemiyle incelemektedir. Çalışmada, Web of Science (WoS) veritabanında "social media and populism" anahtar kelimeleriyle yapılan tarama sonucunda elde edilen 761 akademik çalışma analiz edilmiştir. Araştırma kapsamında yıllara göre yayın dağılımı, en üretken yazarlar, en fazla atıf alan çalışmalar, popülizm ve sosyal medya alanında en etkili akademik dergiler ve en sık kullanılan anahtar kelimeler belirlenmiştir. Bulgular, sosyal medya ve popülizm çalışmalarında en sık kullanılan kavramların medya, dezenformasyon, kutuplaşma, siyasal iletişim ve demokratik krizler etrafında yoğunlaştığını göstermektedir. 2017-2023 yılları arasında sosyal medya ve popülizm konulu akademik çalışmalar hızla artmış, ancak 2024 itibarıyla bu ivmenin azaldığı görülmüştür. Bununla birlikte, 2024 ABD Başkanlık seçimleri ve küresel popülist hareketlerin yeniden yükselişi, bu alandaki akademik üretimin 2025 ve sonrasında tekrar ivme kazanabileceğini göstermektedir. Sonuç olarak, bu çalışma sosyal medya ve popülizm ilişkisinin akademik literatürde nasıl şekillendiğini anlamak için kapsamlı bir bilimsel haritalama sunmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Sosyal Medya, Popülizm, Bilimsel Haritalama, Gerçek Ötesi

¹ Dr. İçişleri Bakanlığı, Amasya Valiliği, Amasya/Türkiye, ORCID:0000-0002-3391-3805, e-posta: atifcicekli@gmail.com (Sorumlu Yazar)

Social Media and Populism: A Science Mapping Study

Atıf ÇİÇEKLi¹

ABSTRACT

Social media has become a central tool for political communication for populist actors, while its impact on democratic processes, public opinion formation, political mobilization, disinformation, echo chambers, algorithmic manipulation, emotional framing, and polarization has increasingly attracted academic interest. This study examines the academic literature on social media and populism using the scientific mapping method. The study analyzes 761 academic studies retrieved from the Web of Science (WoS) database using the keyword search "social media and populism". The research identifies the distribution of publications over the years, the most productive authors, the most cited studies, the most influential academic journals in the field of populism and social media, and the most frequently used keywords. Findings indicate that the most commonly used concepts in social media and populism studies are media, disinformation, polarization, political communication, and democratic crises. Academic studies on social media and populism have rapidly increased between 2017 and 2023, but this momentum has declined as of 2024. However, the 2024 U.S. Presidential elections and the resurgence of global populist movements suggest that academic production in this field may gain momentum again in 2025 and beyond. In conclusion, this study provides a comprehensive scientific mapping to understand how the relationship between social media and populism has evolved in the academic literature.

Keywords: *Social Media, Populism, Science Mapping, Post Truth*

¹ PhD, Ministry of Internal Affairs, Amasya Governorate, Amasya/Türkiye, ORCID: 0000-0002-3391-3805, e-mail: atifcicekli@gmail.com (Corresponding Author)

1. Giriş

Sosyal medya ve popülizm, modern siyasal ve toplumsal düzenin dönüşümünde merkezi bir rol oynamaktadır. Sosyal medya, bireylerin ve grupların haber, enformasyon ve görüş paylaşmasına olanak tanıyan etkileşim odaklı dijital platformlar olarak tanımlanabilir (Castells, 2015). Popülizm ise, genellikle halkı elitlere karşı konumlandıran ve siyasal sistemde merkezi bir ayrım yaratmayı amaçlayan bir siyasal iletişim stratejisi veya ideoloji olarak ele alınmaktadır (Mudde & Kaltwasser, 2019). Özellikle 21. yüzyılda sosyal medyanın gücünü artırmasıyla birlikte popülist liderler ve hareketler bu platformları siyasal söylemlerini yaymak, seçmenlerle doğrudan etkileşime geçmek ve ana akım medyaya alternatif bir iletişim kanalı oluşturmak için yoğun bir şekilde kullanmaktadır (Engesser, Ernst, Esser & Büchel, 2017; Bobba, 2019; Postill, 2018). Popülist liderler, geleneksel medya araçlarını bypass ederek doğrudan halkla iletişim kurma imkânı sağlayan sosyal medyayı stratejik bir şekilde kullanmakta; bu durum, popülist söylemlerin yaygınlaşmasını ve kitlesel mobilizasyonu önemli ölçüde kolaylaştırmaktadır (Bavili, 2023). Bu durum, sosyal medya ve popülizm arasındaki ilişkinin akademik literatürde yoğun bir şekilde incelenmesini beraberinde getirmiştir.

Sosyal medya ve popülizm kavramları, farklı teorik çerçeveler içinde ele alınmış ve çeşitli akademik tartışmalara konu olmuştur. Popülizmin tanımı konusunda literatürde ciddi bir kavramsal belirsizlik söz konusudur. Laclau (2007, s. 15) popülizmi, halk ve elitler arasındaki antagonizmaya dayalı söylemsel bir yapı olarak tanımlarken, Mudde (2004, s. 543) popülizmi ‘ince merkezli bir ideoloji’ olarak ele almakta ve halkı ‘saf’ olarak idealize eden, elitleri ise yozlaşmış olarak tanımlayan bir çerçeve sunmaktadır. Freedman (1998, s. 750), ideolojilerin belirli bir tutarlılık ve geniş siyasi kavramlar setine dayanması gerektiğini savunarak popülizmi tam anlamıyla bir ideoloji olarak değerlendirme konusunda çekincelerini ortaya koymuştur. Bunun aksine, Canovan (2002, s. 5-8) popülizmin demokratik süreçlerin ayrılmaz bir parçası olduğunu ve halkın siyasi süreçlere dahil edilmesi açısından önemli bir işlev gördüğünü iddia etmektedir. Öte yandan, Moffitt (2016, s. 146), popülizmin yalnızca bir siyasi tarz olduğunu ve liderin doğrudan halkla kurduğu iletişime dayandığını vurgulamaktadır. Tüm bu farklı yaklaşımlar, popülizmin tanımı ve niteliği konusunda akademik uzlaşıdan uzak bir tartışma alanı oluştururken, aynı zamanda popülizmin demokrasiye olan etkileri üzerine yapılan değerlendirmelerde de köklü ayrışmalara neden olmaktadır. Popülizmin liberal demokrasiyle ilişkisi noktasında ise, Mudde ve Kaltwasser (2019, s. 97-106), popülizmin demokratik temsiliyeti güçlendirebileceğini ancak çoğulculuk karşıtı doğası nedeniyle demokrasiyi tehdit edebileceğini savunmaktadır. Bu çerçevede, popülizmin bir ideoloji mi yoksa sadece bir söylem ve siyaset yapma tarzı mı olduğu sorusu, akademik camiada tartışmalı bir mesele olmaya devam etmektedir. Sosyal medya, Castells’in (2015) ağ toplumu kuramında belirttiği gibi, bireylerin ve kolektif hareketlerin enformasyon üretimi ve yayılımını yeniden yapılandıran bir araç olarak görülmektedir. Günümüzde popülizm ve sosyal medyanın kesişim noktası, özellikle demokratik süreçler ve siyasal iletişim üzerindeki etkileri açısından akademik tartışmaların merkezinde yer almaktadır.

Sosyal medya ve popülizmin önemi, bu kavramların toplumları nasıl şekillendirdiği ve demokratik süreçleri nasıl etkilediğiyle doğrudan ilişkilidir. Günümüzde sosyal medya platformları, yalnızca bireyler arasındaki iletişimi sağlamakla kalmayıp, aynı zamanda kamuoyu oluşturma ve siyasi mobilizasyon süreçlerinde belirleyici bir rol oynamaktadır. Brexit referandumu sürecinde sosyal medya üzerinden yürütülen popülist kampanyalar (Corbu & Negrea-Busuioc, 2020; Hamelers & Vliegthart, 2019) veya Donald Trump'ın 2016 ABD başkanlık seçimlerinde Twitter'ı (X) aktif olarak kullanarak seçmen mobilizasyonunu artırması (Bovet, Morone & Makse, 2016), sosyal medya ve popülizmin siyasal süreçler üzerindeki etkisini gösteren somut örneklerdir. Bu bağlamda, sosyal medya platformlarının popülist liderler için bir araç olarak kullanılması, geleneksel medya düzenini sorgulayan ve alternatif siyasal anlatılar oluşturan yeni bir iletişim ortamı yaratmaktadır.

Sosyal medya ve popülizm üzerine yapılan akademik çalışmaları değerlendirmek, bu alandaki temel eğilimleri, boşlukları ve gelişim süreçlerini anlamak açısından büyük önem taşımaktadır. Sosyal medyanın popülist hareketler üzerindeki etkisini inceleyen çalışmalar, genellikle dijital medya ekosistemi içinde enformasyon akışının nasıl şekillendiğini, halkın bu duruma nasıl tepki verdiğini ve popülist liderlerin hangi stratejileri benimsediğini analiz etmektedir (Engesser et al., 2017; Waisbord, 2018). Özellikle sosyal medya algoritmalarının yankı odaları (echo chambers) oluşturarak bireylerin maruz kaldıkları verileri filtrelediği ve böylece popülist söylemlerin pekişmesine neden olduğu belirtilmektedir (Pariser, 2011; Dubois & Blank, 2018).

Sosyal medya ve popülizm ilişkisini değerlendiren çeşitli akademik çalışmalar, genel olarak sosyal medya platformlarının popülist aktörler tarafından nasıl kullanıldığına, dezenformasyon ve kutuplaşma süreçlerine nasıl katkıda bulunduğu ve demokratik süreçler üzerindeki etkilerine odaklanmaktadır (Gerbaudo, 2018; Dubois & Blank, 2018; Corbu & Negrea-Busuioc, 2020; Tufekci, 2017). Ancak bu çalışmalar genellikle belirli bölgesel veya tematik bağlamlarla sınırlı kalmıştır. Bu çalışmanın diğer araştırmalardan farkı, konuyu bibliyometrik analiz ve bilimsel haritalama yöntemiyle sistematik olarak ele alarak, alandaki akademik üretimi geniş bir perspektifle değerlendirmesidir. Literatürde sosyal medya ve popülizmi konu edinen çalışmalar olmasına rağmen, bu çalışmada konunun tarihsel gelişimi, akademik yayınların trendleri, en etkili çalışmalar ve araştırma ağları detaylı bir şekilde analiz edilmektedir. Bu bağlamda, sosyal medya ve popülizm üzerine yapılan çalışmaların kapsamlı bir analizinin gerçekleştirilmesi, bu alandaki akademik yönelimleri ve trendleri anlamak açısından önemli katkılar sunacaktır.

Sosyal medya ve popülizm üzerine yapılan akademik çalışmaların değerlendirilmesi, konuya gösterilen önemin anlaşılması, konjoktürel olarak sosyal medya ve popülizmin etkilerinin ve tehditlerin analizi ve nihai olarak araştırma sosyal medya ve popülizm ile ilişkili araştırma yapmayı planlayan ya da konu alanına ilişkin literatür ile ilgili fikir edinmek isteyen araştırmacılara genel bir bakış açısı sunması bakımından önemli görülmektedir. Bu önemden hareketle araştırmanın temel amacı sosyal medya ve

popülistmi konu edinen çalışmaların sistematiik olarak çeşitli perspektiflerden incelenmesi ve değerlendirilmesidir. Bu temel amaca yonelik aşağıdaki sorulara yanıt aranmıştır:

- Sosyal medya ve popülistm ile ilgili çalışmaların yıllara gore dağılımı nasıldır?
- Sosyal medya ve popülistm konusunda en fazla yayın yapan akademik dergiler hangileridir?
- Sosyal medya ve popülistm alanında en üretken araştırmacılar kimlerdir?
- Sosyal medya ve popülistm alanında en fazla atıf alan akademik çalışmalar hangileridir?
- Sosyal medya ve popülistm üzerine yapılan akademik çalışmalarda en sık kullanılan kelimeler ve bunların tekrar edilme sıklığı nedir?
- Sosyal medya ve popülistm alanındaki akademik çalışmalarda ne çıkan trend konuların yıllara gore dağılımı nedir?
- Sosyal medya ve popülistm sosyal medya ve popülistm alanındaki akademik çalışmaların odak noktaları nedir?
- Sosyal medya ve popülistm alanındaki akademik çalışmalarda kullanılan anahtar kelimelerin kümeleme analizi nedir?

2. Yöntem

Bu araştırmada Web of Science (WoS) veritabanında indekslenen dergilerde yayımlanan sosyal medya ve popülistmi konu edinen araştırmaları analiz etmek için bilimsel haritalama yöntemi kullanılmıştır. Bilimsel haritalama yöntemi, belirli bir araştırma alanındaki literatürel gelişimi incelemek amacıyla bibliyometrik analiz teknikleri ve görselleştirme araçlarını kullanan keşifsel bir yaklaşımdır. Bu yöntem, akademik alandaki temel konuları, araştırma eğilimlerini ve bilimsel işbirliklerini belirlemek için atıf analizi, anahtar kelime analizleri ve ağ haritalama tekniklerinden faydalanır (Aria & Cuccurullo, 2017; Cobo vd., 2011).

3. Dokümanlar

Araştırma kapsamında WoS veritabanında indekslenen dergilerde yayımlanmış sosyal medya ve popülistm ile ilgili çalışmalar analiz edilmiştir. Araştırmada WoS veritabanından yararlanılmasının önemli gerekçelerinden birisi sunduğu bibliyografik verilerin, ağ analizi, konu modelleme ve diğer bibliyometrik yöntemler için standartlaştırılmış, güvenilir ve doğru bilgiler sağlamasıdır (Hicks vd., 2015). Ayrıca en saygın ve tanınmış veritabanlarından birisi olan WoS, disiplinler arası kapsamının geniş olması ve uzun yıllardır kullanılan bir veritabanı olması nedeniyle, bilimsel üretim zaman içindeki değişimlerini değerlendirmeyi ve araştırma performansını ölçmeyi kolaylaştırdığından bu araştırmada tercih edilmiştir (Mongeon & Paul-Hus, 2016). Araştırmada analiz edilen verilere ilişkin bilgiler Tablo 1’de gösterilmiştir.

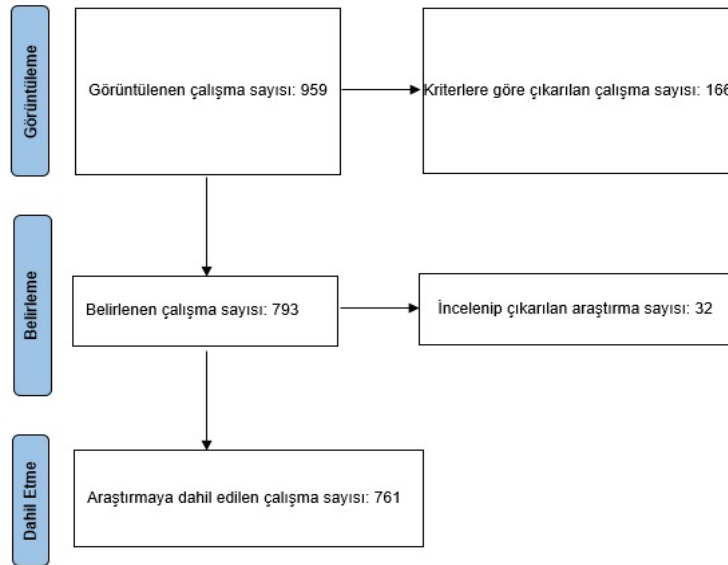
Tablo 1. Analiz Edilen Dökümanlar

Değişken	Sonuç
Zaman Aralığı	2013-2024
Dökümanlar	761
Kaynaklar (Dergiler, kitaplar, vs.)	350
Yazar	1260
Tek Yazarlı Çalışma	274
Çok Yazarlı Çalışma	487
Kaynakça	32,999
Anahtar Kelime (Keyword Plus)	1829
Yazarın Anahtar Kelimeleri	2208

Tablo 1’de görüldüğü gibi araştırmada 2013-2024 yılları arasındaki toplam 761 çalışma analiz edilmiştir. Bu çalışmalar toplam 350 kaynakta yayımlanmıştır. Çalışmaların 274’ü tek yazarlı, 487’si ise çok yazarlı gerçekleştirilmiştir. Çalışmalarda toplam 32999 referans bulunmaktadır. Başka bir deyişle araştırmada toplam 32999 referans verisi analiz edilmiştir. Ayrıca 1829 WoS veritabanında belirtilen anahtar kelime ve 2208 yazarların çalışmalarında belirttikleri anahtar kelimeler de analize dahil edilmiştir.

4. Verilerin Toplanması ve Analizi

Araştırmaya dahil edilecek çalışmaları belirleyebilmek için PRISMA akış diyagramı kullanılmıştır. Araştırmada benimsenen PRISMA akış diyagramı Şekil 1’de gösterilmiştir.

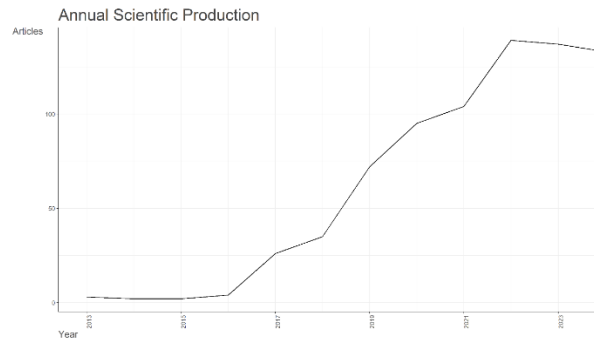
**Şekil 1. Prizma Akış Diyagramı**

Şekil 1'deki diyagramda görüldüğü üzere öncelikle WoS veritabanı arama motorundan “populism”(Topic) and “social media”(Topic)” arama terimiyle çalışmalar görüntülenmiştir. Görüntülenen çalışmalardan içinde bulunduğumuz yıl, 2025 yılında yayımlanmış olan, toplantı, durum raporu ve doğrulama doküman tiplerindeki çalışmalar görüntülenen çalışmalardan çıkarılmış ve 793 çalışma araştırma için belirlenmiştir. Belirlenen 793 araştırmanın tek tek başlıkları ve özetleri incelenmiş, sosyal medya ve popülizmi konu edinmemiş toplam 32 çalışma veri setinden çıkarılmıştır. Tüm bu incelemeler sonucunda geriye kalan 761 çalışma araştırmaya dahil edilmiştir.

Elde edilen 761 çalışmaya ilişkin tüm veriler plain text formatındaki dosya ile indirilmiştir. Verileri içeren dosya R programının bibliometrix paketi ile analiz edilmiştir. R programının bibliometrix paketi, WoS gibi büyük veritabanlarından elde edilen verileri işlemede, atıf analizi, işbirliği ağları ve konu haritalama gibi bibliyometrik analizleri uygulamada oldukça kullanışlı olduğu için araştırmada tercih edilmiştir (Aria & Cuccurullo, 2017; Cuccurullo vd., 2021). Araştırmanın verilerin analizi için bibliyometrik analiz tekniği uygulanmıştır. Bibliyometrik analiz, akademik çalışmaların nicel olarak incelenmesini sağlayan bir analiz tekniği olup, atıf sayıları, yazarlar arası işbirlikleri, anahtar kelime kullanımı ve bilimsel etkinin ölçümü gibi metriklerden yararlanır (Donthu et al., 2021). Bu analiz ile bilimsel alanların ilerleyişini, araştırmacılar arasındaki işbirliklerini ve literatürdeki genel eğilimler belirlenmeye çalışılır (Zupic & Čater, 2015). Bu araştırmada sosyal medya ve popülizmi konu edinen çalışmalardan oluşan literatürün genel eğilimi incelenmeye çalışıldığından verilerin analizinde bibliyometrik analiz kullanılmıştır.

5. Bulgular

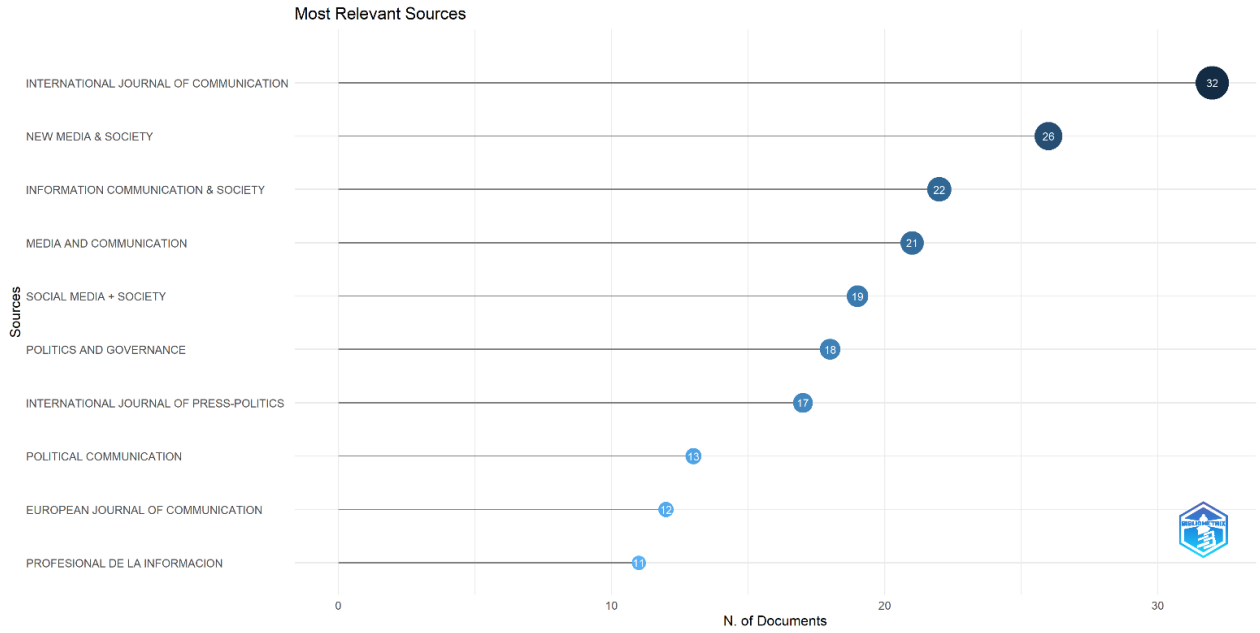
Bu bölümde araştırma kapsamında elde edilen verilerin analizi sonucunda ulaşılan bulgular sunulmuştur. Araştırmada ulaşılan bulgulardan biri sosyal medya ve popülizmi konu edinen araştırmaların yıllara göre dağılımıdır. Sosyal medya ve popülizmi konu edinen araştırmaların yıllara göre dağılımı Grafik 1'de gösterilmiştir.



Grafik 1. 2013–2014 Sosyal Medya ve Popülizm Yıllık Akademik Yayın Dağılımı

Grafik 1 incelendiğinde, 2013-2024 yılları arasında sosyal medya ve popülizm alanında yayımlanan akademik çalışmaların yıllık dağılımını göstermektedir. 2013-2016 yılları arasında bilimsel üretim düşük seviyelerde kalmış, yılda yalnızca birkaç makale yayımlanmıştır. 2017 yılından itibaren artış eğilimi gözlemlenmiş ve 2019'a kadar üretim düzenli bir şekilde yükselmiştir. 2019-2021 döneminde artış ivmelenerek yıllık makale sayısı 50'nin üzerine çıkmış, 2021 yılında ise üretim artışı ivmesinde dramatik bir sıçrama gerçekleştiği görülmüştür. 2023 yılında üretim en yüksek seviyeye ulaşılmış ve yıllık makale üretimi sayısı 100'ün üzerine çıkmıştır. 2023 zirvesinin ardından 2024 yılında bilimsel üretimde bir azalma görülmüştür. Önceki yıllara kıyasla daha düşük seviyelerde seyreden makale sayısı, önceki yükseliş trendinden saparak göreceli olarak düşüş eğilimine girmiştir.

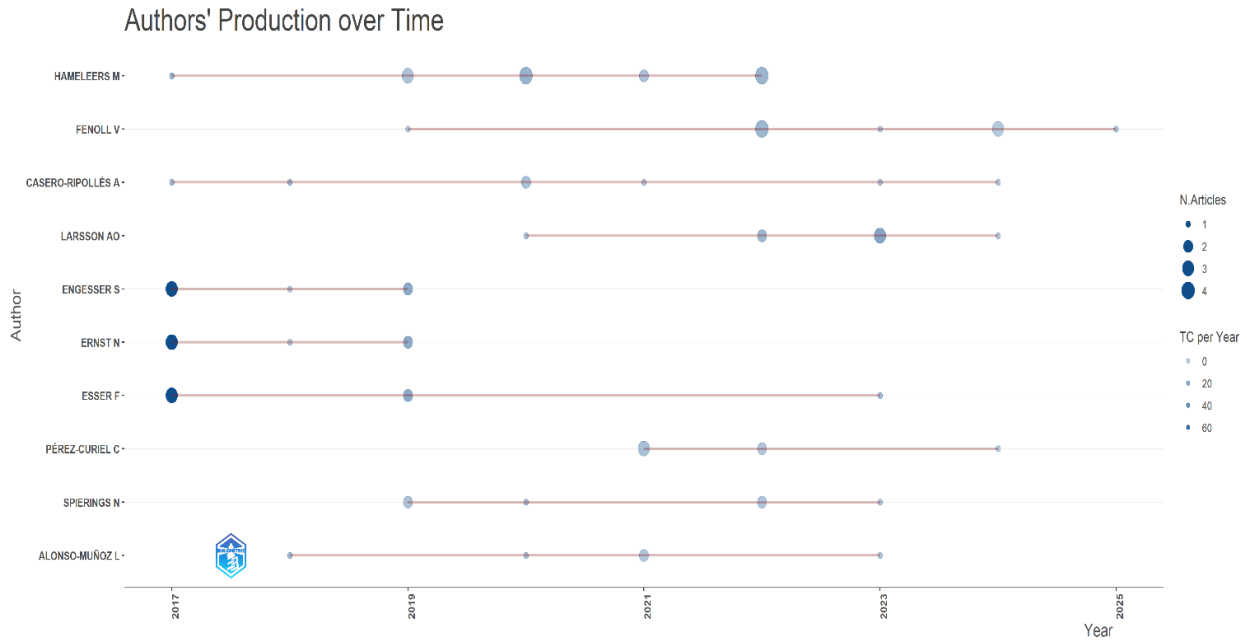
Araştırmada sosyal medya ve popülizmi konu edinen en fazla çalışmanın yayımlandığı dergilere ilişkin bulgulara da ulaşılmıştır. Sosyal medya ve popülizmi konu edinen çalışmaların en yoğun olduğu dergiler Grafik 2'de gösterilmiştir.



Grafik 2. Sosyal Medya ve Popülizm Konusunda En Fazla Yayın Yapan Dergiler

Grafik 2 sosyal medya ve popülizm konusundaki en fazla yayın yapan akademik dergileri göstermekte olup, alanın en etkili bilimsel platformlarını ortaya koymaktadır. International Journal of Communication, New Media & Society ve Information Communication & Society bu konuda en fazla akademik üretimi barındıran üç dergi olarak öne çıkmaktadır. Bu dergiler, genel olarak iletişim çalışmaları, dijital medya ve toplum arasındaki ilişkileri ele alan yüksek etki faktörüne sahip dergiler olarak karşımıza çıkmaktadır. Özellikle International Journal of Communication, açık erişimli ve geniş bir akademik kitleye hitap eden bir dergi olup, bu alanın en çok tercih edilen kaynaklarından biri olarak görünmektedir.

Media and Communication ve Social Media + Society gibi dergiler, dijital medya ve toplumsal dinamikler arasındaki ilişkileri ele alan çalışmalara yoğunlaşmaktadır. Politics and Governance ve International Journal of Press-Politics bu alandaki akademik üretimin siyaset bilimiyle kesişen boyutunu yansıtmaktadır. Bu durum, sosyal medya ve popülizmin yalnızca iletişim çalışmaları alanında değil, siyaset bilimi ve kamu yönetimi perspektifinden de ele alındığını göstermektedir. Daha düşük ancak kayda değer sayıda makalenin yayımlandığı Political Communication, European Journal of Communication ve Profesional de la Información gibi dergilerde, farklı akademik geleneklerden gelen çalışmalar bulunmaktadır. Political Communication, siyasal iletişim perspektifinden konuyu ele alırken, European Journal of Communication, medya ve toplum arasındaki etkileşimi Avrupa merkezli çalışmalar bağlamında değerlendiren yayınları kapsamaktadır. Profesional de la Información, daha çok bilgi yönetimi, dijital medya ve iletişim teknolojileri konularına odaklanarak, sosyal medya ve popülizm eksenindeki bilimsel üretime teknik bir boyut kazandırmaktadır.



Grafik 3. 2017-2024 Sosyal Medya ve Popülizm Alanında En Üretken Yazarlar

Grafik 3 incelendiğinde, 2017-2024 yılları arasında sosyal medya ve popülizm alanında en üretken yazarlar görülmektedir. Yatay ekseninde yıllar, dikey ekseninde ise yazarların soyadları yer almaktadır. Her bir nokta, belirli bir yıl içinde bir yazar tarafından yayımlanan makaleyi temsil etmekte, noktanın büyüklüğü ise yayın sayısını göstermektedir.

Elde edilen verilerin analizi sonucunda Hameleers, sosyal medya ve popülizmi konu edinen çalışma gerçekleştiren en üretken yazarlar arasında öne çıkmakta ve 2017'den itibaren düzenli olarak yayın yapmaktadır. Hameleers, Fennol ve Casero Liporres uzun vadeli üretkenlik gösteren yazarlar

arasında yer almakta ve 2019-2023 yılları arasında yoğun bir şekilde akademik katkı sunmuşlardır. Bu yazarların yayınları belirli aralıklarla artış göstermekte ve özellikle 2021-2023 döneminde daha büyük ölçekli akademik üretime katkıda bulundukları gözlemlenmektedir.

Larsson, Engesser, Ernst ve Esser, belirli dönemlerde sosyal medya ve popülizmi ile ilgili yoğun akademik üretim yapmış, ancak uzun vadede bu konuya ilişkin yayın sıklıkları daha düşük bir seyir izlemiştir. Perez Curiel, Spierings ve Alonso Munoz ise daha sınırlı bir zaman diliminde sosyal medya ve popülizm ile ilgili akademik üretim gerçekleştirmiştir. Bu yazarların belirli yıllarda yüksek yayın sayısına sahip olduğu, ancak üretkenliklerinin zaman içinde değişkenlik gösterdiği görülmektedir.

Bunların yanında araştırmada sosyal medya ve popülizmi konu edinen çalışmalar arasında en fazla atıf alan çalışmalara ilişkin bulgulara da ulaşılmıştır. Sosyal medya ve popülizmi konu edinen en fazla atıf alan çalışmalara ilişkin bilgiler Tablo 2’de gösterilmiştir.

Tablo 2. En fazla atıf alan 10 çalışma

Yayın Künyesi	TAS	OAS
Engesser, S., Ernst, N., Esser, F., & Büchel, F. (2017). Populism and social media: How politicians spread a fragmented ideology. <i>Information, Communication & Society</i> , 20(8), 1109–1126. https://doi.org/10.1080/1369118X.2016.1207697 .	481	53,44
Gerbaudo, P. (2018). Social media and populism: an elective affinity?. <i>Media, Culture & Society</i> , 40(5), 745–753. https://doi.org/10.1177/0163443718772192 .	272	34,00
Quandt, T. (2018). Dark participation. <i>Media and Communication</i> , 6(4), 36–48. https://doi.org/10.17645/mac.v6i4.1519 .	240	30,00
Ernst, N., Engesser, S., Büchel, F., Blassnig, S., & Esser, F. (2017). Extreme parties and populism: an analysis of Facebook and Twitter across six countries. <i>Information, Communication & Society</i> , 20(9), 1347–1364. https://doi.org/10.1080/1369118X.2017.1329334 .	217	24,11
Groshek, J., & Koc-Michalska, K. (2017). Helping populism win? Social media use, filter bubbles, and support for populist presidential candidates in the 2016 US election campaign. <i>Information, Communication & Society</i> , 20(9), 1389–1407. https://doi.org/10.1075/jlp.17032.kre .	147	16,33
Kreis, R. (2017). The “tweet politics” of President Trump. <i>Journal of Language and Politics</i> , 16(4), 607–618. https://doi.org/10.1075/jlp.17032.kre .	137	15,22
Guriev, S., & Papaioannou, E. (2022). The political economy of populism. <i>Journal of Economic Literature</i> , 60(3), 753–832. https://doi.org/10.1257/jel.20201595 .	135	33,75
Waisbord, S., & Amado, A. (2017). Populist communication by digital means: presidential Twitter in Latin America. <i>Information,</i>	134	14,89

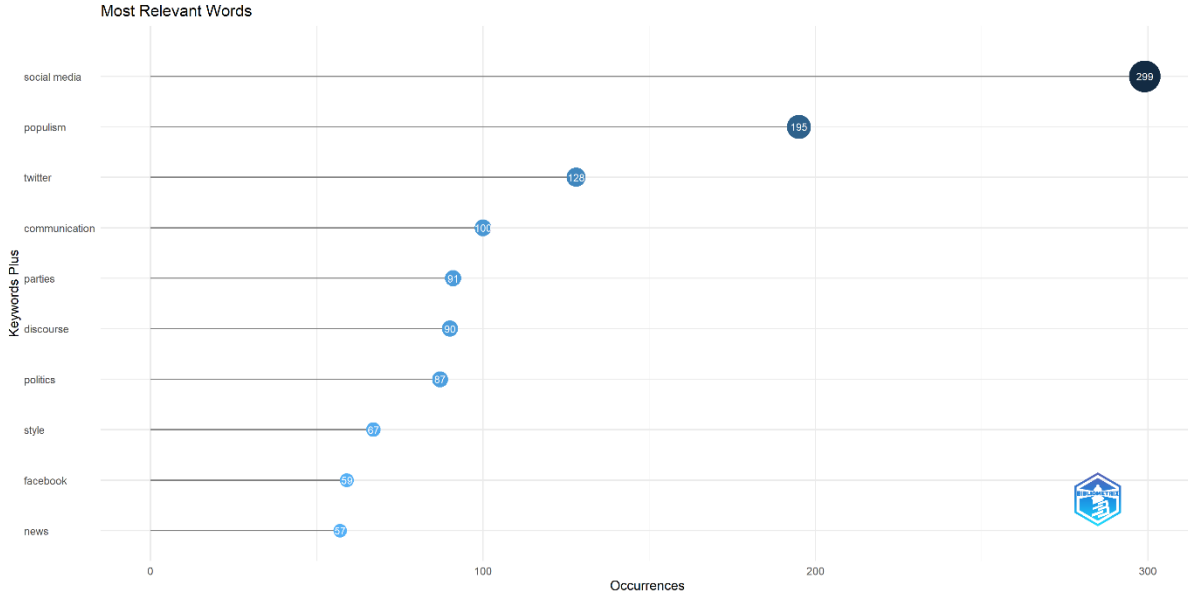
<i>Communication & Society</i> , 20(9), 1330-1346. https://doi.org/10.1080/1369118X.2017.1328521		
Ernst, N., Blassnig, S., Engesser, S., Büchel, F., & Esser, F. (2019). Populists prefer social media over talk shows: An analysis of populist messages and stylistic elements across six countries. <i>Social Media + Society</i> , 5(1), 1-14. https://doi.org/10.1177/2056305118823358 .	126	18,00
Stier, S., Posch, L., Bleier, A., & Strohmaier, M. (2017). When populists become popular: Comparing Facebook use by the right-wing movement Pegida and German political parties. <i>Information, Communication & Society</i> , 20(9), 1365-1388. https://doi.org/10.1080/1369118X.2017.1328519 .	110	12,22

TAS: Toplam atıf sayısı, OAS: Yıllara göre ortalama atıf sayısı

Tablo 2’de yer alan verilere göre, Engesser, Ernst, Esser ve Büchel (2017) çalışması 481 atıf ile sosyal medya ve popülizm konusunda en fazla atıf alan araştırmadır. Çalışma, popülist siyasetçilerin sosyal medya platformları aracılığıyla ideolojik söylemlerini nasıl yaydıklarını incelemektedir. Gerbaudo (2018) ve Quandt (2018) tarafından yapılan araştırmalar sırasıyla 272 ve 240 atıf alarak, sosyal medyanın popülist söylemler için nasıl bir araç haline geldiğini ve popülist aktörlerin dijital platformları nasıl kullandıklarını analiz etmektedir. Ernst, Engesser, Büchel, Blassnig ve Esser (2017) çalışması 217 atıf ile farklı ülkelerdeki aşırı uç partilerin sosyal medya stratejilerini karşılaştırarak bu alandaki önemli referanslardan biri olmuştur.

Daha düşük atıf alan çalışmalara bakıldığında, Groshek ve Koc-Michalska (2017) 147 atıf, Kreis (2017) 137 atıf, Guriev ve Papaioannou (2022) 135 atıf, Waisbord ve Amado (2017) 134 atıf, Ernst, Blassnig, Engesser, Büchel ve Esser (2019) 126 atıf ve Stier, Posch, Bleier ve Strohmaier (2017) 110 atıf almıştır. Bu çalışmalar, özellikle sosyal medya algoritmalarının popülist hareketleri nasıl desteklediğini, liderlerin dijital iletişim stratejilerini ve sosyal medya platformlarının sağ popülist hareketler için nasıl bir mobilizasyon alanı sunduğunu ele almaktadır. Tablo 2’deki verilere göre, en çok atıf alan çalışmalar 2017-2019 yılları arasında yayımlanmış olup, popülist aktörlerin sosyal medya platformlarını nasıl kullandığını ve bu platformların siyasi süreçlere etkilerini analiz etmektedir.

Araştırmada elde edilen bulgulara birisi de sosyal medya ve popülizmi konu edinen çalışmalarda en sık kullanılan kelimelere ilişkindir. Elde edilen bulgular Grafik 4'te gösterilmiştir.

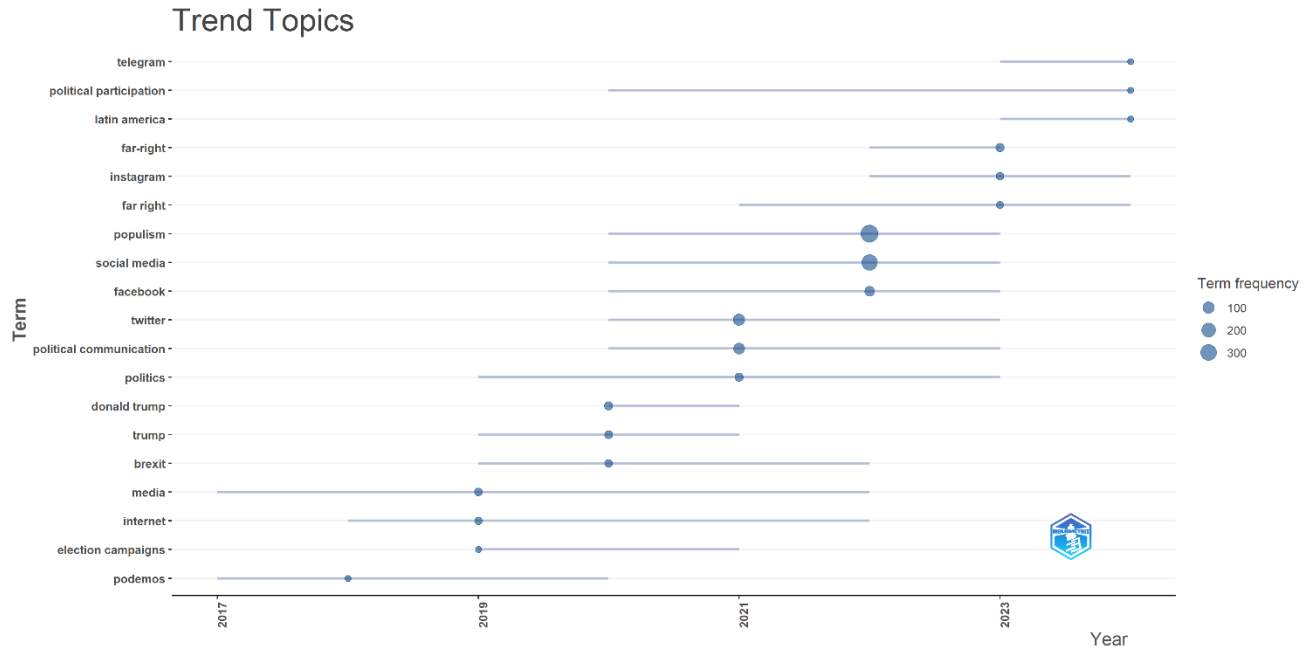


Grafik 4. Sosyal Medya ve Popülizm Çalışmalarında En Sık Kullanılan Kelimeler

Grafik 4 incelendiğinde, sosyal medya ve popülizm üzerine yapılan akademik çalışmalarda en sık kullanılan kelimeleri ve bunların tekrar edilme sıklığı görülmektedir. "Media" kelimesinin 290 kez geçmesi, çalışmalarda medya kavramının temel bir araştırma nesnesi olduğunu göstermektedir. Bunu takip eden "system" ve "communication" terimleri, sosyal medya ve popülizm araştırmalarının medya sistemleri, iletişim süreçleri ve dijital ekosistemler üzerine yoğunlaştığı söylenebilir. Bu üç terimin yüksek frekanslı kullanımı, çalışmaların çoğunlukla medya ortamlarının nasıl şekillendiği, iletişim pratiklerinin nasıl değiştiği ve dijital platformların toplumsal süreçleri nasıl etkilediği üzerine odaklandığını ortaya koymaktadır.

Diğer sık kullanılan kelimeler arasında "discourse", "news", "public", "social", "political" ve "Facebook" bulunmaktadır. "Discourse" ve "public" terimlerinin sıklıkla kullanılması, çalışmaların büyük ölçüde kamusal söylem, politik söylem analizi ve toplumsal etkileşim bağlamında şekillendiğini göstermektedir. "News" ve "political" kelimelerinin öne çıkması, araştırmaların medya ve siyaset arasındaki ilişkiye odaklandığını ve haber medyasının popülist söylemlerin yayılımında kritik bir rol oynadığını ortaya koymaktadır. "Facebook" kelimesinin listeye girmesi, platformun sosyal medya ve popülizm bağlamında önemli bir araştırma nesnesi olduğunu göstermekte ve özellikle Facebook'un siyasal iletişim, dezenformasyon ve popülist hareketler açısından akademik ilgiyi üzerine çektiğine işaret etmektedir.

Araştırmada elde edilen verilerin analizi sonucunda sosyal medya ve popülizmi konu eden çalışmalara ilişkin trend konular ile ilgili bulgulara da ulaşılmıştır. Bulgular Grafik 5'te sunulmuştur.

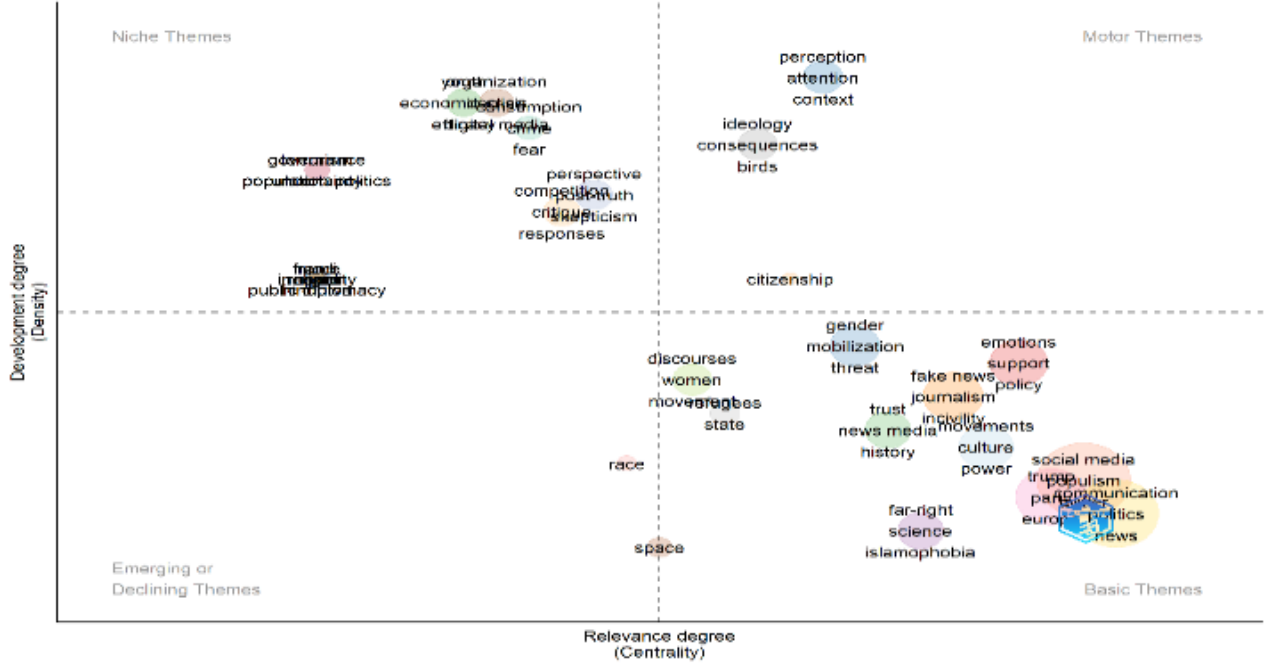


Grafik 5. Sosyal Medya ve Popülizm Çalışmalarında Öne Çıkan Trend Konular

Grafik 5 sosyal medya ve popülizm alanındaki akademik çalışmalarda öne çıkan trend konuların yıllara göre dağılımını göstermektedir. 2017 yılından itibaren belirli anahtar kelimelerin öne çıktığı, ancak 2020 sonrası dijital platformlara ve siyasal olaylara yönelik ilginin belirgin şekilde arttığı gözlemlenmektedir. 2017-2019 döneminde "Podemos", "campaigns", "internet", "media" ve "Brexit" gibi siyasal ve medya temalı anahtar kelimeler öne çıkarken, 2020 sonrası sosyal medya platformları ve popülist figürlerle ilgili araştırmaların arttığı görülmektedir.

Özellikle 2021 sonrası "populism", "social media", "Facebook", "Twitter (X)" ve "far-right" gibi kavramların yoğun biçimde akademik literatürde yer aldığı gözlemlenmektedir. 2023 yılı itibarıyla ise "Telegram", "participation" ve "Latin America" gibi konuların yükselişe geçtiği ve popülist siyasetin küresel bağlamda farklı platformlarda ve bölgesel düzeyde ele alınmaya başlandığı görülmektedir. "Trump" ve "Brexit" gibi 2019-2021 döneminde akademik ilgiyi çeken konuların, 2023 itibarıyla yerini daha geniş çaplı dijital platform analizlerine ve bölgesel araştırmalara bıraktığı dikkat çekmektedir.

Araştırmada sosyal medya ve popülizmi konu edinen çalışmalarda kullanılan kelimelerin tematik analizine ilişkin bulgulara da ulaşılmıştır. Bulgular Grafik 6'da gösterilmiştir.



Grafik 6. Sosyal Medya Popülizm Çalışmalarının Odak Noktaları

Grafik 6 sosyal medya ve popülizm alanındaki akademik çalışmaların odak noktalarını göstermektedir. Bu doğrultuda sosyal medya ve popülizm ile ilgili çalışmalara ilişkin temel temalarda, yüksek merkeziyete sahip ancak yoğunluğu daha düşük konular olarak öne çıkmaktadır. "Social media", "populism", "communication", "politics", "news", "Trump", "Europe" ve "journalism" gibi kavramlar, sosyal medya ve popülizm araştırmalarının temel eksenlerini belirlemektedir.

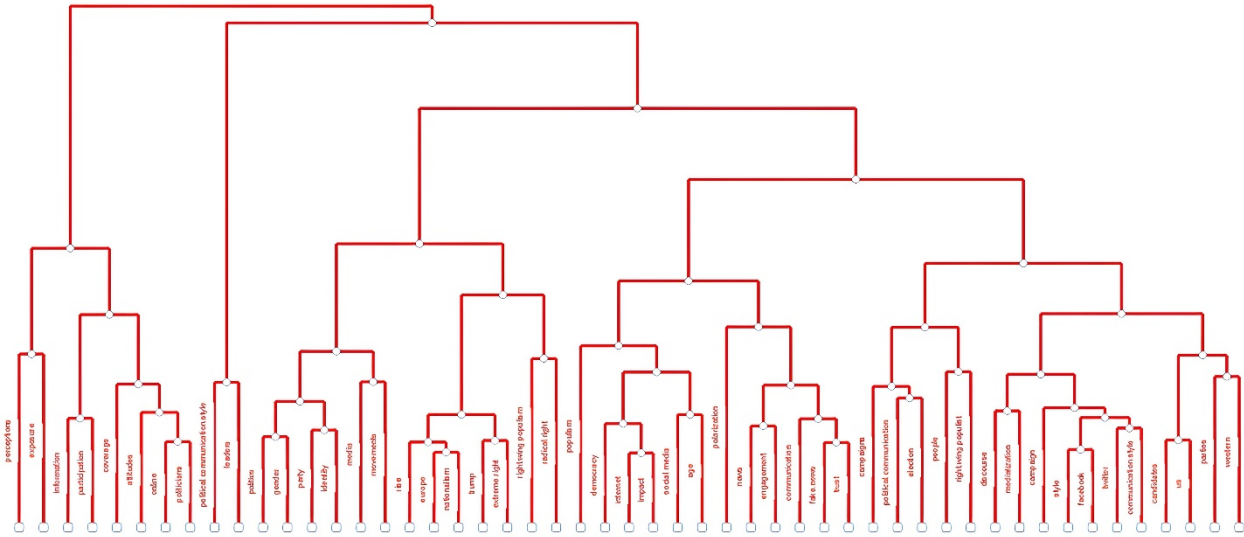
Motor temalar, alanın gelişimini yönlendiren, dinamik ve belirleyici konular olarak kabul edilmektedir. "Perception", "attention", "context", "ideology" ve "consequences" gibi kavramların bu kategoride bulunması, akademik çalışmaların popülist söylemlerin bireysel ve toplumsal algılar üzerindeki etkisini yoğun şekilde incelediğini göstermektedir.

Niş temalar, alan içinde daha spesifik, yoğun şekilde çalışılan ancak merkeziyeti daha düşük konular olarak görülmektedir. Özellikle "fear" (korku) ve "efficacy" (etkinlik) gibi kavramların varlığı, popülizmin siyasal iletişimde korku söylemi ve etki kapasitesi ile ilişkilendirildiğini göstermektedir.

Gelişmekte olan veya gerileyen temalar ise akademik ilgiyi yeni çekmeye başlayan veya zamanla önemini kaybeden konular olarak değerlendirilmektedir. Özellikle göçmenlik ve popülizm ilişkisi belirli dönemlerde önemli bir araştırma alanı olmasına rağmen, alan içindeki merkeziyetinin zamanla değişkenlik gösterdiği anlaşılmaktadır. Genel olarak, bu tematik harita, sosyal medya ve popülizm alanındaki araştırmaların ana odak noktalarını, yükselen eğilimleri ve geri planda kalan konuları

belirlemeye olanak tanımaktadır. Motor temaların (algı, ideoloji, bağlam) ve temel temaların (sosyal medya, popülizm, haberler) akademik üretimde baskın olduğu, niş temaların ise ekonomik krizler, kamu diplomasisi ve elit karşıtlığı etrafında şekillendiği gözlemlenmektedir.

Tüm bunlarla birlikte araştırmada sosyal medya ve popülizmi konu edinen çalışmalarda kullanılan anahtar kelimelerin gruplandırılmasına ilişkin bulgulara da ulaşılmıştır. Bulgular Grafik 7’de gösterilmektedir.



Grafik 7. Sosyal Medya ve Popülizm Çalışmalarında Kullanılan Anahtar Kelimeler

Grafik 7 sosyal medya ve popülizm alanındaki akademik çalışmalarda kullanılan anahtar kelimelerin hiyerarşik kümeleme yoluyla gruplandırılmasını göstermektedir. Bu analiz, ilgili kavramların birbirleriyle nasıl ilişkilendiğini ve belirli tematik alt grupların nasıl şekillendiğini belirlemek için kullanılmaktadır.

Dendrogramda en üst seviyede yer alan dallar, geniş tematik alanları temsil ederken, daha alt seviyedeki dallar, belirli alt konuların nasıl kümelendiğini göstermektedir. Grafiğe göre, sosyal medya, popülizm ve siyasal iletişim gibi temel konular birbirine yakın kümelenmekte ve alt konulara ayrılmaktadır. "Political communication", "fake news", "social media platforms" ve "public opinion" gibi konuların aynı dallar altında yer alması, sosyal medya ile popülist söylemler arasındaki bağlantının akademik alanda sistematik bir şekilde ele alındığını göstermektedir.

Daha alt seviyedeki dallar, popülizmin medya ekosistemindeki farklı yönlerini içeren daha özelleşmiş konulara ayrılmaktadır. Örneğin, "far-right", "Trump", "Brexit" ve "elections" gibi kavramlar aynı kümeler içinde yer almakta, bu da sağ popülist hareketler ve seçim süreçleri arasındaki ilişkiye yönelik akademik ilginin yüksek olduğunu göstermektedir. Benzer şekilde, "misinformation", "trust", "engagement" ve "citizenship" gibi kavramların belirli bir kümede toplanması, sosyal medyada

yayılan dezenformasyonun kamuoyuna etkilerinin önemli bir araştırma konusu olduğunu ortaya koymaktadır.

6. Tartışma ve Öneriler

Sosyal medya ve popülizmi konu edinen çalışmaların bibliyometrik analiz ile değerlendirilmesinin amaçlandığı bu çalışmada elde edilen verilerin analizi sonucunda birçok sonuca ulaşılmıştır. Elde edilen verilerin analizi sonucunda 2013-2024 yılları arasında sosyal medya ve popülizm alanında yayımlanan akademik çalışmaların yıllık dağılımı incelendiğinde, 2013-2016 yılları arasında düşük seviyelerde kalan bilimsel üretimin, 2017 itibarıyla belirgin bir artış eğilimi gösterdiği görülmektedir. 2019'dan sonra hızlanan bu artış, 2021-2023 döneminde zirve noktasına ulaşarak yıllık makale sayısını 100'ün üzerine çıkarmıştır. Bu durum, sosyal medya ve popülizm ilişkisinin akademik çevrede giderek daha fazla ilgi çektiğini ve bu alandaki çalışmaların belirgin bir şekilde arttığını göstermektedir. Bu artışın arkasındaki önemli faktörlerden biri, Donald Trump'ın 2017-2021 arasındaki başkanlık dönemi ve popülist siyaset anlayışı olduğu söylenebilir (World Values Survey, 2022). Trump'ın sosyal medya, özellikle X üzerinden yürüttüğü politikalar, popülist liderlerin dijital platformları nasıl etkili şekilde kullanabileceğini göstererek bu alandaki akademik ilgiyi artırmıştır (Engesser et al., 2017; Waisbord, 2018). Özellikle Trump'ın göçmen karşıtı söylemleri, geleneksel medyayı “yalan haber” (fake news) olarak nitelemesi ve kutuplaştırıcı politikaları, sosyal medya-popülizm ilişkisine dair bilimsel üretimi teşvik eden başlıca unsurlar arasında sayılabilir. Bu düşüşün iki temel nedeni olabilir: İlk olarak, sosyal medya ve popülizm alanındaki araştırmaların belirli bir doygunluğa ulaşması ve akademik ilginin farklı yönlere kayması ancak belki de bundan daha önemlisi 2021 yılında Trump'ın seçimleri kaybetmesi sonrasında popülist politikaların gündemden düşmesi bu azalmayı açıklayabilir. Trump'ın 2024 yılında ikinci sefer ABD Başkanı olarak seçilmesi ve özellikle Teknoloji, sosyal medya ve Tesla CEO'su ve popüler ikon olan Elon Musk ile yürüttüğü propaganda dönemi ve Trump'ın Başkan seçildikten sonra temsili demokrasi karşıtı, atanmış-seçilmiş ayrımını öne çıkartan popülist politikaları gösteriyor ki sosyal medya ve popülizme dair akademik çalışmalar 2025 ile beraber tekrar ciddi bir artışa geçecektir.

Sosyal medya ve popülizm konularında yapılan akademik çalışmaların analizi, bu alandaki bilimsel üretimin büyük ölçüde iletişim çalışmaları, siyasal iletişim ve kamu yönetimi gibi disiplinler arası perspektiflerden beslendiğini göstermektedir. Özellikle International Journal of Communication, New Media & Society ve Information Communication & Society gibi dergiler, sosyal medya ve popülizm ilişkisini dijital medya ve toplumsal dinamikler bağlamında ele alan prestijli yayınlar arasında yer almaktadır. Siyasal iletişim ve kamu yönetimi alanındaki Politics and Governance, International Journal of Press-Politics ve Political Communication gibi dergiler de bu araştırma alanının çok boyutlu yapısını desteklemektedir. Araştırmanın bu sonuçları, literatürdeki Gerbaudo (2018), Quandt et al. (2019) ve Kramer (2017) gibi araştırmacılar tarafından gerçekleştirilen çalışmalarla paralellik göstermektedir. Gerbaudo (2018), popülist hareketlerin dijital platformlarla nasıl etkileşime girdiğini anlamak için siyaset bilimi ve iletişim çalışmalarının birlikte değerlendirilmesi gerektiğini vurgularken, Quandt et al.

(2019) ise sosyal medya ve dezenformasyon arasındaki ilişkinin akademik camiada giderek daha fazla araştırıldığını ortaya koymaktadır. Kramer (2017) ise çalışmasında internetin sağ popülist hareketler içindeki rolünü ve bu kullanımın siyasi iletişimde nasıl bir rol oynayarak dönüşüme yol açtığını analiz etmektedir. En fazla yayın yapan dergilerin iletişim çalışmaları ve siyasal iletişim alanında yoğunlaşması, mevcut literatürle uyumlu bir eğilimi yansıtmaktadır.

Sosyal medya ve popülizm alanında en üretken yazarların akademik üretim süreçleri incelendiğinde, belirli araştırmacıların sosyal medya ve popülizm alanında uzun vadeli ve düzenli olarak akademik katkı sunduğu, bazılarının ise belirli dönemlerde bu alana yoğunlaşan üretkenlik gösterdiği gözlemlenmektedir. Hameleers, Fennol ve Casero Liporres gibi araştırmacılar, 2017 yılından itibaren düzenli yayın yaparak alana sürekli katkı sağlamıştır. 2019-2023 döneminde bu yazarların üretkenliği belirgin şekilde artarken, Larsson, Engesser, Ernst ve Esser gibi isimler bu alanla ilgili belirli dönemlerde yoğun akademik üretim gerçekleştirmiş ancak uzun vadede daha sınırlı bir yayın sıklığı sergilemiştir. Literatürde, Engesser et al. (2017) popülist siyasetçilerin sosyal medya üzerindeki söylemlerini incelerken, Waisbord (2018) sosyal medyanın popülist iletişimi nasıl yeniden şekillendirdiğini ele alan çalışmaların giderek farklı akademik disiplinlerden gelen araştırmacılar tarafından yürütüldüğünü belirtmektedir.

En fazla küresel atıf alan akademik çalışmalar incelendiğinde, en çok referans verilen araştırmaların büyük ölçüde 2017-2019 yıllarında yayımlandığı gözlemlenmektedir. Engesser'in 2017 yılında "Information Communication & Society" dergisinde yayımlanan çalışması, en yüksek akademik etkiye sahip doküman olarak öne çıkmaktadır. Benzer şekilde, Gerbaudo'nun 2018'de "Media Culture & Society" dergisinde ve Quandt'ın 2018'de "Media Communication Lisbon" dergisinde yayımlanan çalışmaları da yüksek atıf almıştır. Bu durum, sosyal medya ve popülizm alanındaki akademik bilginin büyük ölçüde belirli yıllarda üretildiğini ve daha sonraki çalışmaların bu literatüre referans vermeye devam ettiğini ortaya koymaktadır. Waisbord (2018), post-truth döneminde sosyal medyanın popülist iletişim üzerindeki etkisini ele alan çalışmaların akademik ilgiyi giderek daha fazla çektiğini belirtirken, Engesser et al. (2017) de popülist siyasetçilerin sosyal medya platformlarını nasıl etkin bir şekilde kullandığını analiz eden çalışmaların özellikle bu dönemde yoğunlaştığını vurgulamaktadır.

Araştırmamızın bulgularından hareketle, sosyal medya ve popülizm alanındaki akademik çalışmaların belirli dönemlerde hızla arttığı ve özellikle siyasal gelişmelerin akademik üretimi şekillendirdiği sonucuna ulaşılmıştır. 2016 ABD Başkanlık seçimleri ve Brexit gibi büyük siyasal olaylar, sosyal medyanın popülist söylemler üzerindeki etkisini analiz eden çalışmalara akademik ilgiyi artırmıştır. 2017-2019 arasında yayımlanan çalışmaların yüksek atıf alması, bu alandaki bilimsel üretimin büyük ölçüde o dönemde yoğunlaştığını ortaya koymaktadır. Ancak, son yıllarda yayımlanan makalelerin görece daha düşük atıf alması, akademik ilginin yeni yönelimlere kaydığını ve farklı teorik ile metodolojik çerçevelerin ön plana çıkabileceğini göstermektedir. Böylece, sosyal medya ve popülizm

ilişkisinin, disiplinler arası yaklaşımlarla ele alınmaya devam eden, dinamik bir araştırma alanı olarak varlığını sürdürdüğü açık bir şekilde görülmektedir.

Sosyal medya ve popülizm üzerine yapılan akademik çalışmalarda en sık kullanılan kelimeler analiz edildiğinde, "media" (290 kez), "populism" (195 kez) ve "communication" (128 kez) gibi terimlerin oldukça fazla kullanıldığı sonucuna ulaşılmıştır. Bu durum, çalışmaların büyük ölçüde medya sistemleri, iletişim süreçleri ve dijital ekosistemler üzerine odaklandığını göstermektedir. Bu bağlamda, sosyal medya platformlarının politik söylemleri şekillendirmedeki rolü ve medya sistemlerinin popülist hareketlerle nasıl etkileşime geçtiği akademik ilgiyi çeken temel konular arasında yer aldığı söylenebilir. Araştırmanın bu sonucu ile benzer şekilde bazı araştırmalar sosyal medya platformlarının popülist siyasetçilerin söylemlerini yaymada nasıl bir araç olarak kullanıldığına dikkat çekmektedir. Örneğin, Tufekci (2017), sosyal medya platformlarının bireyler ve topluluklar için demokratik katılım mekanizmaları sağlarken, aynı zamanda otoriter ve popülist liderler için manipülasyon aracı haline geldiğini vurgulamaktadır. Waisbord (2018) ise post-truth çağında sosyal medyanın dezenformasyonu yayma potansiyelinin arttığını ve popülist aktörlerin bu özellikten sıklıkla yararlandığını belirtmektedir. Facebook ve X gibi platformların literatürde sıkça analiz edilmesi, dijital ekosistemlerin siyasal söylem üzerindeki etkisinin giderek daha önemli hale geldiğini göstermektedir. Bu sonuçlar, sosyal medya ve popülizm üzerine yapılan akademik çalışmaların, medya ve iletişim süreçlerini inceleyen disiplinler çerçevesinde şekillendiğini ve siyasal söylem analiziyle doğrudan ilişkili olduğunu ortaya koymaktadır. Haber medyası ve sosyal medya platformları, popülist söylemlerin yayılmasında belirleyici bir rol oynamakta ve bu platformların toplumsal ve siyasal süreçleri nasıl etkilediği konusunda akademik ilgi giderek artmaktadır. Özellikle Facebook ve X'in popülist liderler tarafından etkin bir şekilde kullanılması, bu platformların siyasetin dijitalleşmesindeki rolüne dair literatürdeki çalışmaların yoğunlaşmasını sağlamıştır.

Sosyal medya ve popülizm alanındaki akademik çalışmalarda öne çıkan trend konular incelendiğinde, araştırma ilgisinin 2017-2019 döneminde daha çok belirli siyasal olaylar ve medya ekosistemi üzerine yoğunlaştığı, 2020 sonrasında ise dijital platformlar ve aşırı sağ hareketler gibi yeni dinamiklere kaydığı görülmektedir. 2017-2019 yıllarında "Podemos", "campaigns", "internet", "media" ve "Brexit" gibi anahtar kelimeler akademik literatürde öne çıkarken, 2020 sonrası "populism", "social media", "Facebook", "X" ve "far-right" gibi kavramların daha sık incelenmeye başlandığı gözlemlenmektedir. 2023 itibarıyla ise "Telegram", "participation" ve "Latin America" gibi konuların yükselişe geçtiği ve popülist siyasetin bölgesel bağlamda ele alınmaya başlandığı görülmektedir. Araştırmanın bu sonuçlarına benzer olarak literatürdeki bazı çalışmalar, akademik ilginin zaman içinde nasıl değiştiğini açıklamaktadır. Örneğin, Gerbaudo (2018), sosyal medya platformlarının siyasal hareketler üzerindeki etkisini analiz ederken, 2016 sonrası popülist siyasetin dijital medyada giderek daha fazla yer bulduğunu vurgulamaktadır. Tufekci (2017) ise sosyal medyanın siyasal katılım ve kolektif hareketler açısından kritik bir araç haline geldiğini ve bu durumun özellikle popülist liderler tarafından nasıl kullanıldığını detaylandırmaktadır. 2020 sonrası akademik ilginin aşırı sağ hareketler ve

dijital platformlar eksenine kayması, popülist aktörlerin sosyal medyayı nasıl kullandığını anlamaya yönelik çalışmaların arttığını göstermektedir. Tüm bu sonuçlar, sosyal medya ve popülist siyaset arasındaki ilişkinin bölgesel ve tematik olarak çeşitlenmeye başladığını göstermektedir. 2017-2019 yıllarında popülist figürler ve siyasal olaylar ön plandayken, 2020 sonrası akademik ilgi sosyal medya platformlarının işlevselliği, aşırı sağ söylemler ve küresel popülizmin farklı coğrafyalardaki yansımalarına kaymıştır (Freedman, 2021; Schnyder vd., 2023; Ragragio, 2020; Ekström vd., 2021) Bu eğilim, sosyal medya platformlarının siyasal katılımı nasıl etkilediğini, popülist hareketlerin bu dijital araçları nasıl kullandığını ve platform bazlı siyasal iletişimin nasıl dönüştüğünü anlamak için daha derinlemesine analizlere ihtiyaç duyulduğunu ortaya koymaktadır.

Araştırmada elde edilen verilerin analizi sonucunda sosyal medya ve popülizm çalışmalarının siyasal iletişim, medya manipülasyonu ve kamu algısı üzerine yoğunlaştığı görülmüştür. Bu bağlamda, popülist siyasetçilerin sosyal medya platformlarını nasıl stratejik bir şekilde kullandıkları ve bu süreçlerin bireysel ve toplumsal algılar üzerindeki etkileri akademik ilginin odağında yer almaktadır. Araştırmada elde edilen bulgular popülist aktörlerin sosyal medya aracılığıyla kendi söylemlerini inşa etme, kitleleri mobilize etme ve siyasi rakiplerini marjinalleştirme stratejilerinin nasıl şekillendiğini göstermektedir. Özellikle X, Facebook ve Telegram gibi dijital platformların popülist hareketler tarafından nasıl benimsendiği ve propaganda aracı olarak nasıl kullanıldığı, son yıllarda daha fazla araştırılmaya başlanmıştır.

Bununla birlikte, sosyal medya ve popülizm ilişkisinde ekonomik krizler, kamu diplomasisi ve elit karşıtlığı gibi daha spesifik temaların önemli olduğu görülmektedir. Ekonomik kriz dönemlerinde popülist liderlerin söylemlerini nasıl şekillendirdiği ve ekonomik belirsizliklerin popülist politikalar için nasıl bir fırsat sunduğu giderek daha fazla araştırılmaktadır. Ayrıca, kamu diplomasisi bağlamında popülist aktörlerin uluslararası medya aracılığıyla nasıl küresel söylemler ürettiği, demokratik kurumları nasıl eleştirdiği ve seçmenleri uluslararası krizler üzerinden nasıl mobilize ettiği incelenmeye devam etmektedir. Elit karşıtlığı, popülist hareketlerin temel özelliklerinden biri olarak sosyal medya platformlarında geniş yankı bulmaktadır. Dijital ortamlar, popülist liderlerin geleneksel medya ve siyasal elitleri "halkın düşmanı" olarak sunmasını kolaylaştırırken, bu tür söylemlerin halk arasında nasıl karşılık bulduğu üzerine yapılan araştırmalar artmaktadır.

Araştırmada sosyal medya ve popülizm ekseninde gelişmekte olan veya zamanla önemini kaybeden temaların varlığına ilişkin bulgulara ulaşılmıştır. Ulaşılan bulgulardan hareketle bu alanda göç, ırk ve kadın hareketleri gibi konuların akademik literatürde yer almaya devam ettiği, ancak bu konuların popülizm bağlamında farklı dönemlerde farklı yoğunluklarla ele alındığı görülmektedir. Örneğin, Avrupa'da mülteci krizleri ve göçmen karşıtı söylemler 2015-2019 yılları arasında popülist hareketlerin temel argümanlarından biri haline gelirken, 2020 sonrası dönemde bu konuların yerini daha çok ekonomik sorunlar, dezenformasyon ve sosyal medya manipülasyonu gibi yeni temalara bıraktığı gözlemlenmektedir. Kadın hareketleri ve feminizm karşıtı popülist söylemler, belirli dönemlerde güçlü

bir akademik ilgi görse de, genel olarak alanın merkezi temalarından biri olmaktan uzak kalmaktadır. Bu tür değişimler, sosyal medya ve popülizm araştırmalarının küresel politik gelişmelere bağlı olarak yön değiştirdiğini ve akademik ilginin yeni dinamiklere kaydığını göstermektedir.

Sosyal medya ve popülizm alanındaki akademik çalışmalarda kullanılan anahtar kelimelerin hiyerarşik kümeleme analizi, bu kavramların nasıl gruplandığını ve belirli tematik alt başlıkların nasıl şekillendiğini göstermektedir. Dendrogram analizine göre, sosyal medya, popülizm ve siyasal iletişim gibi temel konular birbirine yakın kümelenmekte ve alt konulara ayrılmaktadır. Özellikle "political communication", "fake news", "social media platforms" ve "public opinion" gibi terimlerin aynı dallar altında toplanması, sosyal medya ile popülist söylemler arasındaki ilişkinin akademik olarak sistematik bir şekilde ele alındığını ortaya koymaktadır. Literatürde yapılan çalışmalar da benzer kümeleme yapıları sunmaktadır. Engesser et al. (2017), sosyal medya platformlarının popülist aktörler tarafından nasıl kullanıldığını analiz ederken, bu alanın büyük ölçüde siyasal iletişim stratejileri, kamuoyu algısı ve dezenformasyon süreçleriyle bağlantılı olduğunu belirtmektedir. Quandt et al. (2019) ise sosyal medya ortamlarında yayılan yanlış enformasyon (misinformation) halkın siyasal katılımı ve güven düzeyi üzerindeki etkisini incelemekte ve bu süreçlerin özellikle popülist söylemlerle nasıl kesiştiğini vurgulamaktadır. Bu bağlamda, dendrogramda "misinformation", "trust", "engagement" ve "citizenship" gibi kavramların belirli kümeler içinde yer alması, dezenformasyon ve siyasal katılım arasındaki bağlantının literatürde önemli bir araştırma alanı olduğunu göstermektedir. Tüm bu sonuçlar, sosyal medya ve popülizm araştırmalarının belirgin tematik gruplara ayrıldığını ve akademik literatürde farklı alt konuların sistematik olarak sınıflandırıldığını ortaya koymaktadır. Popülist hareketlerin siyasal seçim süreçleriyle bağlantısını inceleyen çalışmalar, sağ popülizm ve seçim kampanyaları arasındaki ilişkiyi derinlemesine ele almaktadır. Özellikle "far-right", "Trump", "Brexit" ve "elections" gibi kavramların aynı kümeler içinde yer alması, sağ popülist hareketler ile seçim süreçleri arasındaki ilişkinin akademik camiada yoğun şekilde ele alındığını göstermektedir. Buna ek olarak, sosyal medya ortamlarının dezenformasyonun yayılmasını kolaylaştırdığı ve bu durumun siyasal söylemleri nasıl etkilediği, kamuoyunun siyasal güveni ve katılımı üzerindeki etkileri açısından önemli bir araştırma alanı olarak ortaya çıkmaktadır.

Sosyal medya ve popülizm alanındaki akademik çalışmalarda en sık kullanılan anahtar kelimelerin analizi, bu iki kavramın literatürde merkezî bir konumda yer aldığını göstermektedir. Araştırmada "Media" ve "populism", en büyük alanı kaplayan terimler olup, popülist hareketlerin sosyal medya aracılığıyla nasıl yayıldığını ve şekillendiğini inceleyen çalışmaların geniş bir akademik ilgiyi üzerine çektiğini ortaya koymaktadır. "X", "communication", "discourse" ve "parties" gibi terimlerin de geniş bir alana yayılması, siyasal iletişim, popülist söylemler ve siyasal partiler bağlamında yürütülen araştırmaların önemli bir yer tuttuğunu göstermektedir. "Facebook", "news", "internet" ve "democracy" gibi terimlerin varlığı ise sosyal medya platformlarının demokratik süreçler, haber tüketimi ve dezenformasyon çalışmaları açısından kritik bir araştırma nesnesi olduğunu ortaya koymaktadır. Literatürde yapılan benzer çalışmalar, bu kelime gruplarının popülizm çalışmalarındaki

önemini desteklemektedir. Tufekci (2017), sosyal medya platformlarının popülist aktörler için nasıl güçlü bir araç hâline geldiğini ve bu platformların dezenformasyonun yayılımındaki rolünü ele alırken, Waisbord (2018) ise popülist siyasetin medya ekosistemine etkisini ve post-truth çağında enformasyon nasıl manipüle edildiğini incelemektedir. Gerbaudo (2018) ise popülist hareketlerin sosyal medya aracılığıyla mobilizasyon süreçlerini nasıl yönettiğini ve bu süreçlerin siyasal katılım üzerindeki etkilerini analiz etmektedir. Ayrıca, “fake news”, “identity”, “movements”, “trust” ve “perception” gibi daha küçük alanlara sahip terimler, popülist hareketlerin bireysel algılar, güven ilişkileri ve siyasal mobilizasyon üzerindeki etkisini akademik olarak ele alan çalışmaların önemine işaret etmektedir. Tüm bu sonuçlar, sosyal medya ve popülist söylemler arasındaki ilişkinin çok boyutlu bir çerçevede ele alındığını göstermektedir. Siyasal seçim süreçleri, toplumsal mobilizasyon ve bireysel algı yönetimi gibi unsurlar, popülist liderlerin sosyal medya stratejileriyle doğrudan bağlantılıdır. Özellikle “election”, “campaigns” ve “leaders” gibi terimlerin literatürde sıkça ele alınması, popülizmin sosyal medya üzerinden seçim süreçlerine nasıl etki ettiğini ortaya koymaktadır. Bununla birlikte, sosyal medya platformlarının yalnızca birer haber yayma aracı olarak değil, aynı zamanda siyasal angajman ve propaganda süreçlerini şekillendiren dinamikler olarak ele alındığı görülmektedir. Bu bağlamda, sosyal medya ve popülizm çalışmalarının disiplinler arası bir yapıya sahip olduğu ve siyaset bilimi, iletişim çalışmaları ve medya araştırmaları gibi alanlardan beslendiği söylenebilir. Tüm bu sonuç ve tartışmaların ışığında aşağıda birkaç maddede tartışmamızı sonuçlandırabiliriz:

7. Sonuç

Bu çalışma, sosyal medya ve popülizm üzerine yapılan akademik üretimin, siyasal gelişmelerle doğrudan bağlantılı olduğunu göstermektedir. 2017 itibarıyla Donald Trump’ın başkanlık dönemi, Brexit süreci ve küresel popülist hareketlerin yükselişiyle birlikte akademik üretimde ciddi bir artış yaşanmıştır. 2021 sonrası bu ilginin azalmaya başlaması, popülist siyasetin gündemdeki yerini kaybetmesiyle ilişkilendirilebilir. Ancak, 2024 ABD seçimlerinde Trump’ın yeniden seçilmesiyle birlikte sosyal medya ve popülizm konulu akademik çalışmalarda yeni bir artış dalgası beklenmektedir. Bu durumun, siyasal olayların akademik araştırmaların yönelimlerini nasıl şekillendirdiğini ortaya koyması bakımından önemli bir sonuç olduğu düşünülmektedir.

Çalışmanın sonuçları, popülist aktörlerin sosyal medya platformlarını yalnızca propaganda amacıyla değil, siyasal mobilizasyon, dezenformasyon ve kamuoyunu yönlendirme aracı olarak nasıl etkili bir şekilde kullandıklarını göstermektedir. X, Facebook ve Telegram gibi platformların, popülist liderler için geleneksel medyaya kıyasla daha doğrudan ve manipülatif söylemler üretebilecekleri alanlar sunduğu tespit edilmiştir. Popülist siyasetçilerin sosyal medyayı ana akım medyaya karşı bir mücadele alanı olarak kullanmaları ve dezenformasyon süreçlerini bu platformlar aracılığıyla şekillendirmeleri, günümüz siyasal iletişimde belirgin bir eğilim olarak karşımıza çıkmaktadır.

Modernizm ve Postmodernizm çatışması sonucu doğru ve hakikat kavramlarında yaşanan çoklu kabuller veya başka bir bakış açısı ile “erezyon” sonucunda tohumları atılan post truth dönemi hızlandıran ise popülist politikacılar ve iletişim yöntemi olarak kullandıkları sosyal medya olmuştur. Tersten bakıldığında ise sosyal medya ve popülizm arasındaki ilişkinin en belirgin unsurlarından biri, dezenformasyon ve post-truth siyasetin bu ekosistem içindeki rolüdür. Özellikle popülist liderlerin, gündemi değiştirme, haksız politikalarında haklı gözükme, siyasi manevra yapma vb. yanlış veya yanıltıcı bilgileri sistematik bir şekilde yayarak halkın algısını şekillendirme stratejileri üzerine yapılan analizler, akademik literatüre önemli katkılar sunmaktadır. Bu çalışma, dezenformasyonun siyasal katılım, güven mekanizmaları ve demokratik süreçler üzerindeki olumsuz etkilerini vurgulayarak, sosyal medya ve popülizminin demokratik sistemler için nasıl bir meydan okuma oluşturduğunu ortaya koymaktadır. Bu hususta özellikle son dönemde X (Twitter) içeriklerinde sıkça karşılaşılan, dünya yuvarlak mı düz mü tartışmaları, aya gidildi mi gidilmedi mi soruları veya ülkelere ve kültürlere göre değişen komplo teorileri ile bireylerin üzerinde oluşturulan gerçek ötesi yaklaşımların etkileri ayrıca tartışılması ve araştırılması gereken bir başka olgudur.

Bu çalışma, sosyal medya ve popülizm ilişkisini anlamak için disiplinlerarası bir yaklaşımın kaçınılmaz olduğunu göstermektedir. Siyasal iletişim, medya çalışmaları, kamu yönetimi ve sosyoloji gibi farklı alanların kesişiminde yer alan bu konu, yeni metodolojik açılımlar gerektirmektedir. Özellikle büyük veri analizi, söylem analizi ve sosyal ağ analizi gibi yeni nesil araştırma yöntemlerinin, popülist hareketlerin dijital alanlardaki etkilerini anlamak için giderek daha önemli hale geldiği tespit edilmiştir. Gelecekte, bu alanı daha derinlemesine incelemek için disiplinlerarası ve yöntemsel çeşitliliğe dayalı yaklaşımlar geliştirilmelidir. Popülizmle doğrudan ilişkili kelimelerin birlikte nasıl kullanıldığı ve hangi bağlamlarda yoğunlaştığı, popülist söylemlerin gelişimi ve sosyal medya üzerindeki etkileri hakkında önemli göstergeler sunsa da, "far-right" (aşırı sağ), "Trump" ve "popülizm" gibi kelimelerin sıkça bir arada kullanılması, popülizmin özellikle sağ kanatta nasıl bir iletişim stratejisiyle ilerlediğini ve belirli liderler üzerinden nasıl şekillendiğini göstermektedir.

Çalışmadaki grafiklerde "far-right" (aşırı sağ) ve "populism" kavramlarının yakın konumlanması, popülizmin özellikle aşırı sağ hareketlerle sıkça ilişkilendirildiğini göstermektedir. Son yıllarda akademik literatürde popülizmin sol kanattaki örnekleri incelenmiş olsa da, sağ popülizmin medya ve sosyal medya alanında daha fazla görünür olduğu ve daha fazla akademik ilgi çektiği açıkça görülmektedir. Bu durumun, Trump, Bolsonaro, Orban ve Le Pen gibi aşırı sağ liderlerin sosyal medya aracılığıyla popülist söylemleri nasıl yaygınlaştırdıklarıyla doğrudan bağlantılı olduğu düşünülmektedir. Aşırı sağ popülist hareketlerin sosyal medyayı nasıl kullandığını ele alan literatür, bu aktörlerin dezenformasyon, komplo teorileri ve kimlik siyaseti gibi unsurlar üzerinden mobilizasyon sağladığını açıklamaktadır. Çalışmadaki grafiklerde "fake news" (yalan haber), "trust" (güven) ve "identity" (kimlik) gibi kavramların popülizmle kesişmesi, aşırı sağ popülist liderlerin kamuoyu manipülasyonunda medya ekosistemini nasıl etkili bir şekilde kullandığını göstermektedir.

Çalışmada yer alan sunulan grafiklerde "Trump", "elections" (seçimler) ve "campaigns" (kampanyalar) gibi kelimelerin kümelenmesi, popülist liderlerin seçim süreçlerinde sosyal medyayı nasıl bir araç olarak kullandığına dair önemli bir eğilim göstermektedir. Trump'ın 2016 ve 2020 seçim süreçlerinde Twitter'ı (X) aktif kullanarak kutuplaştırıcı söylemleri artırması ve seçim güvenliği konusunda manipülatif mesajlar vermesi, sosyal medya-popülizm ilişkisinde kritik bir dönemeç olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu bağlamda, "X (Twitter)", "Facebook", "news" (haber) ve "discourse" (söylem) gibi kavramların Trump ile aynı grupta yer alması, bu platformların popülist liderler için nasıl birer propaganda aracı haline geldiğini ve geleneksel medya ile olan çatışmayı nasıl körüklediğini ortaya koymaktadır. Özellikle "fake news" (yalan haber) ve "post-truth" (gerçek sonrası siyaset) gibi kavramların yoğunlaşması, Trump'ın ana akım medyayı düşmanlaştırarak alternatif medya kanallarını ve sosyal medya platformlarını kendi söylemlerini yaymak için nasıl kullandığını göstermektedir.

Çalışmadaki grafiklerde "Facebook", "X(Twitter)", "Telegram" ve "YouTube" gibi sosyal medya platformlarının popülizmle birlikte anılması, popülist liderlerin sadece bir veya iki platformla sınırlı kalmayıp farklı sosyal medya ekosistemlerine yayılma stratejisini benimsediğini göstermektedir. Facebook ve X'i daha geniş kitlelere ulaşmak ve ana akım medya ile rekabet etmek için kullanılırken, Telegram ve YouTube gibi platformlar, belirli grupları hedefleyerek daha radikal söylemlerin yayılmasına ve takipçilerin radikalleşmesine hizmet edebilmektedir. Bu noktada "misinformation" (yanlış enformasyon), "trust" (güven) ve "citizenship" (vatandaşlık) gibi kelimelerin sosyal medya platformlarıyla birlikte kümelenmesi, dezenformasyonun siyasal katılım ve demokratik süreçler üzerindeki olumsuz etkisini gözler önüne sermektedir.

Çalışmada popülizmle birlikte en sık kullanılan kelimelerden biri "democracy" (demokrasi). Ancak bu kelimenin yanında "crisis" (kriz), "institutions" (kurumlar) ve "elites" (elitler) gibi terimlerin de yoğunlaşması, popülist liderlerin demokratik süreçleri tehdit edici bir söylem geliştirdiğini göstermektedir. Sunulan grafiklerde "democracy" kelimesinin popülist söylemlerle nasıl kesiştiğini incelediğimizde şu eğilimleri görülmektedir:

Demokratik kurumların zayıflatılması: Popülist liderler, yargı, medya ve akademi gibi demokratik kurumları hedef alarak kamuoyunda güven kaybına neden olmaktadır. "Elites" (Elit) ve "corruption" (yolsuzluk) gibi kelimelerin birlikte kullanılması, popülist söylemin "halk vs. elitler" ikiliği üzerinden şekillendiğini göstermektedir. "Elections" (Seçim), "fraud" (hile) ve "trust" (Güven) kelimelerinin aynı bağlamda yer alması, seçimlerin meşruiyetine yönelik saldırıların popülist söylemde merkezi bir yer tuttuğunu göstermektedir.

Çalışmada sunulan grafiklerde 2017-2019 arasında "Brexit", "Podemos", "campaigns" ve "far-right" gibi kelimelerin daha yoğun olması, o dönemde Avrupa merkezli popülist hareketlere akademik ilginin daha fazla olduğunu göstermektedir. Ancak 2020 sonrası "Telegram", "participation", "Latin America" ve "identity" gibi kelimelerin daha sık görülmeye başlanması, küresel popülizm eğilimlerinin değiştiğini ve bölgesel popülizmin giderek daha fazla akademik ilgi çektiğini düşündürmektedir.

Özellikle Latin Amerika gibi bölgelerde, Bolsonaro ve AMLO gibi liderlerin sosyal medya kullanımına dair artan akademik ilgi, popülizmin bölgesel dinamiklerle nasıl şekillendiğini anlamamızı sağlamaktadır. Bu durum, popülist siyasetin yalnızca Batı demokrasileriyle sınırlı kalmadığını, küresel ölçekte dijitalleşme ile birlikte her bölgede farklı şekillerde ortaya çıkabileceğini ortaya koymaktadır.

Bunun yanı sıra, en sık kullanılan anahtar kelimeler (Grafik 4) ve trend konuların yıllara göre dağılımı (Grafik 5), sosyal medyanın popülist liderler için yalnızca bir iletişim aracı değil, aynı zamanda siyasi bir araç olduğunu kanıtlamaktadır. Dijital platformlar, yankı odaları ve algoritmalar aracılığıyla belirli siyasi görüşleri güçlendirerek kutuplaşmayı artırmakta ve popülist liderlerin kitleleri mobilize etmesini kolaylaştırmaktadır. Tematik analiz (Grafik 6) ve dendrogram (Grafik 7) sonuçları, "fake news", "misinformation", "public opinion", "trust" gibi kavramların popülist liderlerin sosyal medya kullanımı ile doğrudan ilişkili olduğunu ortaya koymaktadır. Bu bağlamda, dijital platformların, kamuoyunu yönlendirme ve alternatif gerçeklikler oluşturma süreçlerinde popülist liderlere büyük bir avantaj sağladığı görülmektedir.

Sonuç olarak, elde edilen veriler ve analizler ışığında bu çalışmanın en önemli çıktılarından biri de sosyal medyanın popülist siyasetçilerin söylemlerini şekillendiren ve kitleleri harekete geçiren merkezi bir propaganda ve mobilizasyon aracı haline geldiğinin açıkça ortaya konulmasıdır. Popülist liderler, sosyal medyanın doğrudan ve filtrelenmemiş enformasyon aktarımına izin veren yapısından yararlanarak, geleneksel medya aracılığıyla sağlanamayan bir erişim gücüne kavuşmaktadır. Ayrıca, yalan haber, dezenformasyon ve kutuplaştırıcı dil gibi stratejiler kullanılarak kitlelerin yönlendirilmesi, dijital platformların popülist siyaset için temel araçlardan biri haline geldiğini göstermektedir. Çalışmamızın analizleri, bu dönüşümün siyasal süreçlere nasıl etki ettiğini detaylı biçimde ortaya koymaktadır.

8. Sınırlılıklar

Bu araştırma, yalnızca WoS veritabanında yer alan çalışmalar ve bu çalışmalara dair bilgilerle sınırlıdır. WoS'un tercih edilmesinin en önemli sebebi, bibliyometrik analiz için uygun veri setleri sunmasıdır. Bunun yanı sıra, WoS'un uluslararası akademik camiada en saygın veritabanlarından biri olarak kabul edilmesi, bu tercihi destekleyen bir diğer faktördür. Ayrıca, araştırma kapsamında yalnızca WoS veri tabanında "social media and populism" terimleriyle yapılan arama sonucunda ulaşılan çalışmalar analiz edilmiştir. Bu sınırlılıklara rağmen, incelenen çalışma sayısının dikkate değer olması, siyasal sosyalleşme konusundaki uluslararası literatür hakkında genel bir bakış açısı kazanmamıza önemli ölçüde katkı sağlamaktadır.

Kaynakça

- Aria, M.;Cuccurullo, C. (2017), "Bibliometrix: An R-tool for comprehensive science mapping analysis", Journal of Informetrics, 11(4): 959-975.
- Bavili, N. (2023). The impact of new social media technologies on the populist phenomenon. European Journal of Humanities and Social Sciences, 3(3)

- Bennett, W. L.; Segerberg, A. (2013), *The Logic of Connective Action: Digital Media and the Personalization of Contentious Politics*, Cambridge University Press.
- Bobba, G. (2019), "Social media populism: features and 'likeability' of Lega Nord communication on Facebook", *European Political Science*, 18: 11-23.
- Bovet, A.; Morone, F.; Makse, H.A. (2016), "Validation of Twitter opinion trends with national polling aggregates: Hillary Clinton vs Donald Trump", *Scientific Reports*, 8.
- Castells, M. (2015). *Networks of Outrage and Hope: Social Movements in the Internet Age*, Polity Press.
- Canovan, M. (2002). "Trust the people! Populism and the two faces of democracy", *Political Studies*, 47(1): 2-16. <https://doi.org/10.1111/1467-9248.00184>.
- Cobo, M. J.; López-Herrera, A. G.; Herrera-Viedma, E.; Herrera, F. (2011). "Science mapping software tools: Review, analysis, and cooperative study among tools", *Journal of the American Society for Information Science and Technology*, 62(7): 1382-1402.
- Corbu, N.; Negrea-Busioc, E. (2020), "Populism Meets Fake News: Social Media, Stereotypes and Emotions", *Perspectives on Populism and the Media*.
- Cuccurullo, C.; Aria, M.; Sarto, F. (2021), "Foundations and trends in performance management: A twenty-five years bibliometric analysis", *Omega*, 100: 102447.
- Donthu, N.; Kumar, S.; Mukherjee, D.; Pandey, N.; Lim, W. M. (2021), "How to conduct a bibliometric analysis: An overview and guidelines", *Journal of Business Research*, 133: 285-296.
- Dubois, E.; Blank, G. (2018), "The echo chamber is overstated: the moderating effect of political interest and diverse media", *Information, Communication & Society*, 21: 729 - 745.
- Engesser, S.; Ernst, N.; Esser, F.; Büchel, F. (2017), "Populism and social media: How politicians spread a fragmented ideology", *Information, Communication & Society*, 20(8): 1109-1126.
- Ernst, N.; Engesser, S.; Büchel, F.; Blassnig, S.; Esser, F. (2019), "Extreme parties and populism: An analysis of Facebook and Twitter across six countries", *Information, Communication & Society*, 22(7): 989-1016.
- Ersöz, F. (2009), "Avrupa inovasyon göstergeleri (EIS) ışığında Türkiye'nin konumu", *İTÜ Dergisi/b sosyal bilimler*, 6:1, 3-16
- Ekström, M.; Patrona, M.; Thornborrow, J. (2021), "Reporting the unsayable: Scandalous talk by right-wing populist politicians and the challenge for journalism", *Journalism*, 23: 955 - 972.
- Freedman, M. (1998), "Is nationalism a distinct ideology?", *Political Studies*, 46(4): 748-765. <https://doi.org/10.1111/1467-9248.00165>.
- Freedman, D. (2021), *Media policy failures and the emergence of right-wing populism*, The Routledge Companion to Media Disinformation and Populism.
- Gerbaudo, P. (2018), *The Digital Party: Political Organisation and Online Democracy*, Pluto Press.
- Göktaş, A.; İşçi, Ö. (2010), "Türkiye'de İşsizlik Oranının Temel Bileşenli Regresyon Analizi İle Belirlenmesi", *Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi -Selçuk Üniversitesi*, 14:20, 279-294.
- Groshek, J.; Kreis, R. (2020), "Beyond the 'echo chamber': The role of political media content in shaping online discussions", *Journal of Language and Politics*, 19(3): 368-395.
- Hameleers, M.; Vliegthart, R. (2019), "The Rise of a Populist Zeitgeist? A Content Analysis of Populist Media Coverage in Newspapers Published between 1990 and 2017", *Journalism Studies*, 21: 19 - 36.

- Hicks, D.; Wouters, P.; Waltman, L.; de Rijcke, S.; Rafols, I. (2015), “Bibliometrics: The Leiden Manifesto for research metrics”, *Nature*, 520: 429-431.
- Krämer, B. (2017), “Populist online practices: the function of the Internet in right-wing populism”, *Information, Communication & Society*, 20: 1293 - 1309.
- Laclau, E. (2007), *Popülist akıl üzerine* (N. B. Çelik, Çev.), Ankara: Epos Yayınları.
- Moffitt, B. (2016), *The global rise of populism: performance, political style and representation*. Stanford, CA: Stanford University Press.
- Mongeon, P.; Paul-Hus, A. (2016), “The journal coverage of Web of Science and Scopus: A comparative analysis”, *Scientometrics*, 106(1): 213-228.
- Mudde, C. (2004), “The Populist Zeitgeist”, *Government and Opposition*, 39(4): 542-563.
- Mudde, C.; Kaltwasser, C. R. (2019), *Popülizm, kısa bir giriş* (S. Erdem Türközü, Çev.), Ankara: Nika Yayınları.
- Pariser, E. (2011), *The Filter Bubble: What the Internet is Hiding from You*. Penguin Books.
- Postill, J. (2018), “Populism and social media: a global perspective”, *Media, Culture & Society*, 40: 754 - 765.
- Ragragio, J.L. (2020), “Framing media populism: The political role of news media editorials in Duterte’s Philippines”, *Journalism*, 23:1301 - 1318.
- Quandt, T.; Frischlich, L.; Boberg, S.; Schatto-Eckrodt, T. (2019), “Fake news in the context of social media and platformization”, *Media and Communication*, 7(1): 1-10.
- Schnyder, G.; Radl, M.; Tóth, F.; Kucukuzun, M.; Turnšek, T.; Çelik, B.; Pajnik, M. (2023), “Theorizing and mapping media ownership networks in authoritarian-populist contexts: a comparative analysis of Austria, Hungary, Slovenia, and Turkey”, *Media, Culture & Society*, 46: 38 - 59.
- Tufekci, Z. (2017), *Twitter and Tear Gas: The Power and Fragility of Networked Protest*, Yale University Press.
- Waisbord, S. (2018), “The elective affinity between post-truth communication and populism”, *Communication Theory*, 28(4): 476-497.
- Waisbord, S. (2020), “Mob censorship: Online harassment of US journalists in times of digital hate and populism”, *Digital Journalism*, 8(8): 1030-1046.
- World Values Survey. (2022). *World Values Survey wave 7 (2017–2022): Official aggregate v5.0*. World Values Survey Association. <https://www.worldvaluessurvey.org/WVSDocumentationWV7.jsp>
- Zupic, I.; Čater, T. (2015), “Bibliometric methods in management and organization”, *Organizational Research Methods*, 18(3): 429-472.

Extended Abstract

Introduction

In recent years, social media has emerged as a critical tool for populist actors in shaping political discourse and mobilizing support. As interactive digital platforms, social media facilitate the rapid dissemination of information, opinions, and emotional narratives, thereby altering traditional models of political communication. Simultaneously, populism—often defined as a political approach that juxtaposes the 'pure people' against the 'corrupt elite'—has gained substantial momentum globally, especially through leaders who bypass traditional media to communicate directly with their audiences.

The convergence of social media and populism has become a focal point of academic interest due to its implications for democracy, public opinion, disinformation, echo chambers, algorithmic manipulation, and emotional framing. However, scholarly definitions of populism remain diverse and contested, ranging from a "thin-centered ideology" (Mudde, 2004) to a "discursive strategy" (Laclau, 2007), or even a "political style" (Moffitt, 2016). As populist leaders increasingly leverage social media to amplify their narratives, the intersection of these two domains warrants systematic scholarly investigation. This study aims to provide a comprehensive overview of academic literature on social media and populism by applying bibliometric analysis and science mapping methods to 761 publications indexed in the Web of Science (WoS) database.

Methodology

This study employs a bibliometric analysis approach supported by science mapping techniques to explore academic output on the topic of "social media and populism." Data were gathered through a keyword-based search ("populism" AND "social media") in the WoS database, covering publications from 2013 to 2024. After excluding conference papers, position statements, and irrelevant documents, 761 peer-reviewed articles were included in the final dataset.

The data were analyzed using the Bibliometrix package in R, which allows the processing of large bibliographic datasets. Key bibliometric indicators, such as annual scientific production, authorship patterns, most cited documents, journal productivity, keyword frequency, thematic evolution, and clustering, were used to assess the intellectual and conceptual structure of the field.

Findings

The bibliometric analysis revealed a sharp increase in scholarly interest in social media and populism between 2017 and 2023. While publication rates were low between 2013 and 2016, a significant upward trend began in 2017, peaking in 2023 with over 100 publications. A minor decline was observed in 2024, potentially due to topic saturation or shifting academic interests. Nevertheless, political developments such as the 2024 U.S. Presidential election are likely to reignite scholarly attention in the near future.

The most prolific academic journals in the field include International Journal of Communication, New Media & Society, and Information Communication & Society, reflecting the interdisciplinary nature of the topic. These journals focus not only on communication studies but also intersect with political science and digital

sociology. Notably, journals like *Politics and Governance* and *Political Communication* also played a significant role, indicating growing attention from political scholars.

Among the most influential authors, Hameleers, Fennol, and Casero Ripollés demonstrated consistent productivity from 2017 onward, contributing substantially to the field's development. Their work often addresses the psychological and communicative dynamics of populist messages. Conversely, scholars like Engesser and Esser contributed intensively in specific periods, reflecting thematic or event-driven academic engagement.

The analysis of citation impact highlighted seminal works by Engesser et al. (2017), Gerbaudo (2018), and Quandt (2018) as the most referenced publications. These studies examine how populist politicians utilize social media to construct fragmented ideologies, propagate misinformation, and mobilize supporters. The frequent use of keywords such as “media,” “communication,” “discourse,” “fake news,” “Trump,” and “Brexit” reflects thematic convergence around political campaigns, right-wing populism, and digital manipulation.

Keyword co-occurrence and clustering analysis revealed that dominant themes include political communication, public opinion, misinformation, and algorithmic personalization. Concepts like “fear,” “trust,” and “citizenship” emerged as niche but increasingly relevant focal points. Thematic evolution analysis indicated that while early studies focused on entities like “Podemos” and “Brexit,” more recent attention has shifted toward “Telegram,” “participation,” and “Latin America,” reflecting a geographic and platform diversification in populist communication strategies.

A dendrogram-based clustering of keywords revealed four main research streams: (1) social media as a political communication tool, (2) far-right populist discourse, (3) digital misinformation and algorithmic manipulation, and (4) public trust and political engagement. These clusters reflect an interdisciplinary synthesis of media studies, sociology, and political science.

Discussion and Conclusion

This study underscores that the relationship between social media and populism is a highly dynamic, event-driven, and interdisciplinary field. The surge in scholarly production, particularly following key political events like Trump's presidency and the Brexit referendum, illustrates how political phenomena can influence academic agendas. Populist leaders' use of social media platforms—especially Facebook, X (formerly Twitter), and Telegram—demonstrates a strategic adaptation to the affordances of digital media ecosystems, bypassing traditional gatekeepers and manipulating public perception in real time.

One of the most striking findings is the central role of misinformation and post-truth politics. Populist leaders frequently exploit algorithmically driven echo chambers to propagate narratives that delegitimize institutions and erode democratic norms. The thematic analysis confirms that populist strategies are increasingly designed to exploit distrust in mainstream media, often through emotionally charged rhetoric and identity politics.

The study also reveals that while right-wing populism remains a dominant theme, there is a growing interest in global and regional variations of populist movements. Recent studies have begun to explore the role of social media in Latin America and Asia, suggesting that future research may broaden beyond Western-centric paradigms.

Finally, the bibliometric mapping indicates that research on social media and populism benefits from methodological innovations such as big data analytics, sentiment analysis, and social network analysis. These tools allow for a more nuanced understanding of digital political behavior and the structural mechanisms underlying populist mobilization.

Implications

This study offers significant contributions for scholars, policymakers, and digital platform designers by highlighting the evolving nature of populist communication. The results suggest an urgent need for critical media literacy, platform accountability, and policy interventions aimed at mitigating the destabilizing effects of digital populism on democratic systems.