

İletişim Araştırmalarındaki Güncel Eğilimler Üzerine Bibliyometrik Bir İnceleme

A Bibliometric Study on

Current Trends in Communication Studies

Makale Türü (Article Type): Araştırma / Research

Başvuru Tarihi (Submitted): 01.09.2023

Kabul Tarihi (Accepted): 28.11.2023

Fatma YİĞİT AÇIKGÖZ^{1,2}

Derya ÇİZMELİ³

Atıf (Cite as): Yiğit Açıkgöz, F., & Çizmeli, D. (2023). İletişim Araştırmalarındaki Güncel Eğilimler Üzerine Bibliyometrik Bir İncelem. *Akdeniz İletişim*, (43), 214-234. <https://doi.org/10.31123/akil.1353611>

Öz

İletişim bireysel diyalogun yanında, toplumları bir arada tutan önemli bir unsur olarak insanların bilgi, kültür ve deneyimlerini nesilden nesle aktarmasını sağlayan önemli bir araç niteliğindedir. Özellikle günümüz koşulları değerlendirildiğinde iletişimin, küresel ölçekte bağlantılar kurma ve bilgi paylaşımı için vazgeçilmez bir araç olduğunu söylemek mümkündür. Bu bağlamda, günlük yaşantıdan küresel düzeydeki ilişkilere kadar birçok alanda büyük öneme sahip olan iletişimin doğasını, gelişimini, işleyişini, etkilerini ve toplum üzerindeki rolünü anlamak son derece önemlidir. Bu noktada da iletişim araştırmaları karşımıza çıkmaktadır. İletişim araştırmalarının gelişim süreçlerine bakıldığında, Sanayi devrimi sonrasında yaşanan ekonomik, toplumsal ve siyasal değişimlerin etkili olduğu görülmektedir. İlerleyen süreçlerde de gelişen teknolojiyle birlikte kitle iletişim araçlarının çeşitliliği, medya kullanım alışkanlıklarındaki değişiklikler ve kitle iletişim araçlarının toplum üzerindeki etkisinin belirginleşmesi iletişim araştırmalarına olan ilgiyi artırmıştır.

Bu araştırma, iletişim araştırmaları alanındaki evrimi ayrıntılı bir şekilde analiz ederek, iletişim disiplininin tarihsel bağlam içinde nasıl şekillendiğini ve günümüzdeki önemli trendleri nasıl yansıttığını ortaya koymayı amaçlamaktadır. Bu doğrultuda bibliyometrik analiz yöntemiyle; 1992-2023 yılları arasında SSCI, SCIE, AHCI, CPCI veri tabanında yayınlanmış 222 makalenin analizi gerçekleştirilmiş ardından içerik analizi uygulanmıştır. Bibliyometrik analiz sonucunda elde edilen veriler Türkiye'deki iletişim araştırmalarının Covid-19 ile arttığını ve sosyal medyanın kitle iletişim araçlarına etkinlik kazandırdığını göstermektedir. Ayrıca iletişim araştırmalarının sadece iletişimle sınırlı kalmayarak psikoloji, eğitim, sağlık, sosyal alanlar, politika gibi alanlarda da disiplinler arası yoğun çalışma sirkülasyonu olduğu tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: İletişim, Bibliyometrik Analiz, Sosyal Medya, Araştırma

Abstract

In addition to individual dialogue, communication is an important tool that keeps societies together and enables people to transfer their knowledge, culture, and experiences from generation to generation. Especially considering today's conditions, it is possible to say that communication is an indispensable tool for establishing connections and sharing information on a global scale. In this context, it is extremely important to understand the nature, development, functioning, effects, and role of communication on society, which is of great importance in many areas from daily life to global relations. At this point, communication research comes into play.

When we look at the development processes of communication research, the economic, social, and political changes that took place after the Industrial Revolution were effective. In the future, with the developing technology, the diversity of mass media, changes in media usage habits and the evident impact of mass media on society have increased the interest in communication research.

This research aims to analyze the evolution in the field of communication research in detail, revealing how the communication discipline was shaped in the historical context and how it reflects important trends today. In this direction, the bibliometric analysis method was carried out on 222 articles published in the SSCI, SCIE, AHCI, CPCI database between 1992 and 2023, and then content analysis was applied. The data obtained through bibliometric analysis showed that communication research in Türkiye increased with Covid-19 and social media brought effectiveness to mass media. In addition, it has been determined that communication research is not limited to communication sciences alone, but also has an intense interdisciplinary study circulation in areas such as psychology, education, health, social areas, and politics.

Keywords: Communication, Bibliometric Analysis, Social Media, Research

¹ Öğr.Gör. Dr., Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Pazarlama ve Reklamcılık Bölümü, fatmayigit@akdeniz.edu.tr, ORCID: 0000-0003-3748-1496

² Sorumlu Yazar (Corresponding Author)

³ Yüksek Lisans Öğrencisi, Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 202252058011@ogr.akdeniz.edu.tr, ORCID: 0009-0000-8069-4185

Giriş

İletişim, insanlar ve toplumlar arasındaki etkileşim sürecinin gerçekleşmesini sağlayan temel unsurdur. Bilgi aktarımı, toplumsal ilişkilerin kurulması ve sürdürülmesi, toplumsal normların oluşumu, kültürel ifadeler ve ifade özgürlüğü, eğitim ve öğrenme ile sosyal değişime katkı sunma gibi birçok önemli işlevi bulunan iletişim, bireylerin ve toplumun gelişimi için hayati öneme sahiptir. Söz konusu bu önem de iletişimin sosyal ve kültürel boyutunu anlama ve inceleme ihtiyacını doğurmuştur. Bu ihtiyaçtan hareketle dönemin şartlarına bağlı olmakla birlikte; iletişim süreçlerini ve iletişim araçlarını anlamak, değerlendirmek, iletişim stratejilerini geliştirmek ve iletişimde etkili kararlar almak adına iletişim araştırmaları yapılmıştır.

İnsanoğlunun iletişim araçlarını keşfetmeye ve iletişim süreçlerinin etkilerini anlamaya başlamasıyla birlikte iletişim araştırmalarının dolaylı olarak da olsa hep var olduğunu söylemek mümkün olsa da iletişim araştırmalarının modern anlamda kurumsallaşması ve bir disiplin haline gelmesi için belirli bir tarih ve gelişim süreci mevcuttur. Nitekim, iletişim araştırmaları tarihi Mattelart (1998) gibi birçok yazar tarafından, toplumların tarımsal hayattan endüstriyel yaşama geçişine, siyasi ve sosyal yaşamda birçok değişikliğe yol açan sanayi devrimi sonrasında yapılan çalışmalarla başlamaktadır. Bu noktada değerlendirildiğinde, araştırmaların başladığı 19. yüzyılın kitle iletişim aracının sadece gazeteler olduğu ve çalışmaların bu ekseninde yapılmış olduğu görülmektedir. Bu süreçte baskı teknolojilerindeki gelişimle birlikte gazetelerin etkinliği de artış göstermiş ancak asıl etkinliği sömürgeci ülkelerin kendi ideolojilerini yaymak için medyadan faydalanmasıyla ortaya

çıkmıştır. 19. yüzyılın ikinci yarısından 20. yüzyılın ilk çeyreğine kadar kitle iletişim çalışmaları; kentleşme, sanayileşme, eğitimin yaygınlaşması ve okuryazarlığın artması, kitle iletişiminin yaygınlaşması, kitle hareketlerinin yükselişi ve bunlardan doğan yeni toplumsal anlayış çerçevesinde yürütülmüştür. Bu dönemde yapılan araştırmaların bir bölümü gazete tirajları, haber çözümlenmeleri, gazetecilerin çalışma şekilleri, kamuoyu oluşturma konusunda gazetelerin etkinliği gibi basının işleyiş ve işlevine yönelik çalışmalardan oluşmaktadır (Lang, 2005, s. 41) 1950'lilerden sonra yapılan araştırmalara bakıldığında ise kitle iletişim araçları ve özellikle de televizyonun birey ve toplum yapısı üzerine etkilerini konu alan araştırmalar yapılmıştır. 1980 sonrasında gelindiğinde iletişim alanındaki araştırmaların genel iletişim, kitle iletişimi, etki ve içerik çözümlenmelerine yönelik araştırmalar yapılması yanında ağırlıklı olarak sinema filmlerinin çözümlenmeleri üzerinde yapıldığı görülmektedir (Aziz, 2006). Özellikle 1990'ların sonlarından itibaren, dijital iletişim teknolojilerinin hızla yayılmasıyla birlikte, iletişim araştırmaları dijital medyanın etkisi üzerine yoğunlaşmıştır. Bu anlamda iletişim araştırmalarının şimdiki durumuna bakıldığında öncelikle hayatın her alanında kullanılan yeni iletişim teknolojilerinin topluma etkisi ve bu araçlar vasıtasıyla iletilen mesajların nicelik ve niteliğiyle ilgili araştırmalar yapıldığı görülmektedir. Sosyal medya ve internet kültürü, medya etkileri ve algı, dijital oyunlar ve iletişim, mobil iletişim ve taşınabilir teknolojiler, yapay zekâ ve iletişim gibi internet odaklı konuların popüler araştırma konuları arasında da yer aldığı günümüz iletişim dünyasında, reklam araştırmaları ile güncelliğini kaybetmeyen siyasal iletişim çalışmaları da popüler araştırma alanları içerisinde yer almaktadır.

Yukarıda değinilen genel değerlendirmenin yanı sıra iletişim araştırmalarının gelişimini

tam olarak ortaya koymak adına; iletişim araştırmalarının gelişmesinde, farklı yaklaşımların ve bakış açılarının ortaya çıkmasında etkin rol oynayan farklı ekollere ve okullara yer vermek yerinde olacaktır. Söz konusu bu okulların en önemlilerinden birisi Chicago Okulu'dur. Chicago Okulu, iletişime sosyal psikoloji perspektifinden bakarak insanın iletişim süreçlerini ve davranışını anlamaya odaklanmıştır. Grup içi ve gruplar arasındaki iletişim, liderlik ve iletişim süreçleri gibi konularla ilgilenen okulun çatısı altında toplumun yapısını ve etkileşimlerini anlamaya yönelik araştırmalar yürütülmüştür. Yüz yüze iletişimin önemini vurgulayan okul, iletişimin salt bir dil süreci olmadığını, sosyal etkileşim ve anlamın inşasını da içerdiğini savunmaktadır. Okul, özellikle medyanın toplum ve insan davranışlarına etkilerini incelemiştir. Okul ayrıca iletişim araştırmalarında yaygın kullanılan; gözlem, anket ve içerik analizi gibi yöntemleri geliştirmesi açısından da önemli bir yere sahiptir (Odyakmaz, 2012).

Diğer yandan, Colombia Üniversitesi çatısı altında Lazarsfeld ve Katz, Berelson'ın öncülüğünde yürütülen "etki" araştırmaları neticesinde bilginin aktarılması ve tutum değişikliğinin gerçekleşmesinde kişiler arası diyaloglardan kaynaklanan etkinin önemli rol oynadığı, özellikle birincil grupların öneminin çok olduğu saptanırken, kitle iletişim araçlarının doğrudan etkisinin sınırlı olduğu ortaya konmuştur. Yapılan alan araştırmalarıyla; fikir önderliği, iki basamaklı akış ve eşik bekçiliği kavramları literatüre kazandırılmıştır (Erdoğan & Alemdar, 2010).

İletişim araştırmalarını küresel bir perspektiften ele alan okulda; uluslararası ilişkiler ve kültürel etkileşim gibi konularda çalışmalar yapılmıştır. Teknolojinin iletişim süreçlerine etkisi ve medya teknolojilerinin toplumsal dinamiklere etkileri okulun odaklandığı konular arasındadır. Okulun

odaklandığı diğer bir konu da iletişimin sosyal adalet konusundaki etkilerini anlamak adına yürütülen çalışmalardır.

Almanya'nın Frankfurt şehrinde kurulan ve birden fazla disiplinle ilgilendiği için okul olarak nitelendirilen Frankfurt Okulu'nun iletişim araştırmaları konusunda da yeri son derece önemlidir. Eleştirel teori ile bilinen okul özellikle kültürel endüstri, kitle iletişim araçlarının etkisi ve kültürel hegemonya gibi konulara odaklanmıştır. Öncüleri arasında; Max Horkheimer, Friedrich Pollock, Theodor Adorno, Walter Benjamin ve Herbert Marcuse gibi düşünürlerin bulunduğu Frankfurt Okulu bünyesinde, kapitalizmin kültürel boyutlarını ve kitle iletişim araçlarının toplum üzerindeki etkisini eleştirel bir bakış açısıyla inceleyen çalışmalar yürütülmüştür (Yıldırım, 2013). Ayrıca okulun temsilcilerinden Theodor W. Adorno ve Max Horkheimer'in 1944'te ortaklaşa yayınladığı "Aydınlanmanın Diyalektiği" adlı çalışmaları kültür endüstrisi teorisi açısından önemlidir. Söz konusu çalışma, sanayileşmeyi ve kültürel ürünlerin kitlesel tüketimini eleştirmektedir ve bunun toplumun zihinsel yapısını ve kültürel çeşitliliği nasıl tehdit ettiğine odaklanmaktadır (Adorno, & Horkheimer, 1995). İletişim çalışmalarına bir başka güncel katkı, Jürgen Habermas tarafından geliştirilen "iletişimsel eylem teorisi" olarak bilinmektedir. Habermas, iletişimin toplumsal yaşamdaki temel işlevlerini incelemiş, özellikle kamusal alanın önemi üzerinde durmuş ve demokratik iletişim süreçlerinin işleyişini açıklamıştır. Frankfurt Okulu'nun eleştirel teorisi ve iletişim araştırmaları, medya ve iletişimin toplum üzerindeki etkilerini anlamada ve eleştirel bir perspektifle değerlendirmede önemli rol oynamıştır (Mercan, 2017).

İletişim alanında araştırma yapan ve bu alana katkı sunan bir diğer okul da 1964 yılında İngiltere'de kurularak medya ve

kültürel çalışmalar alanında önemli bir etki yaratan Birmingham Okuludur. Bu akademik akımın iletişime ve iletişim araştırmalarına katkısı, özellikle kültürel çalışmalar ve medya analizleri alanında eleştirel bir perspektif getirmesi ve popüler kültürün önemini vurgulamasıyla öne çıkmaktadır. Birmingham Okulu, geleneksel iletişim araştırmalarının odaklandığı medya içeriğinin analizinden ziyade medyanın toplum üzerindeki etkileri ve toplumsal süreçlerdeki rollerine odaklanmıştır. Okulun iletişim araştırmalarına katkıları arasında, medyayı bir iletişim aracı olmanın yanında toplumsal değerlerin, normların ve kimliklerin şekillenmesinde etkili bir kültürel araç olarak değerlendirmeleri gelmektedir. Ayrıca okul popüler kültürü, halkın günlük yaşamında yaygın olarak tüketilen ve paylaşılan kültürel ürünler olarak görmüştür. Bu doğrultuda; popüler kültür okul düşünürleri tarafından toplumun alt kesimlerinin deneyimleri ve değerleri açısından önemli bir alan olarak ele alınmıştır. Okulun düşünürleri, medyanın salt bilgi aktarma işlevi olmadığını, politik ve toplumsal ideolojileri yayma ve pekiştirme işlevini de yürüttüklerini iddia etmektedirler. Birmingham Okulunun düşünürlerine göre medya gerek haberler gerek diziler gerekse filmler ve diğer içerikler vasıtasıyla topluma hedeflenen bir ideolojiyi ya da değeri aktarır ve toplumun düşünsel yapısını etkiler. Tüm bunlara ek olarak Birmingham Okulu düşünürleri, iletişimi karşılıklı etkileşim ve anlam oluşturma süreci olarak değerlendirmektedir. Bu anlamda medya, mesajları yalnızca tek bir yönden iletilen bilgi olarak değil, aynı zamanda izleyicilerin ve okuyucuların yorumladığı ve etkileşime girdiği karmaşık anlam dünyaları olarak görülür. Birmingham Okulu'nun iletişim çalışmalarına getirdiği eleştirel bakış açısı ve kültürel çalışmalara yapılan vurgu, iletişim alanına çeşitlilik ve derinlik

kazandırarak ve günümüzü de etkilemeye devam etmektedir (İlic, 2022).

Tüm bu bilgiler ışığında, ortaya çıktığı andan günümüze değin iletişim alanında yapılan araştırmaların konularına bakıldığında dönemin toplumsal, ekonomik ve siyasi unsurlarının yanında teknoloji ve eğitimin belirleyici faktörler arasında yer aldığı görülmektedir.

Bu doğrultuda, iletişim araştırmalarının Türkiye'deki seyri ele alındığında, çalışmaların hem iletişim alanındaki uluslararası gelişmelerin etkisi altında şekillendiği hem de ülkenin sosyal, kültürel ve politik dinamiklerine göre evrilmeye devam etmiş olduğu görülmektedir. Nitekim, Cumhuriyet döneminin zorlu koşullarında ortaya çıkmaya başlayan az sayıdaki gazete, 1920'lerde başlayan radyo yayınları ile sinema filmleri, ülkemizde ancak 1960'ların sonlarında başlayan televizyon yayıncılığı ile alternatif iletişim teknolojilerinin ve iletişim alanındaki eğitimlerin geç başlaması gibi temel sebepler Türkiye'de iletişim araştırmalarının geç başlamasında etkili olan faktörler olarak sıralanabilmektedir (Aziz, 2006).

Türkiye'deki iletişim araştırmalarını iki ayrı dönemde incelemek gerektiğini dile getiren Taşçıoğlu'na göre (2010), Cumhuriyet'in ilk yıllarından 1960'lı yılların sonuna kadar olan süreç "iletişim eğitimi öncesi dönem", 1970'li yıllardan sonra ise hızla yaygınlaşan "iletişim eğitimi sonrası" dönemdir. İletişim eğitimi öncesi dönemde; iletişim alanına katkılar, Batı'yla benzer şekilde; sosyoloji, psikoloji, siyaset bilimi, antropoloji ve tarih gibi farklı bilim alanındaki araştırmalar ekseninde sınırlı kalmıştır.

Daha spesifik bir değerlendirmeye ele alındığında ise çeşitli sosyal bilimler çalışmalarıyla inşa edilen alt yapıyla 1970'ler Türkiye'de iletişim çalışmalarına asıl yönelimin olduğu yıllar, 1980'ler iletişim araştırmalarının akademik

çerçevede daha da güçlendiği yıllar, 90'lar ise medya kuruluşlarının sayısının ve çeşitliliğinin artmasıyla özgün iletişim çalışmalarının yapıldığı dönem olarak değerlendirilmektedir (Tokgöz, 2000).

İletişim araştırmalarına ele alınan konular açısından bakıldığında ise konular 1970'ler ve 1980'lerde genellikle gazetecilik, halkla ilişkiler ve iletişim fakültelerinde yürütülen uygulamalı çalışmalarla sınırlıyken, 1990'larda daha disiplinler arası bir yaklaşım benimsendiği görülmektedir. Bu dönem ülkede iletişim fakültelerinin kurulmaya başladığı dönem olarak da ayrı bir öneme sahiptir. Nitekim, Türkiye'nin içinde bulunduğu koşullar nedeniyle görece geç başlayan iletişim araştırmalarının gelişiminin üniversitelerde iletişim bölümlerinin kurulmasıyla hız kazanmaya başladığı bilinmektedir. Akademik alanda iletişim eğitimi verilmesi, öğrencilerin bu alanda eğitim almalarının yanı sıra iletişim araştırmalarının yaygınlaşması konusunda da önemli rol oynamıştır. 2000'li yıllara gelindiğinde ise Türkiye'de iletişim araştırmaları alanında önemli gelişmeler yaşanmıştır. Özellikle üniversitelerde iletişim doktora programlarının açılmasının bu alanda yapılan araştırmaları arttırdığı söylenebilir. Bu süreçte eğitim araştırmalarının çeşitlendiği de görülmektedir. Ancak Erdoğan (2009), bu konuda bir eleştiri getirmektedir, *'Türkiye'de iletişim fakültelerinin son yıllarda niceliksel artışına rağmen, iletişim araştırmaları genellikle yöntembilimsel bağlamda akademik karakterden yoksun bir şekilde oluşmuştur ve bu oluşum sürekli yeniden üretilmektedir. İletişim alanı kitle iletişimine hapsedildiği için, iletişim araştırmaları ilgilendikleri alanlar bağlamında da yoksulluk içindedir'*.

2000'lerin başından itibaren internetin yaygınlaşması ile dijital iletişim alanı Türkiye'de de önem kazanarak, internetin etkileri, sosyal medya kullanımı, çevrimiçi

haber tüketimi gibi konular araştırmacıların ilgisini çekmiştir. Diğer yandan dünya çapında birçok insanın günlük yaşamının ayrılmaz bir parçası haline gelen internetin; farklı coğrafi bölgelerdeki insanlarla kolayca iletişim kurabilme, haberlere hızlı şekilde ulaşabilme, ilgi alanlarına giren içerikleri takip edebilme, eğlence imkânı sunma gibi birçok olumlu getirisinin yanı sıra mahremiyet, güvenlik ve psikolojik etkiler gibi olumsuz yönleri de bulunmaktadır. Gerek sosyal gerekse akademik alanda sık sık tartışma konusu olan bu olumsuz yönler de son 10 yılda iletişim araştırmalarında önemli mikro araştırma alanları arasında yerini almıştır. Ayrıca medya analizi, sosyal medya, dijital iletişim, kültürel iletişim gibi konularda son yıllarda sıkça araştırmalarda yerini almıştır.

Sonuç olarak, iletişimin öneminin anlaşılmasına paralel olarak dünya genelinde olduğu gibi Türkiye'de de iletişim becerilerini geliştirmek, etkili iletişim stratejileri oluşturmak ve iletişim teknolojilerinin etkisini anlamak için dönemin koşullarına göre iletişim araştırmaları yapılmıştır ve yapılmaya devam etmektedir. Bu araştırmada dünya genelinde ve Türkiye'de yapılan iletişim araştırmaları bibliyometrik analiz yöntemi kullanılarak analiz edilerek dünden bugüne iletişim araştırmalarındaki eğilimler belirlenmeye çalışılmıştır.

1. Araştırmanın Yöntemi

Türkiye'de iletişim araştırma alanlarındaki eğilimleri ortaya koymayı amaçlayan bu çalışma üç aşamadan oluşmaktadır. Araştırmanın ilk aşamasında *Web of Science* (WoS) veri tabanında bibliyometrik analiz yapılmış, ikinci aşamasında WoS bibliyometrik analizi sonucu elde edilen çalışmalar VOSviewer üzerinde anahtar kelime eş-oluşum analizi ve ortak alıntı ile atıfta bulunulan kaynak analizine tabi tutulmuştur. Bu çalışmada, CiteSpace yazılımı kullanılarak alanlar arası ilişkiler

ikili harita görünümü ile gösterilmiştir. Ayrıca, referans analizi için zaman çizelgesi görünümünden faydalanılmıştır.

WoS, 1900'den günümüze kadar olan yayınları içermesi nedeniyle sıklıkla kullanılan, en güvenilir ve en yüksek kalite standartlara sahip bilimsel araştırma veri tabanlarından biri olarak kabul edilmektedir (Gaviria-Marin et al., 2019; Li & Hale, 2016). Bünyesinde 21.000'i aşkın hakemli ve yüksek kaliteli akademik çalışmalar bulunduran WoS veri tabanında ESCI, SSCI, AHCI endekslerde yer alan akademik çalışmalar ve bu çalışmalara yapılan atıflar tespit edilebilmektedir. Aynı zamanda *Web of Science Core Collection* veri tabanında daha detaylı araştırma yapılabilmekte ve bu araştırmalar istenilen türlerde (grafik, tablo vb.) elde edilebilmektedir. WoS'ta bibliyometrik analiz yapılırken istenilen sonuçlara yönelik sonuçlara kısıt konulabilmekte böylece istenilen türde yayın yapan yazarlar, yayın yılları, yayın yapan makalelerin çıktığı ülkeler, araştırma kuruluşları (üniversiteler, enstitüler vb.) gibi birçok veri listelenebilmektedir. Ayrıca WoS, anahtar kelime seçimi konusunda Scopus gibi diğer bilimsel veri tabanlarına göre belirli avantajları vardır (Krämer et al., 2017).

Bibliyometrik analiz için çalışmada WoS'ta oluşturulan algoritma ile detaylı arama kısmının başlık kategorisine iletişim, araştırma, metot, yeni medya, sosyal medya ve Türkiye anahtar kelimeler ve/veya/değil mantıksal sınamalar ile eşleştirilmiştir. Bu anahtar kelimeler Türkiye'de iletişim araştırma alanlarında yapılan çalışmalarda en çok kullanılan kelimeler baz alınarak seçilmiştir. Çalışma yapılan konunun Türkiye'deki araştırma alanlarındaki eğilim olması sebebiyle WoS veri tabanında detaylı arama yapılırken konunun genel içeriği olarak 'iletişim' anahtar kelimesi, araştırma alanlarındaki başlık kategorisinde "iletişim ve araştırma",

"metot veya yeni medya", "sosyal medya veya Türkiye" önermeleri filtrelenmiştir. Literatürde iletişim alanının oldukça geniş yer alması araştırmada bazı sınırlılıklar belirlenmesine neden olmuştur. Bu süreçte ilk kısıtlılık olarak araştırma kapsamında yalnızca makale verilerinin dahil edilmesidir. Diğer bir kısıtlama olarak bilim dalı kategorisi olarak "iletişim" bilim dalı seçilmiştir. Bir başka kısıt olarak dil seçeneği, ortak bilim dili olarak kabul edilmesi ve yaygınlığı nedeniyle makalelerin dilinin İngilizce olarak yayımlanmış olması belirlenmiştir. Son kısıt olarak da ilgili eserlerin başlığında filtrelenen ülke çalışmanın amaç ve kapsamından dolayı sadece Türkiye olarak belirlenmiştir.

Çalışma da amaca uygun olarak belirlenen kelimeler ile tarama yapıldığında ilk makaleye 1993 yılında rastlanmıştır. Bu nedenle araştırma 1993-2023 yılları arasında kaleme alınmış ve yukarıda belirtilen mantıksal sınama ve filtreleme sonucunda elde edilmiş toplam 222 makaleyi kapsamaktadır. Çalışmada elde edilen veriler grafiksel görünüm ve tablo ile desteklenerek sonuçların açık ve anlaşılır bir şekilde sunulması amaçlanmıştır. WoS veri tabanında dergi yayın endeks analizi, ülke analizi, yazar analizi, kurum analizi, zaman içinde yapılan yayın ve atıf analizlerin yorumlanması bu grafiklerin yardımıyla sağlanmıştır.

Çalışmanın ikinci bölümünde bibliyometrik haritalama için VOSviewer yazılımından yararlanılmıştır. VOSviewer, elde edilen verileri ağ haritası ve yoğunluk haritası olarak gösteren bir programdır. Bu çalışmada, 222 makalelik veri seti ile VOSviewer ile anahtar kelimelerin eş oluşumunu ve atıfta bulunan kaynakların ortak alıntısını analiz etmek üzere, atıf, bibliyografik bağlantı, eş atıf veya eş yazarlık gibi seçenekler kullanılmıştır.

Çalışmanın son bölümünde CiteSpace yazılımı ile görselleştirme yapılmıştır. CiteSpace, bilimsel yayınlar ve bunlar arasındaki ilişkileri java tabanlı bir program ile gösteren bir yazılımdır. Çalışmada, 222 makalelik veri seti ile alanlar arası ilişkiler ikili harita görünümü ile analiz edilmiştir. Ayrıca, disiplinler arası iş birliği kümeleri, atıf veren ve atıf alan kümelerin etkileşimi gösterilmiştir. Referans analizi için de CiteSpace'in zaman çizelgesi görünümünden faydalanılmıştır.

2. Bulgular ve Yorumlar

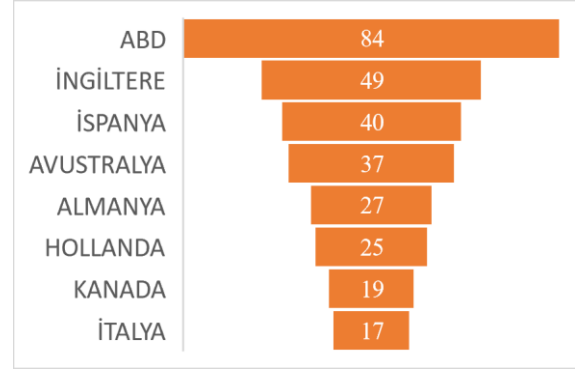
Bu bölümde, iletişim ve araştırma kavramlarıyla, metot veya yeni medya ve sosyal medya veya Türkiye konuları arasındaki ilişkileri inceleyen makalelerin veri ölçütleri kullanılarak bibliyometrik analiz tekniği ile analiz yapılmıştır. Çalışmada, makalelerin yayınlandığı dergiler, makale yazarları ve makalelerde geçen anahtar kelimeler gibi sayısal ve kavramsal veriler dikkate alınmıştır.

2.1. Web of Science Core Collection Veri tabanından Yararlanılarak Yapılan Analizler

2.1.1. İletişim Araştırmaları Alanlarındaki Eğilim Üzerinde Ülke Analizi ve Web of Science Endeks Analizi

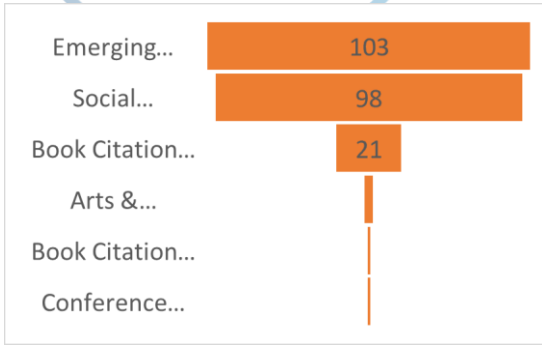
WoS veri tabanı, bilimsel olarak yapılmak istenen çalışmalar açısından önemli multidisipliner olan bir veri tabanıdır. Araştırmacılara dört ayrı veri tabanından alınan bilgileri sunmaktadır. Bu veri tabanları SSCI, SCIE, AHCI, CPCI olarak sıralanmaktadır.

İletişim araştırmaları alanında son yıllarda WoS veri tabanında yayınlanan dergi sayısı artmakta iken dergilerin kalitesi de artış göstermektedir. WoS veri tabanı araştırmacılara araştırma yapılmak istenen alanda güncel ve kaliteli yayın sergilemektedir.



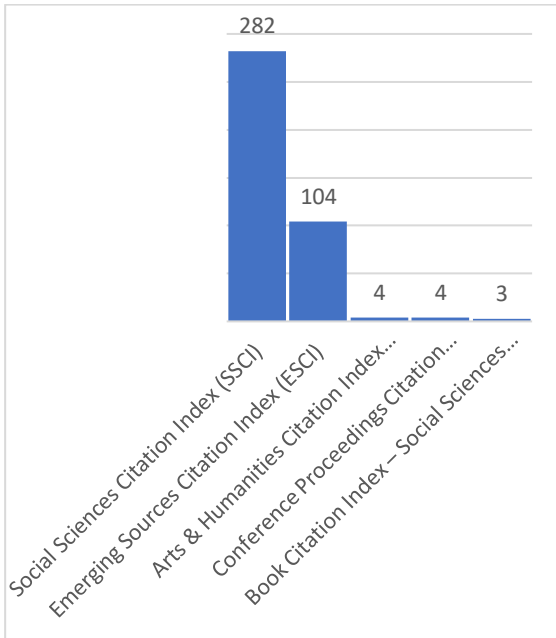
Grafik 1. İletişim Araştırmaları Alanında Ülke Bazında Yayın Dağılımı Grafiği

Grafik 1 incelendiğinde iletişim araştırma alanlarındaki eğilime ilişkin araştırmada en çok yayın yapan ülkeler arasında ilk sırada 84 yayınlı USA yer alırken, onu sırasıyla 49 yayınlı İngiltere, 40 yayınlı İspanya, 37 yayınlı Avustralya, 27 yayınlı Almanya izlemektedir. Söz konusu ülkeler arasında en çok yayının USA'da olması akademik disiplinin temellerinin atıldığı ülke olması nedeniyle olduğu düşünülmektedir. Diğer yandan 1970 sonrasında İngiltere'de ortaya çıkan kültürel çalışmalar iletişim alanı için önemli dönüm noktalarından olmuştur. Bu nedenle İngiltere'nin de yayın sayısı açısından üst sıralarda yer almasını açıklar niteliktedir. Aynı şekilde Frankfurt Okulu ile eleştirel medya çalışmalarının öncülüğünü yapan ülke olarak Almanya'da yayın sayısı olarak üst sıralarda yer almaktadır. Ayrıca bu ülkelerin iletişim araştırmalarına önem verdiği bu alanda yapılan çalışma sayılarından anlaşılmaktadır. Bununla birlikte WoS veri tabanında kaliteli yayınları sundukları için bu alanda yayın yapan ülkelerin yayın kalitesinin ve uluslararası alanda tanınırlığı olduğu şeklinde yorumlanabilmektedir.



Grafik 2. Web of Science Core Collection Aracılığıyla Türkiye Bazında Web of Science Endeks Oranları

Şekil 2’de yayın yapılan endekslere bakıldığında ise Türkiye bazında *Emerging Sources Citation Index*’in (ESCI) ilk sırada yer aldığı, en az makale yayınlanan veri tabanının ise CPCI olduğu görülmektedir. Bu durum ESCI endeksinin, daha fazla bölgesel öneme sahip olması ve gelişmekte olan bilimsel branşlarındaki dergilerin WoS veri tabanında yer alması açısından Türkiye için büyük öneme sahiptir. *Conference Proceedings Citation Index* (CPCI) endeksinde daha az yayın yapma nedenleri arasında konferans bildirilerinin daha az tercih edilmesi olarak yorumlanabilmektedir.

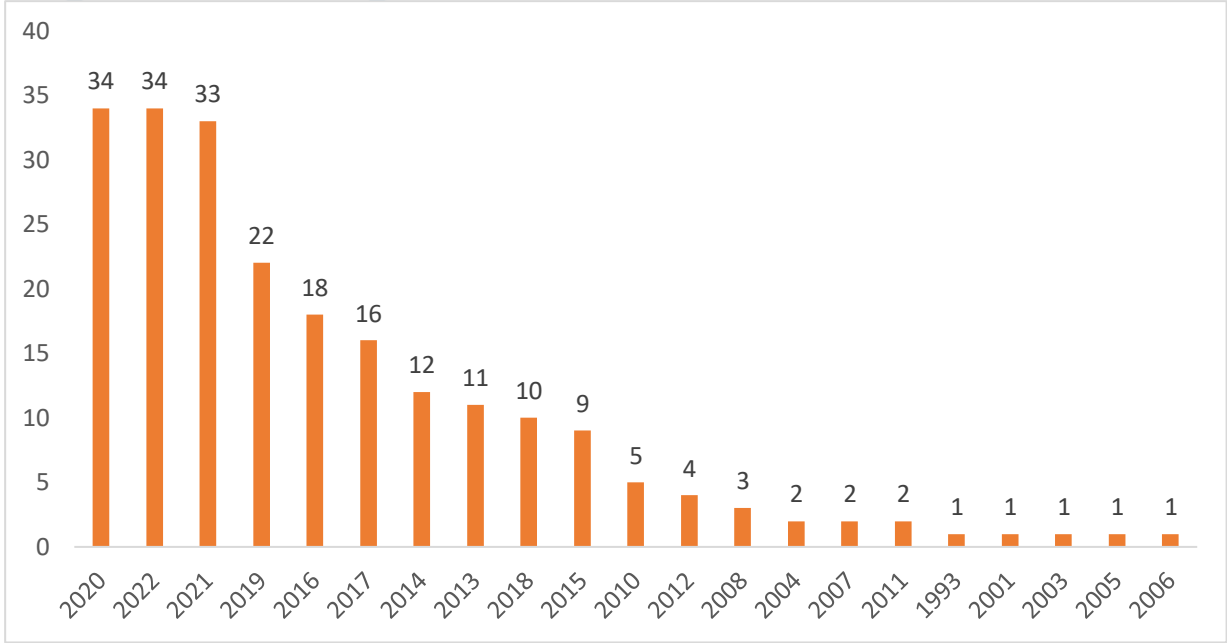


Grafik 3. Web of Science Core Collection Dünya Bazında WoS Endeks Oranı

Şekil 3’te dünya bazında görüldüğü gibi yayın endeksine bakıldığında; *Social Sciences Citation Index* (SSCI) ilk sırada, *Emerging Sources Citation Index* (ESCI) ikinci sırada, *Arts & Humanities Citation Index* (A&HCI) üçüncü sırada yer almaktadır. Türkiye’deki özellikle yeni medya alanında ortaya koyulan eserlerin WoS kapsamında ESCI (103) yayın endeksine dahil olan dergilerde yayımlandığı görülmektedir. Bunun yanında SSCI (92) kategorisindeki yayım sayısı ESCI (103) yayın sayısına yakındır. Özellikle *Book Citation Index* ve *Conference Proceedings Citation Index* sayıları diğer endekslere göre oldukça düşüktür. Bu durum makale yayıncılığının kitap ve kongre yayıncılığına göre daha tercih edildiğini göstermektedir. Özellikle kongre teşviklerinin yetersizliği bu duruma sebep olduğu düşünülmektedir. Türk araştırmacılarının uluslararası çapta hem tanınırlığını hem de ilişkilerini artırmak için kongre teşviklerinin artırılması bu oranların yükselmesine sebep olacağı öngörülmektedir.

2.1.2. İletişim Araştırmaları Alanlarındaki Eğilim Üzerinde Yayın Yılı Analizi

Günümüz dünyasının hızla dijitalleşmesi, yeni iletişim fakültelerinin kurulması, akademik personellerin atama, görevde yükselme ve akademik teşvik kazanmak amaçlı yayın yapmaya özen göstermeleri, kuruluşların çalışmalara destek vermesi, AR-GE çalışmalarının yıllar içinde giderek artması gibi nedenlerden ötürü iletişim araştırmalarındaki yayınlar zamanla artış göstermektedir (Erdoğan, 2013). Belirtilen nedenlerin de etkisiyle 1990 yılından itibaren Türkiye’de iletişim araştırmalarının sayısı artmıştır.

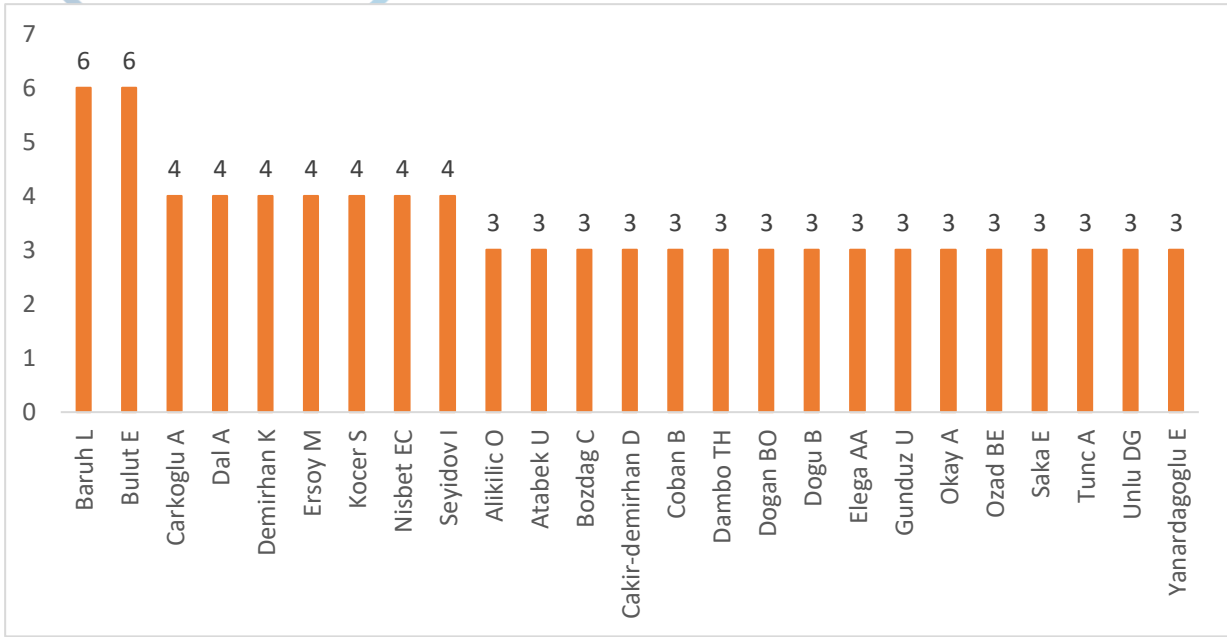


Grafik 4. Web of Science Core Collection Aracılığıyla Elde Edilen İletişim Araştırmaları Üzerinde Türkiye Bazında Yayın Yıllarının Dağılımı

Yeni medyanın kullanılabilirliğinin ve çeşitliliğinin artmasına paralel olarak Türkiye’de yeni medya üzerine yapılan çalışmalar da Şekil 4’te görüldüğü üzere yıllara göre orantılı olarak artmaktadır. Özellikle araştırmanın odaklandığı son üç yıl olan 2020, 2021 ve 2022 yıllarında bu artış belirgin bir şekilde görülmektedir. Bu duruma sebep Covid-19 pandemisi nedeniyle kişilerin evde geçirdikleri zamanın artmasından dolayı

yeni medya alışkanlıklarının değişmesi ve çeşitlendirmesi nedeniyle yapılan araştırmaların sayısının artmış olabileceği düşünülmektedir. 2000-2001 yıllarında yayın sayısının düşük olması ise o dönemde Türkiye’de ekonomik kriz olmasının etkili olmuş olabileceği şeklinde yorumlanabilir.

2.1.3. İletişim Araştırmaları Alanlarındaki Eğilim Üzerinde Yazar Analizi

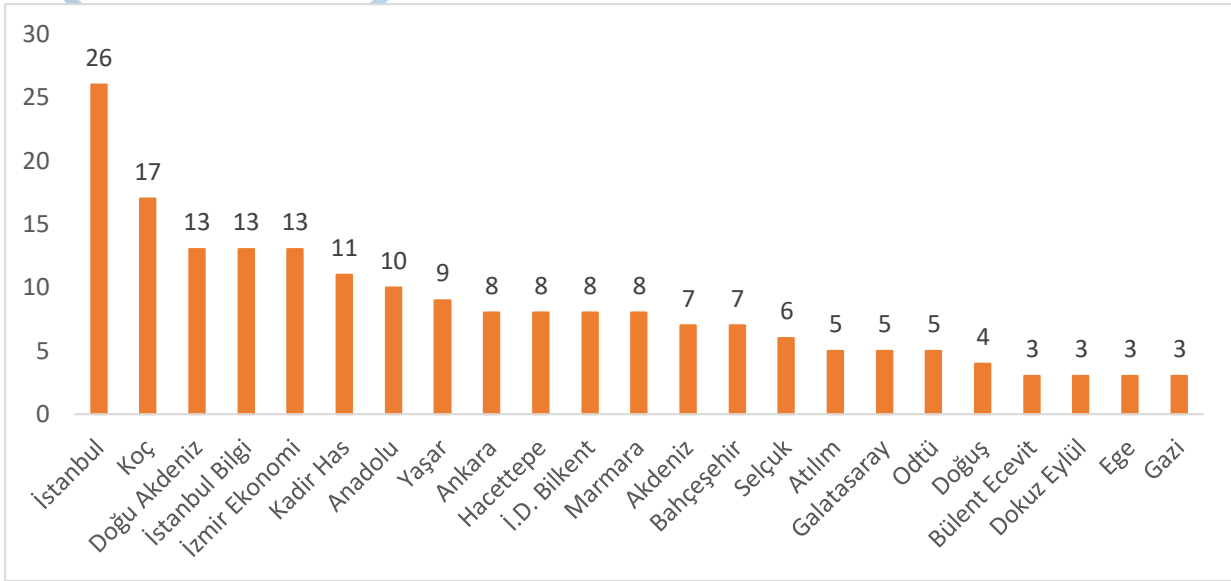


Grafik 5. Web of Science Core Collection Veri Tabanından Elde Edilen Türkiye’de İletişim Araştırmaları Konusunda En Fazla Yayın Yapan Yazarlar

İletişim alanında araştırma yapan yazarlara ait bilgiler incelendiğinde belirgin farklılıklar bulunmadığı görülmektedir. Bununla birlikte yayın yapan yazarların görev yaptığı kurumlara bakıldığında ilk 4 yazarın özel üniversitede, 5 yazarın ise devlet üniversitesinde görevli olduğu gözlemlenmektedir. İlk sırada yer alan Baruh Lemi, ikinci sırada yer alan Ergin Bulut ve üçüncü sırada yer alan Ali Çarkoğlu’nun Koç Üniversitesi’nde görev aldıkları bilgisi edinilmektedir. Diğer yandan 4. sırada bulunan Ayşenur Dal Bilkent Üniversitesi’nde, 5. sırada yer alan yazar Kâmil Demirkan ise Hacettepe Üniversitesi’nde görev yapmaktadır. Yazarların çalışma yaptıkları konulara bakıldığında ekonomi, hukuk, iletişim,

halkla ilişkiler, sosyoloji alanlarıyla ilgilendiklerini ve her birinin çalışmalarında disiplinler arası iş birliği yaptıkları gözlemlenmektedir. Bu nokta da iletişimin doğası gereği birçok sosyal bilimin kesişme noktasında yer almasının belirleyici olduğu söylenebilir. Bununla birlikte; Akdağ ve Akgül’ün (2018) belirttiği gibi sosyal bilimlerin birçok alt disiplininden öğretim elemanının yanında, sağlık ve fen bilimlerinden de bazı öğretim elemanlarının iletişim fakültelerinin eğitimci kadrosunda yer almasının iletişimin farklı disiplinlerle iş birliği yapmasında etkin rol oynadığı söylenebilir.

2.1.4. İletişim Araştırmaları Alanlarındaki Eğilim Üzerinde Yayın Yapan Kuruluş Analizi

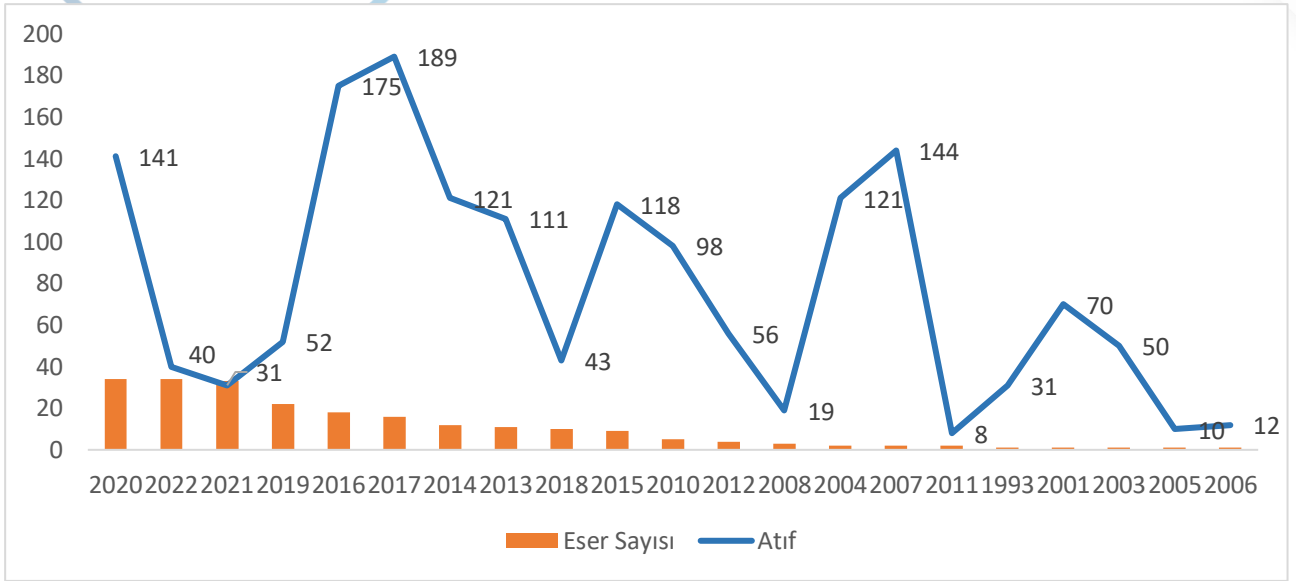


Grafik 6. Web of Science Core Collection Elde Edilen Türkiye’de İletişim Araştırmaları Alanında En Fazla Yayın Yapan Üniversiteler

Türkiye’de araştırmanın kapsadığı zaman aralığına bakıldığında en çok yayının yapıldığı üniversitelerin sırasıyla; İstanbul, Koç ve Doğu Akdeniz Üniversitesi’nin olduğu görülmektedir. WS endekslerinde yayımlanan eserlerin yarısı devlet üniversitesinde çalışan araştırmacılara, diğer yarısı da vakıf üniversitelerinde görev yapan araştırmacılara aittir. İstanbul üniversitesi 26 akademik çalışma ile diğer üniversiteler arasında önemli bir yer tutmaktadır. İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi’nin Türkiye’nin en eski ve en köklü iletişim fakültesi olarak bu alanda öncü olmasının yayın sayılarının fazlalığı konusunda da fikir vericidir. Diğer yandan araştırma sonuçları, Türkiye’de iletişim araştırmaları alanının diğer ülkelere kıyasla henüz yeterince gelişmediğini ve bu alanda daha fazla araştırma yapılması gerektiğini göstermektedir.

2.1.5. İletişim Araştırmaları Alanlarındaki Eğilim Üzerinde Zaman İçinde Yapılan Yayınlar ve Atıflar Analizi

İletişim araştırmalarının yıllar bazında sayısına bakıldığında zamanla artmasına rağmen, bazı yıllarda düşüş gözlemlenmektedir. İletişim araştırmaları tarih boyunca toplumsal gelişmeler ve değişimler ekseninde ilerlemiştir bu nedenle yıllar bazında araştırmaların azalıp artmasının da toplumsal değişimlerin etkin olduğu yorumu yapılabilir. Ayrıca, iletişim alanındaki araştırmaların bazı dönemler sansür, baskı gibi engelleyici faktörlerle karşı karşıya kaldığı şeklinde de yorumlanabilir. Diğer yandan, yapılan atıf sayılarının yıllar içinde değişiklik göstermesi, iletişim alanlarındaki çalışmaların ilgili yıllarda az sayıda yayın yapılsa dahi diğer alanlarda yapılan çalışmalarla ilişkilendirildiği şeklinde yorumlanabilir.



Grafik 7. Web of Science Core Collection İletişim Araştırmalarının Yıllık Yayınlarının ve Atıflarının Dağılımı

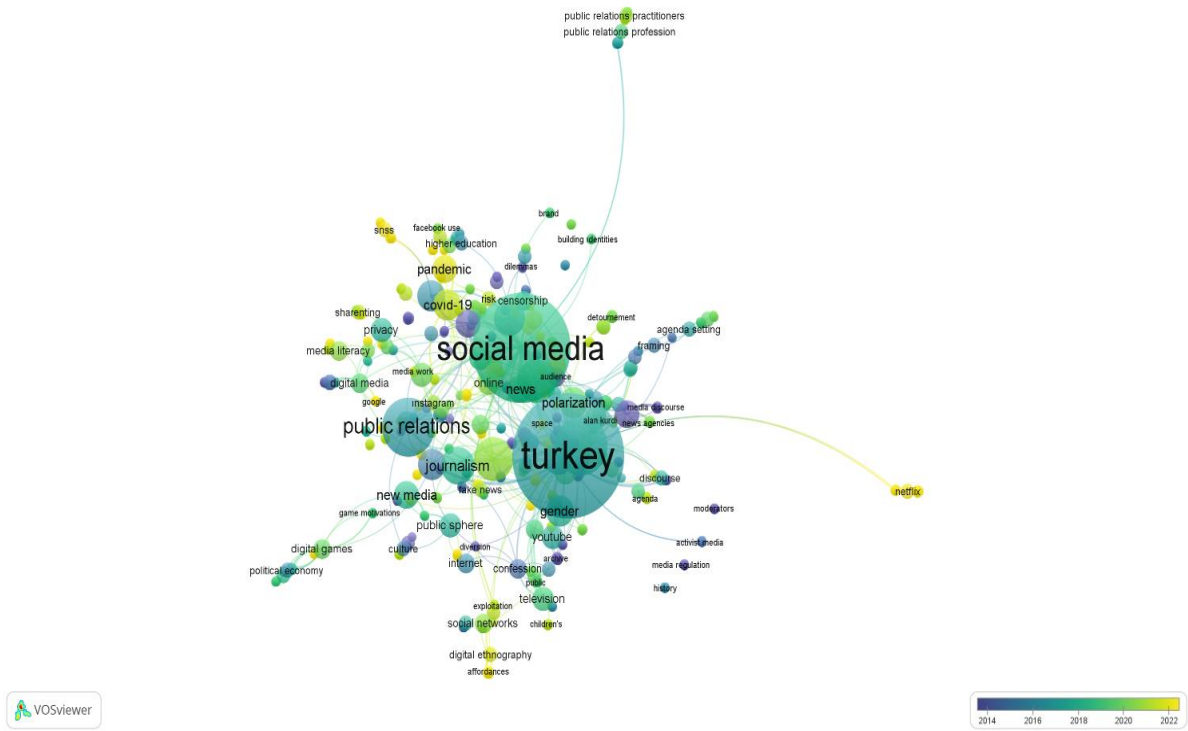
Söz konusu araştırma kapsamında irdelenen çalışmalara yapılan atıf sayısına bakıldığında eser sayısının artışı ile atıf sayısının artışının paralel olduğu görülmektedir. Sadece 2011 ve 2021 yıllarında atıf sayısında dikkate değer bir düşüş görülmektedir. WoS endekslerinde yer alan yayınların dünya çapında ulaşılabilirliğinin kolay olması, kaliteli olması, çoğunlukla bu eserlerin şu anda kullanılan ortak dil olan İngilizce yayımlanması yapılan atıf sayısının artmasına neden olduğu düşünülmektedir. Bilindiği üzere bir yayının atıf alabilmesi için eserin yayımlanmasından sonra belli bir süre gerekmektedir. Ancak son yıllarda iletişim alanında yayınlanan çalışmaların yoğunluk olarak yeni medyaya odaklandığı bilinmektedir. Bu nedenle hem iletişim alanında hem de akademik anlamda son 10-15 yılın konusu olduğu için burada atıfların toplam ağırlığının istenilen düzeyde bir devinim içerisinde olmadığı ancak ilerleyen yıllarda bu konuda

literatürün derinleşmesi ile yayım sayısında da atıf sayısının da artışın olacağı düşünülmektedir.

2.2 VOSviewer Kullanılarak İletişim Araştırmaları Alanlarındaki Eğilimi Üzerine Bilimsel Haritalama

2.2.1. Anahtar Kelime Eş-Oluşum Analizi

Türkiye’de iletişim araştırmaları alanındaki eğilimleri analiz etmek ve görselleştirmek için anahtar kelime analizi kullanılmaktadır. VOSviewer ile yapılan anahtar kelime eş oluşum analizi, sık kullanılan kelimeleri göstermektedir. Bir anahtar kelimenin minimum eşik olarak 1 kez geçmesi seçeneği seçildikten sonra, toplam 743 kelimenin birlikte geçme sıklığı yansıtılmaktadır. Bu bağlamda, en çok geçen kelime olan Türkiye’nin toplam bağlantı gücü 246, sosyal medya kelimesinin toplam bağlantı gücü 180 olduğu görülmektedir.



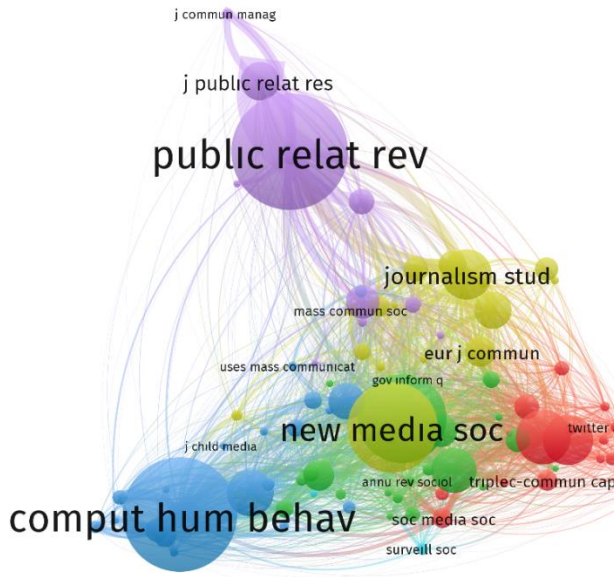
Şekil 1. VOSviewer Aracılığıyla Anahtar Kelimelerin Eş-Oluşum Ağ Haritası

Ağ haritasına göre en çok kullanılan kelimelerin başında 'sosyal medya' geldiği görülmektedir. Bu bağlantı da gündelik hayatın vazgeçilmez bir parçası olan son medyanın bu etkinliğinin akademik çalışmalara da yansıdığını göstermektedir. 'Türkiye' anahtar kelimesi ise Türkiye'nin sosyal medya kullanımı açısından özel durumda olduğunu belirtmekte ve araştırmaların Türkiye bölgesindeki etkileri de incelediği şeklinde yorumlanabilmektedir. 'Halkla ilişkiler' anahtar kelimesinin ise sosyal medyanın kullanımı açısından bir vasıta olduğunu göstermektedir. 'Medya' anahtar kelimesinin ise sosyal medyanın geleneksel medyanın tamamlayıcısı olduğunu göstermektedir.

2.2.2 Ortak Alıntı ile Atıf Yapılan Kaynak Analizi

VOSviewer aracılığı ile yapılan ağ haritaları, yayınların ortak alıntı ve atıf yaptıklarını sergileyen çemberler ve bunların bağlantısını gösteren çizgilerden

oluşmaktadır. Ortak alıntılar en büyük çemberi simgelemekte ve yayınların benzer konular içerdiğini temsil etmektedir. Bu ağ haritasında ise ortak alıntıları mavi olan kısım temsil etmektedir. Atıf yapılan kaynaklar ise yayınların faydalandıkları ve referans verdikleri bilimsel araştırmaları göstermektedir. Haritada kırmızı renk ile temsil edilmektedir. Çizgiler ise bağlantıyı görselleştirmekte olmakla birlikte çizginin kalınlığı bağlantının gücünü temsil etmektedir.



Şekil 9. VOSviewer ile Elde Edilen Ortak Alıntı ile Atıf Yapılan Kaynak Analizi Ağ Haritası

Atıf yapılan bir kaynağın minimum alıntı sayısı eşiği 10 olarak belirlenmiş ve atıf yapılan 5970 kaynaktan sadece 94'ü bu eşiği aşmıştır. 94 öge 6 küme olacak şekilde kategorize olmuştur. Bağlantı sayısı 2468, toplam bağlantı gücü ise 19728 olarak belirlenmiştir. Küme 1'in *New Media Soc (New Media&Society)* öge sayısı 22, alıntı sayısı 127, küme 2'nin *Comput Hum Behav (Computers in Human Behavior)* öge sayısı 22 ve alıntı sayısı 161, küme 3'ün *J Commun (Journal of Communication)* öge sayısı 20, alıntı sayısı ise 125 olarak görülmektedir. Mavi grup Türkiye'de yapılan araştırmaların kültürel ve tarihsel boyutunu incelemektedir. Bu grup Türkiye'de iletişim araştırma etiğini, sorumluluğunu ve kültürü gibi birçok konuyu içermektedir. Kırmızı grup Türkiye'de iletişim alanındaki araştırmaların sosyal ve ekonomik boyutunu içeren yayınları sergilemektedir. Yeşil grup Türkiye'de iletişim araştırmaları alanında yapılan yayınların bilimsel ve teknolojik gelişmelerini konu edinen yayınları içermektedir. Son olarak sarı grup Türkiye'de iletişim alanında araştırma eğiliminde eğitim ve öğretim boyutunu

içeren yayınları içermektedir. Bununla birlikte, iletişim alanının tarih, teknoloji, ekonomi ve eğitim alanlarıyla ilgili yayın yapan kaynaklarla etkileşime girdiği görülmektedir.

Tablo 1. Ortak Alıntı ile Atıf Yapılan Kaynak Analizi Tablosu

Kaynak	Atıf Sayısı	Toplam Bağlantı Gücü
New media soc	127	1986
Comput Hum Behav	161	1948
J commun	125	1888
Public Relat Rev	164	1523

Tablo 1'de listelenen kümelerde 127 atıf sayısı ile küme 1 olan *New Media Soc'un (New Media&Society)* toplam bağlantı gücü 1986'dır ve kaynaklar içerisinde en fazla bağlantı yapılan kaynak olduğu görülmektedir. Ortak alıntılardan bazıları "Türkiye'de bilimsel yayın raporu", "Türkiye'de patent başvuru ve verme durumu". Atıf yapılan kaynaklar ise "WoS veri tabanı", "Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı". Küme 2'de ise *Comput Hum Behav'in (Computers in Human Behavior)* 161 atıf ile toplam bağlantı gücü değeri 1948 olarak listelenmektedir. Ortak alıntılardan bazıları "Türkiye'de araştırma etiği ve sorumluluğu". Atıf yapılan kaynaklara örnek olarak ise TÜBİTAK'ın web sitesi", "YÖK'ün web sitesi" verilebilir.

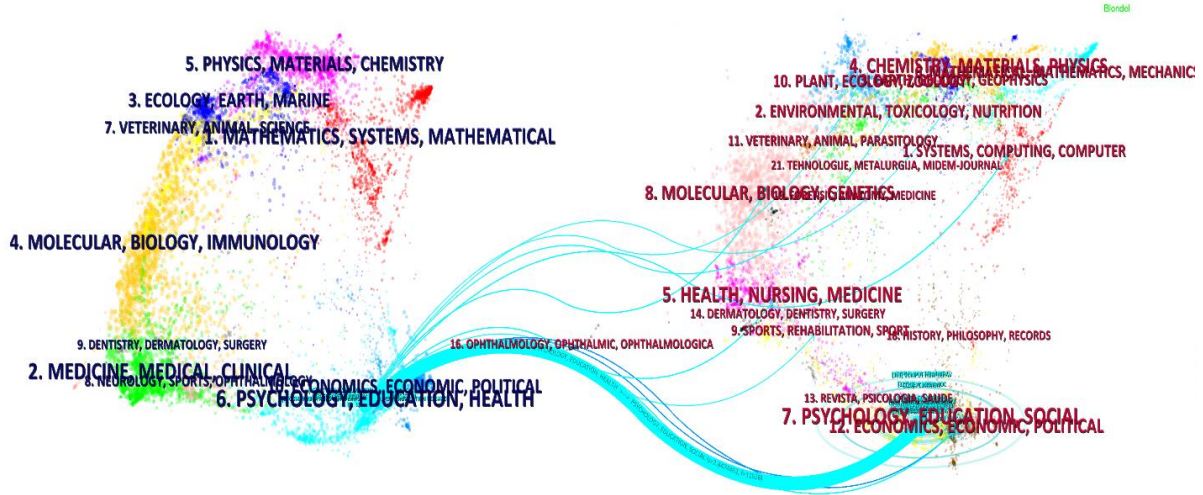
2.3. CiteSpace Kullanılarak İletişim Araştırmaları Alanlarındaki Eğilimi İnceleme

2.3.1. İkili Harita Ağ Haritası

İkili harita görünümünde farklı bilim alanları arasındaki etkileşimler gösterilmektedir. Şekilde turkuaz renkli çizgiler, her bir yayının atıf sayısını belirtmektedir. Çizgilerin kalınlığı, Z-skoruna göre sıralanmaktadır. Z-skoru, hangi bilim alanının daha fazla atıf yaptığını veya aldığını göstermektedir. Ayrıca, Z-skoruna bağlı olarak, görseldeki dairelerin büyüklüğü de değişmektedir. Büyük daireler, disiplinler arası yazılarda ve bu konuda çalışan yazarlarda yoğunluğu ifade

etmektedir. Bu analizde, makale türlerine göre disiplinler arası atıf veren (şekilde sol taraf) ve atıf alan (şekilde sağ taraf) bilim

alanları görselleştirilmektedir (Fırat vd., 2018, s. 28).

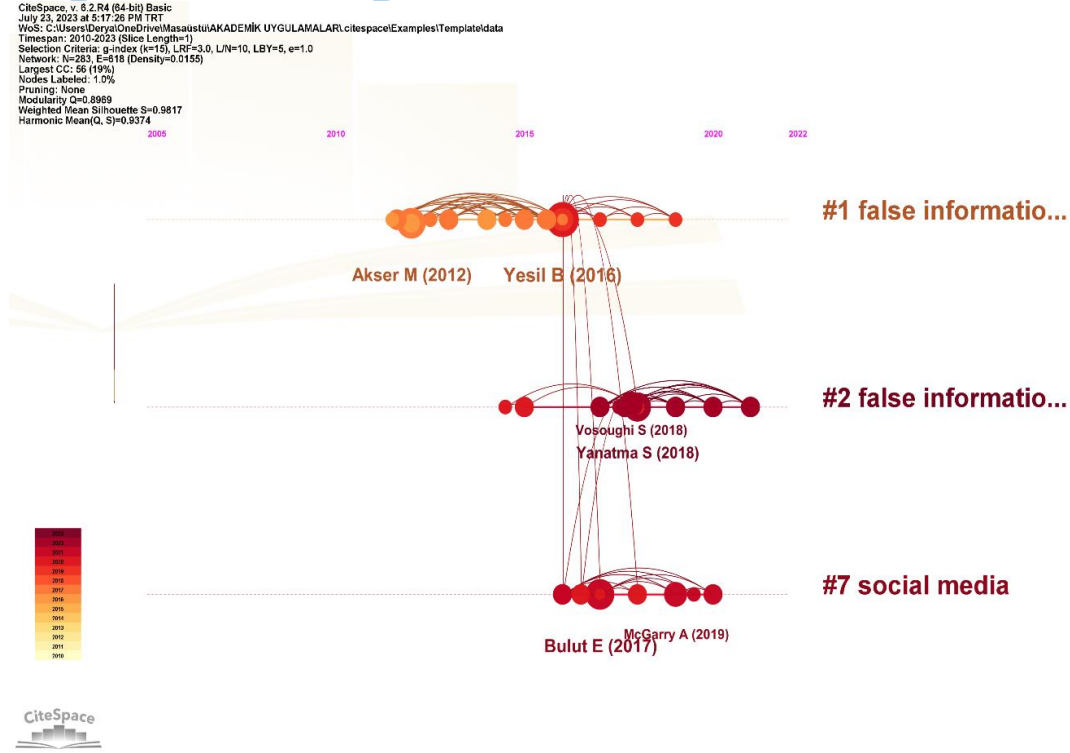


Şekil 10. Makalelerin İkili Harita Görünümü

Şekil 11’de görüldüğü gibi, iki bilim alanı atıf yapma konusunda daha belirgindir. 6. küme olan psikoloji, eğitim, sağlık ile 7. küme olan psikoloji, eğitim, sosyal atıf verilen kısımda yoğun etkileşim içindedir. Z skoru ise 2.8474462 değerindedir. Yeni medyanın birçok psikolojik etkisi ve Covid-19’un neden olduğu durumlar nedeniyle, bu alanda çalışan birçok yazar yeni medya ve iletişimin psikolojik ve sosyal etkileri üzerine atıf yapmışlardır. Bununla birlikte yeni medya ve iletişim alanındaki ekonomik yansımalar üzerinde yapılan birçok yayın yine ekonomi ve ekonomi politikası üzerinde birçok yayına atıf yapmış olduğu görülmektedir.

2.3.2 CiteSpace Aracılığı ile Zaman Çizelgesi

CiteSpace zaman çizelgesi haritası, araştırma konusunun zaman içindeki değişimini görsel yolla sunmaktadır. Kümeler yıllara ve konu başlıklarına göre ayrılmaktadır. Küme renkleri yıl bazında farklılık oluşturmakta ve sol alt köşede yıl ve renk göstergesi bulunmaktadır. Renk göstergesi, ağ haritasında gösterilen yayınların alıntı durumuna göre renk durumunu sergilemektedir. Kırmızı olan renk en yüksek alıntıyı, sarı renk ise en düşük alıntı sayısını simgelemektedir.



Şekil 11. Citespace Aracılığı ile Alınan Zaman Çizelgesi

En büyük küme 0 ile başlamaktadır. Şekil 11’de’o’tan alınan veriler dahilinde ağ 3 büyük ana küme oluşmuştur. En büyük ana küme olan Küme#1 (körfez krizi) 26 üyeye sahiptir ve 0 silüet değerindedir. Kümenin en çok atıf yapılan makalesi ise (Bulut vd., 2017) olarak görülmektedir. Söz konusu çalışmada siyasi ve ideolojik konularda Twitter’ın büyük bir araç olduğu ve dijital olarak kitleyi trolleme yönlü hareket ettirildiği vurgulanmaktadır.

İkinci en büyük kümenin Küme#2 21 üyeye sahip olduğu görülmektedir ve 0 silüet değerindedir. Kümenin en önemli atıf makalesi ise Koçer S, (2022) yazarına aittir. Koçer, yaptığı çalışmada Türkiye’deki haber kaynaklarının kutuplaşmış yanlarını ve kullanıcıların bu yanlı durum karşısında özeleştirel fakat pasif tutumlarını ifade etme amaçlı “şüpheli atalet” kavramını öne çıkarmaktadır. Bu bağlamda 2. kümede en çok atıf makalesi olması, içerik yönünden yanlış yapılan haberler ve kutuplaşma etkisinde kalan kullanıcılar açısından kitlesel boyutta yön verici niteliktedir.

Son olarak üçüncü büyük küme olan Küme#7 (Sosyal medya) 9 üye ve 0 silüet değerindedir. Kümenin atıfta bulunan en önemli makalesinin (Jenzen vd., 2021) olduğu görülmektedir. Jenzen çalışmasında Gezi Parkı olayından yola çıkarak sosyal medyanın bu konudaki toplu etkisini ve protesto yapmak için araç niteliğinde olduğunu vurgulamaktadır. Bu yönde çevrimiçi olarak yapılan protesto ayaklanmalarında görsel iletişimin rolüne değinmektedir (Jenzen vd. 2021). En çok atıf alan makale olması Türkiye açısından Gezi Parkı gibi önemli bir konuda yazılmış olması ve sosyal medyanın etkisini bu yolla bağdaştırması olarak yorumlanabilmektedir.

Tablo 2. Zaman Çizelgesinden Elde Edilen Atıf Patlama Analizi

Referans	Yıl	Atıf Sayıları	Küme Kimliği	Patlama Gücü	Merkezlilik	Sigma
Yeşil B.	2016	6	1	0.00	0.05	1.00
Akser M.	2012	5	1	2.84	0.01	1.02
Bulut E.	2017	5	7	0.00	0.01	1.00
Yanatma S.	2018	4	2	0.00	0.04	1.00
Vosoughi S.	2018	3	2	0.00	0.01	1.00
McGarry A.	2019	3	7	0.00		

Atıf ağı içerisinde sigma değerleri ve merkezilik değeri makalelerin etkinliği açısından bilgi vermektedir. Sigma değeri en yüksek olan referanslar araştırma bazında araştırma alanındaki en önemli referansları simgelerken, merkezilik değeri yüksek olan referans ise araştırma yapılan alandaki en popüler olan referansı göstermektedir. Sigma değeri alıntılama durumu ve ağda bulunan konumu bulma da öneme sahipken, merkezi değer atıf ağı içerisindeki bağlantı sayısını ele almaktadır (Wang vd., 2020). Yeşil B.'nin 2016 yılında yaptığı çalışma Küme 1 için popüler referans olarak değerlendirilmektedir.

Sonuç

Değişen dünya düzeniyle birlikte, bilgi akışının ve teknolojinin çok dinamik bir hal alması ulusal ve uluslararası arenada önemli değişimlere sebep olmuştur. İletişim araştırmaları da bu süreçten doğrudan etkilenmiş; etkili, verimli ve doğru kararlar alabilmek için araştırma yapmak artık keyfi bir araç değil zorunluluk haline almıştır. Bu zorunlulukla birlikte, iletişim araştırmalarından elde edilen veriler ışığında iletişim süreçlerinin daha sağlıklı yönetilebilmesi, toplumlar arasında anlayış ve iş birliğinin artırılabilmesi, iletişim teknolojilerinin gelişimine yön verilerek insan yaşamının kolaylaştırabilmesine yardımcı olunabilmesi gibi nedenler iletişim araştırmalarına olan ilgiyi her geçen gün artırmaktadır.

Diğer yandan, birçok farklı disiplin ve yaklaşımın kesişim noktasında bulunan bir

alan olan iletişim araştırmaları sosyoloji, psikoloji, antropoloji, siyaset bilimi gibi disiplinlerin katkılarıyla hızla gelişmenin yanında yeni sorunlara da odaklanmaktadır.

Bununla birlikte, iletişimin süreçlerini doğrudan etkileyen teknoloji, iletişim araştırma yöntemleri üzerinde de etkili olarak dijital destekli birçok yeni yöntemlerin kullanılmasına olanak sunmuştur. Bu araştırmada da belirlenen kısıtlamalar dahilinde istenilen alanda derleme niteliğinde bir bilgi şeması oluşturmaya imkân sunan ve son yıllarda sıklıkla tercih edilen yöntemlerden birisi olan bibliyometrik analiz kullanılmıştır. Analiz sonucunda elde edilen veriler Türkiye'deki iletişim araştırmalarının Covid-19 ile arttığını ve sosyal medyanın kitle iletişim araçlarına etkinlik kazandırdığını göstermektedir. Ayrıca iletişim araştırmalarının sadece iletişimle sınırlı kalmayarak psikoloji, eğitim, sağlık, sosyal alanlar, politika gibi alanlarda da disiplinler arası yoğun çalışma sirkülasyonu olduğu tespit edilmiştir.

İletişim araştırmaları alanında yapılan çalışmalar konu bazında incelediğinde ise; yanlış haber, halk teorileri, sahte haber içerik analizi, ideolojik görünüm ve çevrimiçi uygulamalar gibi kavramların sıkça kullanıldığı görülmektedir. Bu kavramlar, iletişimin bilgi yayılım hızının yüksek olması nedeniyle asılsız haberlerin alıcılarına ulaşmasını ifade etmektedir. İletişim araştırmalarıyla ilgili bir diğer önemli kavram da sosyal medyadır. Günümüz dünyasında yaşamımızın

vazgeçilmez bir parçası haline gelmesi nedeniyle, iletişim araştırmaları alanındaki eğilimin sosyal medya konusuna yoğunlaştığı tespit edilmiştir.

Araştırma amacı doğrultusunda, Türkiye bazında yayın yılları ele alındığında en fazla yayın yapılan yılların sırasıyla 2020, 2022, 2021 olduğu tespit edilmiştir. Tüm dünyayı etkisi alan Covid-19 salgınının, iletişim alanında yeni etkinliklerin ortaya çıkmasına ve insanların iletişim alışkanlıklarının evrilmesine neden olduğu bilinmektedir. Bu noktada, salgın sonrasındaki süreçle uyum sağlamak için iletişim alanındaki çalışmalarda da yeni metotlar geliştirildiği gözlemlenmektedir. Türkiye’de iletişim araştırmaları üzerinde yapılan çalışmaların yayın endeksine bakıldığında ise; ESCI, SSCI olduğu görülürken, kitap ve kongre teşviklerinin yetersiz kalmasından dolayı ‘Book Citation Index ve Conference Proceeding Index’ alanında diğer endeksler kadar yayın yapılmadığı tespit edilmiştir.

Sonuç olarak, araştırma kısıtları dahilinde elde edilen veriler değerlendirildiğinde Türkiye'deki iletişim araştırmalarının arttığı ve öneminin giderek daha iyi anlaşıldığı görülmektedir.

Nitekim, çağımızda giderek artan bir öneme sahip olan iletişim araştırmaları konusunda her zaman daha fazla destek, katkı ve çaba ile alanın daha da geliştirilmesi ve güçlendirilmesi mümkün olacaktır.

Açıklamalar

* **Etik Kurul Onayı:** Etik kurul onayı gerektiren bir çalışma değildir.

* **Yazar Katkı Oranı:** Çalışmaya birinci yazarın katkı oranı %60 iken, ikinci yazarın da katkı oranı %40 olarak bildirilmiştir.

* **Çıkar Çatışması:** Çalışma yazarının herhangi bir kurum veya kuruluşla çıkar çatışması bulunmamaktadır.

* **Akademik Finansal Destek:** Çalışma için herhangi bir kurum veya kuruluştan akademik finansal destek alınmamıştır.

* **Yazar Beyanı:** Çalışma tezden üretilmemiştir; herhangi bir kongre/sempozyum gibi akademik toplantılarda sunulan bildiriden üretilmemiştir; herhangi bir akademik proje kapsamında üretilmemiştir.

Structured Extended Abstract

Research Purpose

It is aimed to determine the changes and current trends in the field of communication studies.

Research Questions

In line with the main purpose, answers were sought to the following questions:

1: What are the factors that cause changes in communication research from past to present?

2: Which countries publish the most in the field of communication studies?

3: What are WoS Index Ratios in the world and in Türkiye?

4: What is the distribution of publication years on communication studies in Türkiye?

5: Which universities and authors publish the most on communication research in Türkiye?

6: What are the most used words in communication research?

7: Which are the most cited authors and publications in the field?

Literature Review

It is extremely important to understand the nature, development and functioning of communications science, which is an important tool for establishing and maintaining inter-societal relations as well as for interpersonal dialogue. Based on this

importance, communication research has always existed in the lives of human beings, albeit indirectly. However, the modernization of communication studies and it's becoming a discipline begins with the studies carried out by many authors after the Industrial Revolution. Thus, it can be said that both social and technological changes at the beginning of the 20th century played a decisive role in this field.

Mass media such as newspapers, radio, and cinema, which have become part of our lives during this period, have closely affected communications research.

On the other hand, many schools such as Chicago School, Frankfurt School, Birmingham School, and Columbia University have brought different perspectives, theories and methodologies to communication research, have contributed significantly to the development of the discipline.

The increase in the diversity of mass media and the evident impact of the media on society have increased the interest in communication research.

Parallel to the understanding of the importance of communication, communications studies have been conducted and continued to be conducted according to the conditions of the period to improve communication skills, create effective communication strategies, and understand the impact of communication technologies in Türkiye as well as in the world. This research aims to analyse the evolution in the field of communications research in detail, revealing how the communications science as a discipline was shaped in the historical context and how it reflects today's important trends.

Method

This study, which aims to reveal the trends in communication research areas in Türkiye, consists of three stages. In the first

stage, bibliometric analysis was made in the WoS database, and in the second stage, the studies obtained because of the WoS bibliometric analysis were subjected to keyword co-occurrence analysis and source analysis with common citations on VOSviewer. In this study, relations between areas were shown with binary map view using CiteSpace software. In addition, the timeline view was used for reference analysis.

Conclusion

Research results showed that communications research has increased with Covid-19 and social media has added effectiveness to mass media. However, there has been an intense increase in interdisciplinary research covering areas such as psychology, education, health, social areas and politics. When communication research is examined on a subject basis; It is seen that concepts such as fake news, folk theories, fake news content analysis, ideological outlook and online applications are frequently used. Another important concept related to communication research is social media. It has been determined that the trend in the field of communication research focuses on social media, as it has become an indispensable part of our lives in today's world.

Considering the publication years in the context of the Turkish literature, it was determined that the years with the most publications were 2020, 2022, 2021, respectively. It is known that the Covid-19 epidemic, which affected the whole world, caused the emergence of new activities in the field of communication and the evolution of people's communication habits. At this point, it is observed that new methods have been developed in communication studies to adapt to the post-epidemic period. When we look at the publication index of studies on

communications research in Türkiye; while it is seen that there are publications published in journals indexed by ESCI and SSCI, it has been determined that there are not as many publications in the field of 'Book Citation Index and Conference Proceeding Index' as other indices due to insufficient book and congress incentives.

As a result, when the data obtained within the research constraints are evaluated, it is seen that communications research in Türkiye has increased, and its importance has been increasingly understood.

Kaynakça

Adorno, T., & W. Horkheimer, M. (1995).

Aydınlanmanın diyalektiği I. Kabalci Yayınevi.

Akgül, M., & Akdağ, M. (2018). İletişim eğitimi ve disiplinlerarasılık: İletişim fakültelerindeki akademisyen Profili üzerine bir değerlendirme. *Türkiye İletişim Araştırmaları Dergisi*, 31, 1-20

Aziz, A. (2006). Dünyada ve Türkiye' de iletişim araştırmaları. *Kültür ve İletişimi*, 9(17), 9-32.

Bulut, E., & Yörük, E. (2017). Mediatized populisms| digital populism: Trolls and political polarization of Twitter in Türkiye. *International Journal of Communication*, 11, 4093-4114.

Enago Academy (2023). Popüler Veri tabanları Hakkında Hızlı Kılavuz – Web of Science, Scopus ve PubMed.

<https://www.enago.com.tr/academy/popular-databases-for-researchers> adresinden 6 Temmuz 2023 tarihinde alınmıştır.

Erdoğan, İ. (2009). İletişim araştırmalarının geleceği. K. Alemdar (Ed.), *Türkiye'de Kitle İletişimi: Dün, Bugün Yarın* içinde (s. 780-812). Gazeteciler Cemiyeti Yayınları.

Erdoğan, İ., & Alemdar, K. (2010). *Öteki kuram: Kitle iletişim kuram ve araştırmalarının tarihsel ve eleştirel bir değerlendirmesi*. Erk.

Erdoğan, İ. (2013). Türkiye'de iletişim araştırmaları. E. Yüksel (Ed.) *İletişim Kuramları* (s. 184-219). Anadolu Üniversitesi Yayınevi.

Fırat, S., Kurutkan, M.N., & Orhan, F. (2018). *Sağlık Politikası Konusunun Bilim Haritalama Teknikleriyle Analizi, Sağlık politikası konusunun bilim haritalama teknikleri ile analizi içinde* (s. 28-73). İksad Yayınevi.

Gaviria-Marin, M., Merigó, J.M., & Baier-Fuentes, H. (2019). Bilgi yönetimi: Bibliyometrik analize dayalı küresel bir inceleme, *Teknolojik Tahmin ve Sosyal Değişim*, 140, 194-220.

Jenzen, O., Erhart, I., Eslen-Ziya, H., Korkut, U., & McGarry, A. (2021). The symbol of social media in contemporary protest: Twitter and the Gezi Park movement. *Convergence*, 27(2), 414-437.

Krämer, T., Momeni, F., & Mayr, P. (2017). Coverage of author identifiers in Web of Science and Scopus. *arXiv preprint arXiv:1703.01319*.

Koçer, S., & Bozdağ, Ç. (2022). Sceptical inertia in the face of polarization: news consumption and misinformation in Türkiye, *Media and Communication*, 10(2), 169-179.

Lang, K. (2005), İletişim araştırmaları: kökenleri ve gelişmesi, E. Mutlu (Ed.), *Kitle İletişim Kuramları* içinde (s. 27-41). Ütopya Yayınları.

Mattelart, A., & Mattelart, M. (1998). *İletişim kuramları tarihi* (M. Zıllıoğlu, Çev.). İstanbul.

- Mercan, B. A. (2017). Habermas'ın İletişimsel Eylem Teorisinde Lorenzer Etkisi: *Dil, Sembol ve Sahnesel Anlama*. Ankara Üniversitesi SBF Dergisi, 72(3), 765-789.
- Odyakmaz, N. (2012). İletişimin İyimser Yüzü: Chicago Okulu. *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*. (20).
- Puy G. (2023). Bilimsel Araştırma Nedir? <https://www.iienstitu.com/blog/bilimsel-arastirma-nedir> adresinden 6 Temmuz 2023 tarihinde alınmıştır.
- Tansel İlic, D. (2022). Frankfurt Okulu ve İngiliz Kültürel Çalışmalar Yaklaşımı Çerçevesinde Kültürü Yeniden Okumak. *Kültür Araştırmaları Dergisi* (14), 368-378.
- Taşcıoğlu, R. (2010). Türkiye'de iletişim bilimine katkı bağlamında Hilmi Ziya Ülken'i okumak. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, 31, 233- 249.
- Tokgöz, O. (2003). Türkiye'de iletişim eğitimi: Elli yıllık bir geçmişin değerlendirilmesi, *Kültür ve İletişim*, 6 (2), 7-32.
- Uyanık, E. (2016). İletişim araştırmalarının tarihçesine bakış, *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, 42, 58-76.
- Yıldırım, A. (2013). Eleştirel Pedagoji: Ivan Illich ve Paulo Freire'nin eğitim anlayışı üzerine. Anı.
- Wang, W., & Lu, C. (2020). Visualization analysis of big data research based on Citespace, *Soft Computing*, 24, 8173-8186.