

Araştırma Makalesi | Research Article

Sosyal Medyada Dezenformasyon Kavramına Bibliyometrik Bir Bakış

A Bibliometric Approach to the Concept of Disinformation in Social Media



Havva Nur TARAKCI (Assoc. Prof. Dr.)
Selçuk University, Faculty of Communication
Konya/Türkiye
hnuryildirim@selcuk.edu.tr

Başvuru Tarihi | Date Received: 01.08.2024
Yayına Kabul Tarihi | Date Accepted: 02.12.2024
Yayınlanma Tarihi | Date Published: 30.01.2025

Tarakcı, H. N. (2025). Sosyal Medyada Dezenformasyon Kavramına Bibliyometrik Bir Bakış. *Erciyes İletişim Dergisi*, 12(1), 115-138
<https://doi.org/10.17680/erciyesiletisim.1526429>

Öz

Sosyal medyanın yaş, zaman ve mekân sınırı olmadan herkes tarafından kullanılması, insanların bilgi paylaşmasını ve değiş tokuş etmesini kolaylaştırmakta ancak yalan haber, dezenformasyon gibi bilgi bozukluklarının artmasına da neden olmaktadır. Sosyal medyada dezenformasyon ve yalan haber (fake news) konularında yapılan akademik yayınların, bu alandaki genel eğilimleri ve akademik bakış açılarını kapsamlı bir şekilde ortaya koyabilmeyi amaçlayan bu çalışmada, bibliyometrik analiz kullanılmıştır. 2015-2024 yılları arasında WoS'ta taranan akademik hakemli dergilerde yayınlanan, 490 makale VOSviewer bibliyometrik analiz programıyla, alan, yıl, yazar, indeks, dergi, ülke, dil, atıf ve anahtar sözcük kriterlerine göre incelenmiştir. Bu makalelerin yarısından fazlası (%55,10) Social Sciences Citation Index (SSCI)'te yer alan makalelere aittir. Amerika Birleşik Devletleri, 180 makale ile en fazla yayını yapan ülkedir. Makalelerde atıf yapılan konuların başında, %65,30 ile iletişim gelmektedir. Sosyal medya ve dezenformasyon konusunda en fazla makale yayınlayan dergi ise 12 makale ile Journal of Medical Internet Research isimli dergidir. Ele alınan makalelerde “sosyal medya (280)”, “fake news (162)” ve “yanlış bilgi(misinformatin) (160)” en fazla kullanılan anahtar kelimelerdir.

Anahtar Kelimeler: Sosyal Medya, Dezenformasyon, Sahte Haber, Bibliyometrik Analiz, WoS.

Abstract

The use of social media by everyone of all ages, times, and places makes it easier for people to share and exchange information. However, it also leads to an increase in information distortions such as fake news and disinformation. The study uses bibliometric analysis to comprehensively reveal the general trends and academic perspectives of academic publications on disinformation and fake news in social media. A total of 490 articles published in scholarly peer-reviewed journals indexed in WoS between 2015 and 2024 were analyzed by the VOSviewer bibliometric analysis program according to field, year, author, index, journal, country, language, citation, and keyword criteria. More than half of these articles (55.10%) belong to articles in the Social Sciences Citation Index (SSCI). The United States of America is the country with the highest number of publications with 180 articles. Communication is the most cited topic in the articles by 65.30%. The journal that published the most articles on social media and disinformation is the Journal of Medical Internet Research with 12 articles. “Social media (280)”, “fake news (162)” and “misinformation (160)” are the most frequently used keywords in the articles.

Keywords: Social Media, Disinformation, Fake News, Bibliometric Analysis, WoS.



Giriş

Sosyal medyanın hayatın her alanında yoğun bir şekilde kullanılması bilgi alma ve verme biçimini de değiştirmiştir. Sosyal medya ile birlikte insanların hem üreten hem de tüketen olması, toplumsal ya da bireysel düzeyde bilginin üretimi ve tüketimini de yüksek boyutlara ulaştırmıştır. Bilginin bu kadar yoğun bir şekilde kullanımı bu bilgilerin doğruluğu noktasında şüpheleri de beraberinde getirmektedir. Böylece doğru bilgilerle birlikte komplo teorileri, söylentiler, sahte haberler gibi güvenilir olmayan bilgilerin de sosyal medyada yoğun kullanımı söz konusudur.

Sahte haberler yanlış bilgilerin üretilmesi ve gerçek bilgilerin çarpıtılması yoluyla gerçekleştirilebilecek bilgilerin manipülasyonu anlamına gelmektedir. Karlova ve Fisher (2013, s. 573)'a göre bilgi ve yanlış bilginin bazı özellikleri dezenformasyona yansiyabilir ancak burada önemli nokta aldatmacadır. Bilgi bozukluğunun bir parçası olarak, Wardle ve Derakhshan (2017, s. 20), dezenformasyonu herhangi bir bireye veya kuruluşa zarar vermek amacıyla kasıtlı olarak yayılan bilgi olarak tanımlarken yanlış bilgiyi ise, herhangi bir kimseye zarar verme amacı olmaksızın yanlışlıkla yayılan bilgi olarak tanımlamaktadır. Yanlış bilgi, çok sayıda yorumun bir sonucu iken dezenformasyon yanıltıcı olması amaçlanan (en azından öngörülen) yanıltıcı bilgidir. Yanlış bilginin birbiri ile yakından ilgili üç kategorisini oluşturan mezenformasyon, dezenformasyon ve malenformasyon bazı farklılıklarla birbirinden ayrılmaktadır. Mezenformasyon bir kişi ya da grubun, bilginin yanlış ya da yanıltıcı olduğunun farkında olmadan yararlı olduğunu düşünerek paylaştığı bilgidir (Kırdemir, 2020).

Malenformasyon ise, zarar vermek amacıyla paylaşılan gerçek bilgidir. Özel kalması gereken bilginin kişiye ya da kuruma zarar vermek amacıyla kamusal alanda paylaşılması malenformasyonu oluşturmaktadır (Erdoğan vd., 2022). Dezenformasyonu bu bilgi bozukluklarından ayıran en önemli nokta, tamamen ya da kısmi şekilde kurgulanmış yanıltıcı içeriklerin kişi, kurum ya da devletleri itibarsızlaştırmak için kasti şekilde oluşturulması ve yaygınlaştırılmasıdır (Bayraktar, 2023, s. 53).

Günümüzde sosyal medyanın bilgi alışverişinde güçlü bir araç haline gelmesi, bilginin çok hızlı şekilde yayılması, insanların bilgi, haber vb. şeyleri genellikle sosyal medya aracılığıyla alması manipüle edilmiş ve sahte içeriğin üretilmesini de kolaylaştırmıştır. Sosyal medya platformlarında paylaşılan sahte çarpıcı haberler sebebiyle insan hayatının tehlikeye girdiği pek çok vaka yaşanmıştır. WhatsApp ve Facebook gibi mesajlaşma platformlarındaki asparagas mesajlar ve söylentiler hızla yayılmakta ve akıllı telefon kullanımındaki artışla birlikte insanlar bu iddiaları gerçek zannetmekte ve bu yanlış haberlere göre fikir oluşturup harekete geçmektedir (Kai Shu, Amrita Bhattacharjee, vd., 2020, s. 3).

Son yıllarda dezenformasyon, yoğun bir şekilde araştırılan önemli konuların başında gelmektedir. Hem ulusal hem de uluslararası literatürde sosyal medya ve dezenformasyonu merkezine alan çalışmalar mevcuttur.

Sosyal medya ve dezenformasyon ilişkisini doğrudan ele alan bir çalışmanın literatürde yer almaması bu çalışmanın çıkış noktasını oluşturmaktadır. Çalışma, sosyal medyada dezenformasyon konusunu 2015-2024 yılları arasında yayınlanan makalelerle sınırlayarak ve yalnızca Web of Science (WoS) veri tabanına odaklanarak gerçekleştirilmiştir. Çalışmada, sosyal medya ve dezenformasyon konusuna dair yayınların, alan, ülke, yazar ve dergi gibi belirli kriterler doğrultusunda bibliyometrik

analizi yapılmıştır. Diğer bibliyometrik çalışmalara paralel olarak, anahtar kelime analizi, atıf analizleri ve VOSviewer gibi görselleştirme araçları da kullanılarak hangi konuların öne çıktığı ve hangi araştırmacıların bu alanda aktif olduğu belirlenmeye çalışılmıştır. Çalışmada, alandaki diğer çalışmalardan farklı olarak, dezenformasyonun spesifik kriz dönemleri veya belirli politik olaylar çerçevesinde ele alınmasından ziyade, geniş bir zaman aralığında (2015-2024) sosyal medya ve dezenformasyona ilişkin akademik yayınların genel eğilimleri incelenmiştir.

Bu bağlamda bu araştırmanın amacı, sosyal medyada dezenformasyon konusunda yapılan akademik yayınların bibliyometrik analizini gerçekleştirerek bu alandaki genel eğilimleri ve akademik bakış açılarını kapsamlı bir şekilde ortaya koyabilmek ve gelecekteki çalışmalara katkı sunabilmektir.

Sosyal Medyada Dezenformasyon

Günümüzde internet insanların yaşam şekillerinin ayrılmaz bir parçası haline geldi ve insanların bilgi alma ve verme biçimlerini önemli ölçüde etkiledi. İnsanlar doğru ya da yanlış veya doğrulanmamış her türlü bilgiye sosyal medya araçları sayesinde kolayca erişebildi. İnsanlar sosyal medya platformlarını yalnızca arkadaşları, aileleri ile bağlantı kurmak, eğlenmek için değil aynı zamanda düşüncelerini gerçek zamanlı olarak paylaşmak, güncelleme yayınlamak ve dünya çapında bilgi ve haber toplamak için de kullanmaktadır. Geleneksel medyadan daha hızlı haber yayma özelliğine sahip olması sosyal medyanın haber alma, gündem belirleme aracı olmasını da sağlamaktadır. Dolayısıyla sosyal medya insanlar için kritik bir araç haline gelmiştir (Ding vd., 2021, s. 226).

Sosyal medyanın olumlu özellikleri yanında olumsuz tarafları da vardır. Sosyal medyanın insanları üre-tüketici haline getirmesi, kaynağı belli olmayan pek çok içeriğin ya da bilginin sosyal medya da kolayca yayılabilmesini sağlamaktadır. Eşik beççiliğinin olmaması, platformlar tarafından denetim ya da doğruluk kontrolü yapılmaması yanlış bilgilerin yayılmasına sebebiyet vermektedir.

Sosyal medya platformları özellikle kaos ve huzursuzluk bağlamında dezenformasyonun yoğun kullanıldığı alan olmakta bu da kullanıcıların bilişini etkilemektedir. Biliş, sıklıkla davranışları düzenler ve bilgi alma ve işleme işlevi görür. Kullanıcıların sosyal medya platformlarındaki içerikleri özelleştirme özgürlüğü onları dezenformasyon kampanyalarına açık hale getirir, çünkü bilginin doğruluğunu teyit etmeden paylaşarak bilgiyi hızla çoğaltabilirler (Akram vd., 2022, s. 2).

Sosyal medyada dezenformasyona uğramış bilginin yayılmasında duygusal gerçeklik önemli bir rol oynar. Sosyal medyada paylaşılan bir içeriğin paylaşım sayısı yüksekse, diğer kişilerde o içeriğin doğru olduğu bilinci oluşmakta ve sahte bilginin araştırılmadan/doğruluğu tespit edilmeden binlerce kişi tarafından paylaşılmasına neden olmaktadır. Bu bilinç sosyal medyada paylaşım sayısı arttıkça haberin doğruluk sayısının azalmasına yol açmaktadır (Arslan, 2022, s. 110).

Sosyal medya kullanıcılarının çoğu çevrimiçi dezenformasyonu anlama ve tanımlama becerilerinden yoksundur; çoğu zaman sadece sosyal medyada bu tür bilgileri paylaşarak dezenformasyon kampanyalarının ve propagandanın bir parçası haline getirildiklerini fark etmezler. Dezenformasyon bir grup tarafından manipüle edilmiş, kasıtlı olarak paylaşılan yanıltıcı bilgi olduğundan dijital teknolojilere erişim insanların dezenformasyona karşı

savunmasızlığını artırmıştır. Sosyal medya okuryazarlığı bilginin incelenememesinin ardındaki önemli bir neden olarak tanımlanmıştır (Guess vd., 2020).

Sosyal medya platformlarında algoritma manipülasyonları, bilgi akışını önemli ölçüde şekillendirir ve dezenformasyonun yayılmasını kolaylaştırabilir. Sosyal medya algoritmaları bireylerin bilişlerini etkileyecek biçimde özel olarak tasarlanmıştır. Bir kullanıcının sosyal medyada etkileşimde bulunurken ne tür içeriği izlediği ya da duraklattığı kaydedilir ve kullanıcının profili ilgili içeriklerle doldurulur. Bu tür algoritmalar kullanıcıların belli içerikleri almasını sağlar, dezenformasyon bu şekilde içeri sızar ve kullanıcının algılarını etkiler (Akram vd., 2022, s. 10). Örneğin, 2016 ABD başkanlık seçimleri sırasında, Facebook ve Twitter'da yayılan yanlış bilgiler, algoritmaların bu içerikleri öne çıkarmasıyla geniş kitlelere ulaşmıştır (Allcott ve Gentzkow, 2017). Bu tür manipülasyonlar, kullanıcıların yanlış bilgilere maruz kalma olasılığını artırmaktadır.

Sosyal medya platformlarında tavsiye sistemleri sonucunda oluşan filtre balonları ve yankı odaları da sosyal medya platformlarında dezenformasyonun ortaya çıkmasında etkilidir. Sosyal medya algoritmaları kullanıcıların kendi inanç ve bakış açılarıyla ilgili içerikleri görüntülemesine ve bunlarla etkileşime girmesine sağlar. Kullanıcıların ilgilendiği içeriklere maruz kalması onları pekiştirmesine neden olur. Bu noktada yankı odaları veya filtre baloncukları dezenformasyonun tespit edilmesi ve azaltılmasını zorlaştırmaktadır. Çünkü aynı bakış açısına sürekli uğramak insanların önceden var olan inançlarını güçlendirecek, o içeriklerin yanlış olduğu kanıtlanırsa bile insanlar fikirlerini değiştirmeye direnecektir (Kai Shu, Amrita Bhattacharjee, vd., 2020, s. 4).

Sosyal medyada dezenformasyona neden olan faktörlerden biri de trollerdir. Trol, kasıtlı olarak karşısındaki kişinin veya toplumun huzurunu kaçırmak ve işlerini aksatmak amacıyla insan doğasından kaynaklanan zayıf noktaları istismar eden kişiler olarak tanımlanmaktadır. Anlamsız görünen konularda sahte etiketler (hashtag) oluşturularak insanların dikkati çekilmekte ve takipçi sayıları yüksek olan kullanıcı hesaplarıyla beraber sahte robot hesaplar yani botlar kullanılarak siyaset, eğlence, sağlık gibi alanlarda dezenformasyon amaçlı paylaşımlar yapılmaktadır (Sanlav, 2018). First Monday'in yapmış olduğu araştırma, 2016 yılında yapılan ABD Başkanlık seçimlerinden bir gün önce, 400,000 sosyal medya botu tarafından sosyal medyada yapılan siyasi tartışmaların %20'sinin oluşturulduğunu göstermiştir. 2010-2012 Arap Baharı sırasında protestocuların ve aktivistlerin mesajlarını bilinçli olarak aşağı çekmek için devlet kurumları, Twitter botlarını kullanmışlardır (Ulus, 2024).

Siyasi liderler, seçim dönemlerinde ya da gerçekleştirmeyi düşündükleri uzun vadeli hedefleri doğrultusunda hem bu söylemlerinin etkisini artırmak hem de rakiplerine zarar vermek amacıyla sosyal medyayı dezenformasyonun bir aracı olarak kullanmaktadırlar (Hamm, 2020). Politika açıklamalarını ve görüşlerini sosyal medya platformlarından yapmakta, takipçileri ise bunları resmi açıklama olarak kabul etmektedirler (Duncombe, 2019, s. 109). Ayrıca kar elde etmek ve mali çıkar sağlamak amacıyla tık avcılığı (clickbait) da konu ile bağlantısı olmayan başlıklar tıklanmayı artırmak amacıyla yetersiz bir anlatıyı farklı bir görsel ve başlıkla ilişkilendirerek dezenformasyona neden olur. Paylaşılan içerik duygusal, sansasyonel olabilir, önemli olaylar ve son dakika haberleriyle ilgili olabilir veya dolandırıcılık içerebilir (Hamm, 2020). Burada önemli olan o başlığın tıklanmasıdır.

Özellikle kriz, seçim dönemleri gibi belirsizliğin hakim olduğu dönemlerde sosyal medya platformlarında dezenformasyon içerikleri dolaşıma sokularak bilgi kirliliğine neden olmakta, toplumlarda kafa karışıklığı yaratmaktadır. AB'nin Covid-19 ve Rusya-

Ukrayna savaşı dönemlerinde artan dezenformasyonla mücadele kapsamında hazırladığı uygulama kodu Meta, X (Twitter), Google, Microsoft ve TikTok tarafından Haziran 2022'de imzalanmış olmasına rağmen 2023 yılı Eylül ayında Avrupa Birliği'nin sosyal medya araçlarındaki dezenformasyon içeriklerine dair yaptıkları araştırmada en fazla dezenformasyonun yer aldığı sosyal medya platformunun X uygulaması olduğu ortaya çıkmıştır (Şeker, 2023).

Dezenformasyon yaymakla ilgilenen kişiler sosyal medyayı komplolarını ve propagandalarını beslemek için verimli bir alan olarak kullanmaktadırlar. Sosyal medya bu tür gruplara gerçekleri manipüle etme ve gerçek dışı davranışları koordine etme olanağı sunmaktadır (Akram vd., 2022, s. 2). Sosyal medyada görsellerin stratejik kullanımı ve denetimin sınırlı olması, dezenformasyonun kontrolsüz bir şekilde yayılmasının önünü açmaktadır. Sosyal medya kullanıcıları metinsel bilgidен ziyade görsel veya grafiksel bilgilere daha çok inandıkları için dezenformasyon grupları ideolojilerini kitlelere yayma noktasında oyunlar ve videolar gibi görsel içerik türünü kullanmaktadırlar (Hameleers vd., 2020). Brady vd. (2020, s. 1008), yaklaşık 50.000 siyasi tweeti analiz ettikten sonra sosyal medyadaki siyasi konuşmaların izleyicilerin algısını etkilemek için çekici görsellerle birlikte ahlaki ve duygusal içerik kullandığını tespit etmiştir.

Literatürdeki Çalışmalar

Son yıllarda, sahte haberler de dahil olmak üzere dezenformasyon, özellikle sosyal medyada yaşanan hızlı büyüme nedeniyle küresel bir olgu haline geldi (Kai Shu, Suhang Wang, vd., 2020, s. 1). Bu durum çeşitli disiplinlerden akademisyenlerin de ilgisini çekmiş ve farklı bakış açılarıyla bilimsel çalışmalar ortaya koyulmuştur. Bazı çalışmalar dezenformasyon ve sosyal medyanın tanımlarını, tespit yöntemlerini ve sınıflandırılmasını özetlerken sosyal medyanın dezenformasyonu nasıl etkilediği, şekillendirdiğini ya da yaydığını araştırarak bu zorluğun üstesinden gelmeye katkı sağlamıştır. Bu nedenle son on yılda dezenformasyonla ilgili araştırma çıktılarını bibliyometrik analiz ile değerlendirmek önemli hale gelmiştir.

Patra vd. (2023, s. 631-642), Scopus ve Web of Science (WoS) veri tabanlarında 2001-2020 yılları arasında yayınlanan toplam 2832 yayın üzerinde gerçekleştirdikleri bibliyometrik incelemede; sosyal medya ve dijital medyanın benzeri görülmemiş şekilde yükselişi nedeniyle, son yedi yılın (2014–2020), sahte haberler ve bununla ilgili terimlerin incelenmesinde en verimli dönem olduğu sonucuna varmıştır. Ayrıca dezenformasyonla bağlantılı olarak öne çıkan temaların siyaset, sağlık, teknoloji ve sosyal medya olduğu araştırmanın bir diğer sonucudur.

Pari Tito vd. (2022, s. 39-40), sosyal ağlardaki sahte haberler ve medyadaki yanlış bilgilendirme ile ilgili akademik literatürdeki ana eğilimleri belirlemeye odaklandıkları çalışmalarında 180 makale incelemişler ve dezenformasyonun son on yılda arttığını, 2020'nin en yüksek üretkenlik yılı olarak öne çıktığını ortaya koymuşlardır.

Wang vd. (2022, s. 14-17), dezenformasyon üzerine yapılan çalışmaları genel bir perspektiften sistematik olarak incelemişlerdir. Toplam 7326 makale üzerine gerçekleştirdikleri çalışmalarında dezenformasyon araştırmalarının kullandıkları anahtar kelimelerinin başında yanlış bilgi, sosyal medya ve Covid-19 geldiğini ortaya koymuşlardır. Ayrıca dezenformasyonun temel alanlarındaki araştırmalarını etkileyen iki dönüm noktası olduğunu ve bunların çeşitli sosyal ağ siteleriyle dünya çapında ağın ortaya çıkışı ve Covid-19 salgını olduğunu ortaya koymuşlardır.

Akram vd. (2022) yaptıkları çalışmada, dezenformasyon ajanslarının toplum psikolojisini incelediklerini ve daha sonra potansiyel kitleleri çekmek için sosyal medya hesaplarındaki dil ve görselleri kullandıklarını ortaya koymuşlardır. İnsanların devlet kurumlarına ve ana akım medyaya olan güvenlerinin azalması onları genellikle sosyal medyada dolaşan dezenformasyon ve komplolara inanmaya itmektedir. Ayrıca eleştirel sosyal medya okuryazarlığının sosyal medya kullanıcılarının artan dezenformasyona karşı bilişsel yeteneklerini geliştirmeleri için hayati önem taşıdığı sonucuna ulaşmışlardır.

Dezenformasyonla mücadele kapsamında haber doğrulama siteleri önemli rol oynamaktadır. Sosyal medyada dezenformasyonu haber doğrulama siteleri üzerinden ele alan Çömlekçi (2019, s. 1549), doğrulama sitelerinin haber doğrulama süreçlerinde önceliği hangi konulara verdiğini içerik analizi ile incelemiştir. Haber doğrulama amacıyla kurulan sivil toplum girişimlerinin tek başına yeterli olmadığı, bireylerin bilinçlenmesinde dijital medya okuryazarlığı seviyelerinin de artırılmasının önemli olduğunu ortaya koymuştur. Sosyal ağların olumsuz etkilerine karşı hedef kitleyi bilinçlendirmek ve farkındalıklarını geliştirmek için haber doğrulama platformlarının sayılarının ve etki alanlarının artmasının yanında kullanıcıların da sosyal medyanın faydaları kadar zararları hakkında bilinç sahibi olabilmesi için dijital araçları kullanmaya hakim birer dijital okuryazar haline gelmelerinin önemi artmaktadır. Çünkü dijital okuryazar olan kullanıcılar kullandıkları ve tükettikleri medyayı sorgulama, meydan okuma ve istediklerinde karşı koyma becerilerine sahiptirler (Kosa, 2024).

Sosyal medya dezenformasyonunu, sağlık noktasında ele alan Adebessin vd. (2023), Covid-19 salgınının başlangıcından bu yana sosyal medyanın sağlık alanında dezenformasyonun itici gücü rolüyle ilgili çalışmaların evrimini ve bu konuyla ilgili çalışmalarda trend olan anahtar kelimeleri, niş konuları, yazarları ve yayıncıları ve bunlar arasındaki küresel işbirliğini belirlemeyi amaçlamışlardır. Araştırma sonucunda Amerika Birleşik Devletleri'nden yazarlar, 311 ortak yazarlı araştırma makalesiyle en fazla işbirliğini yaparken "Covid-19", "sosyal medya" ve "yanlış bilgi" anahtar kelimeleri ilk 3 trend olan anahtar kelime olduğu ortaya çıkmıştır. Ayrıca "öğrenme sistemleri", "öğrenme modelleri" ve "öğrenme algoritmaları" Covid-19 salgını sırasında sağlık dezenformasyonunda sosyal medyanın rolüyle ilgili niş konular olarak ortaya çıkmıştır.

Yöntem

Araştırmanın Amacı ve Önemi

Sosyal medyada dezenformasyon ve yalan haber (fake news) konularında yapılan akademik yayınların bibliyometrik analizini gerçekleştirerek bu alandaki genel durumu kapsamlı bir şekilde ortaya koyabilmek bu çalışmanın amacını oluşturmaktadır. Araştırma, sosyal medyada dezenformasyon konusundaki yayınların kapsamını, alan, yıl, yazar, indeks, dil, ülke, atıf, dergi ve anahtar kelimeler gibi kriterlere göre yapılan analizlerle ayrıntılı bir şekilde ortaya koymayı hedeflemektedir. Sosyal medyada dezenformasyona ilişkin literatürün incelenmesi ve alandaki eğilimlerin belirlenmesi, konunun akademik açıdan yansımalarını anlamak açısından önem arz etmektedir.

Araştırma Soruları

1. Web of Science (WoS) veri tabanında yer alan akademik hakemli dergilerdeki sosyal medyada dezenformasyon konularında yayınlanan makaleler en çok hangi alanlarda, hangi yıllarda, hangi indekslerde, hangi dillerde, hangi ülkelerde, hangi dergilerde, hangi yazarlar tarafından ele alınmıştır?

2. Web of Science (WoS) veri tabanında yer alan akademik hakemli dergilerdeki sosyal medyada dezenformasyon konularında yayınlanan makalelerde en aktif olarak hangi araştırmacılara atıf yapılmıştır?

3. Web of Science (WoS) veri tabanında yer alan akademik hakemli dergilerdeki sosyal medyada dezenformasyon literatüründe en çok atıf yapılan eserlerin ortak atıf ağı nedir?

4. Web of Science (WoS) veri tabanında yer alan akademik hakemli dergilerdeki sosyal medyada dezenformasyon konularına ilişkin makalelerde en çok kullanılan anahtar kelimeler hangileridir?

Araştırmanın Evreni ve Örneklemi

Bu çalışmanın evrenini, Web of Science Core Collection veri tabanında 2015-2024 yılları arasında sosyal medya üzerindeki dezenformasyon ve yalan haber konularına odaklanan ve başlığında "social media" and ("disinformation" or "misinformation" or "fake news") ifadelerini içeren 759 yayın oluşturmaktadır. Belirlenen kriterlerin sadece başlıklarda aranmasıyla, konuyla doğrudan bağlantılı makalelere ulaşılması amaçlanmıştır. Bu doğrultuda, çalışmanın örneklemini, belirtilen arama kriterleri ile elde edilen 2015-2024 yılları arasında yayımlanmış 490 makale oluşturmaktadır. Bu makaleler içerisinde de yalnızca araştırma makaleleri örnekleme dahil edilmiştir.

Araştırmanın Kısıtlılıkları

Araştırmada kullanılacak verilerin yalnızca WoS veri tabanından alınması, SCOPUS veya TR dizin gibi veri tabanlarından yararlanılmaması çalışmanın kısıtlılıklarındandır. Çalışmada, WoS veri tabanında yer alan "makale"lerin ele alınması, diğer yayın türlerinin ve makalelerin de erken görünüm, derleme vb. türlerinin kapsam dışında bırakılması da çalışmanın bir başka kısıtlılığını oluşturmaktadır. Ayrıca, WoS veri tabanı üzerinden arama yapılırken "information disorders" ve "post-truth" gibi kavramların dışarıda bırakılması araştırmanın başka bir kısıtlılığını oluşturmaktadır.

Araştırmanın Yöntemi

Bibliyometrik analiz, herhangi bir araştırma alanında yer alan farklı bilimsel öğelerin (dergiler, makaleler, yazarlar, anahtar kelimeler, kurumlar, ülkeler vb.) bilimsel çıktılarını ölçmek ve ilgili araştırma alanının sosyal ve kavramsal yapısının nasıl olduğunu ortaya koyabilmek açısından oldukça önemli bir araçtır (Donthu vd., 2021).

Şekil 1'de araştırmanın bibliyometrik analiz süreci ve yöntemi görselleştirilerek sunulmaktadır.



Şekil 1. Bibliyometrik Analiz Süreci ve Kullanılan Yöntemler

Bibliyometrik analiz yapmak için çeşitli veri tabanları bulunmaktadır. PubMed, Scopus ve Web of Science (WoS) en popüler olanlardır. Yaşam bilimleri ve biyomedikal araştırmalara daha çok PubMed odaklanırken Scopus ve WoS multidisipliner veri tabanlarındandır. Bu çalışmada elde edilen veriler de Web of Science (WoS) veri tabanından alınmıştır. WoS veri tabanında sosyal medyada dezenformasyon konusunun işlendiği ilk yayınların 2015 yılında yayınlandığı belirlenmiştir. Bu nedenle, çalışmada, 2015-2024 yılları arasında yayınlanan, başlığında “social media” and (“disinformation” or “misinformation” or “fake news”) geçen yayınlar taranarak 759 çalışmaya ulaşılmıştır. Bu çalışmalar arasından örneklem olarak seçilen 490 makale, WoS veri tabanının resmi sitesinde yer alan analizlerle, MS Excel programıyla ve VOSviewer bibliyometrik analiz programıyla yazar, yıl, alan, dergi, indeks, ülke, dil, atıf ve anahtar sözcük kriterlerine göre incelenmiştir. VOSviewer, analitik bilgilerin görselleştirilmesi için kullanılırken; grafiklerin oluşturulması için ise MS Excel programı kullanılmıştır. Web of Science’tan elde edilen verilerin VOSviewer gibi bir görselleştirme aracıyla birleştirilmesi, bibliyometrik araştırmalar için anlamlı kombinasyonlar sunabilmekte ve araştırmaları da daha anlaşılır kılabilir.

Araştırma Bulguları

Bu bölümde araştırmanın bulgularına yer verilmektedir.

Tablo 1. Makalelerin Web of Science Kategorilerine Göre Dağılımı

	Web of Science Kategorileri	n (Sayı)	Yüzde %
1	“Communication (İletişim)”	105	21.429
2	“Computer Science Information Systems (Bilgisayar Bilimi Bilgi Sistemleri)”	94	19.184
3	“Information Science Library Science (Bilgi Bilimi Kütüphane Bilimi)”	66	13.469
4	“Public Environmental Occupational Health (Kamu Çevre İş Sağlığı)”	33	6.735
5	“Computer Science Theory Methods (Bilgisayar Bilimi Teorisi Yöntemleri)”	26	5.306
6	Business (İşletme)	25	5.102
7	Engineering Electrical Electronic (Elektrik Elektronik Mühendisliği)	25	5.102
8	“Health Care Sciences Services (Sağlık Bilimleri Hizmetleri)”	22	4.490
9	Psychology Multidisciplinary (Multidisipliner Psikoloji)	22	4.490
10	Political Science (Siyaset Bilimi)	21	4.286
11	Diğer	51	10,407

Makalelerin Web of Science kategorilerine göre yapılan analizinin sonuçlarının ilk on tanesi Tablo 1’de gösterilmektedir. Buna göre, %21.42 ile en yüksek oranı “Communication” yani “İletişim” kategorisindeki makaleler oluşturmaktadır. Bu, sosyal medyada dezenformasyon ve yalan haber konularının iletişim alanında önemli bir araştırma konusu olduğu noktasında dikkat çekici bir bulgu olarak değerlendirilebilir.

“Computer Science Information Systems” yani “Bilgisayar Bilimi Bilgi Sistemleri” kategorisi %19.18 oranıyla ikinci sırada yer almakta ve sosyal medyada dezenformasyon konusunun bilgi sistemleri bağlamında da yoğun bir şekilde incelendiğini ortaya koymaktadır. “Information Science Library Science” yani “Bilgi Bilimi Kütüphane Bilimi” kategorisi %13.46 oranıyla üçüncü sıradadır, bu da bilgi bilimleri ve kütüphane bilimlerinin bu konuyla ilgili önemli katkılarda bulunduğu bir göstergesi olarak yorumlanabilir.

“Public Environmental Occupational Health” yani “Kamu Çevre İş Sağlığı” kategorisinde %6.73 oranında yayın bulunmaktadır. Bu durum, sosyal medyada yayılan dezenformasyonun halk sağlığı ve çevre sağlığı konularında da bir biçimde ele alındığını

gösterebilir. Benzer şekilde, bilgisayar bilimleri, elektrik elektronik mühendisliği, işletme, sağlık hizmetleri, multidisipliner psikoloji ve siyaset bilimi perspektiflerinden bakıldığında sosyal medya ve dezenformasyon konularının oldukça ilgi çekici biçimde çalışıldığı ve bu konuda literatüre birçok çalışmanın kazandırıldığı anlaşılmaktadır. Navarro-Sierra vd. (2024)'nin çalışmasında Sosyal bilimler, Tıp ve Bilgisayar Bilimleri'nin en çok yayını bir araya getiren alanlar olduğu, bununla birlikte Psikoloji, Sanat ve Beşeri Bilimler, Mühendislik ve Çevre Bilimleri alanlarının da katkıları vurgulanmıştır. Bu dezenformasyonun tüm bilgi alanlarını etkileyen bir konu olduğunu göstermektedir.

Tablo 2. Makalelerin Yıllara Göre Dağılımı

Yayın Yılı	n	%	Yayın Yılı	n	%
2024	56	11.429	2019	26	5.306
2023	115	23.469	2018	13	2.653
2022	119	24.286	2017	4	0.816
2021	97	19.796	2016	1	0.204
2020	57	11.633	2015	2	0.408

Sosyal medyada dezenformasyon ve yalan haber konularında yapılan araştırmaların yayın yıllarına göre dağılımını gösteren analiz sonuçları Tablo 2'de verilmektedir. Buna göre, 119 makale ile en yüksek yayın sayısı, %24.28 oranıyla 2022 yılına aittir. Bunu %23.46 (115 makale) ile 2023 yılı takip etmektedir. Bu, son yıllarda sosyal medyada dezenformasyon konusuna dair akademik ilginin önemli ölçüde arttığını gösteren önemli bir bulgudur.

2021 yılı, %19,79 oranına karşılık gelen 97 makale ile üçüncü sıradadır. 2021 yılı pandeminin etkisinin yoğun olarak hissedildiği bir yıldır. Bu oran, sosyal medyada dezenformasyon konusuna 2021 yılında akademik anlamda ilgi duyulduğunun bir kanıtı niteliğinde değerlendirilebilir.

2020 yılı, %11.63 oranıyla 57 makale ile temsil edilmektedir. Pandemi döneminde sosyal medyanın dezenformasyonun yayılımındaki rolü üzerine yapılan araştırmaların arttığı çıkarımında bulunulabilir.

2024 yılı, 56 makale ve %11.42 oranıyla yer almaktadır. Araştırmanın yapıldığı dönem itibarıyla 2024 yılı henüz tamamlanmamıştır. Buna rağmen, bu bulgular, ilgili alanda yapılan çalışmaların hız kesmeden devam ettiğini ve bu rakamların artış gösterebileceğini ortaya koymaktadır.

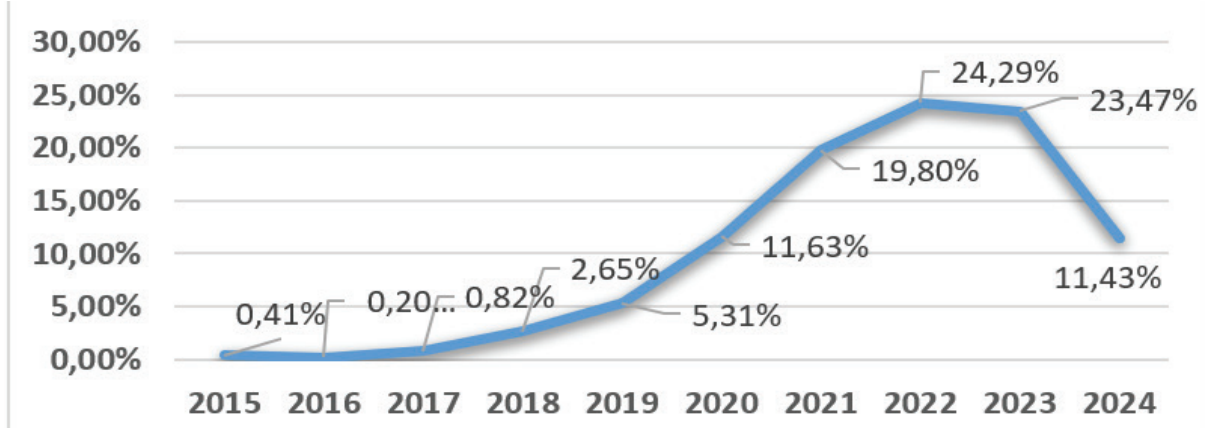
2019 yılı ve öncesindeki yıllarda yayımlanan makale sayıları daha düşüktür. 2019 yılında %5.30 oranıyla 26 makale, 2018 yılında %2.65 oranıyla 13 makale, 2017 yılında %0.81 oranıyla 4 makale yayımlanmıştır. 2016 ve 2015 yıllarında ise sırasıyla 1 makale ve 2 makale yayımlanmıştır.

2016 yılından itibaren makale sayısında belirgin bir artış gözlenmektedir. 2016 ABD Başkanlık seçimleri sırasında dezenformasyon içeren haberlerin yoğun kullanımı söz konusudur. Bu durum, akademik çevrelerin de bu konuya dikkatini çekerek, alanda bu konuya yer veren çalışmaların artışını sağlamış olabilir.

Özellikle 2020 ve sonrasında, pandemi ile birlikte sosyal medyada dezenformasyon konusunda yapılan çalışmaların sayısında önemli bir artış olmuştur. Bu durum, konunun giderek daha fazla önem kazandığını ve akademik çalışmalarda sıklıkla bu konuya yer verildiğini göstermektedir.

Genel olarak, sosyal medyada dezenformasyon konusuna ilişkin yapılan akademik çalışmaların sayısı son yıllarda önemli ölçüde artmıştır. Bu artış, konunun güncelliği ve toplumsal etkilerinin bulunması ile doğrudan ilişkilendirilebilir. Toplum nezdinde önem arz eden bu konu, akademik anlamda da ilgi çekici bulunmuştur.

Şekil 2’de, makalelerin yıllara göre dağılımını gösteren Tablo 2’de yer alan bilgilerin grafiksel hali sunulmaktadır.



Şekil 2. Makalelerin Yıllara Göre Dağılım Grafiği

Tablo 3, sosyal medyada dezenformasyon konusunda en çok yayın yapan yazarları göstermektedir.

Tablo 3. Sosyal Medyada Dezenformasyon Konusunda En Çok Yayın Yapan Yazarlar

	Yazarlar	n	%
1	Apuke, Oberiri Destiny	14	2.857
2	Vraga, Emily K.	7	1.429
3	Dennis, Alan R.	6	1.224
3	Omar, Bahiyah	6	1.224
3	Tunca, Elif Asude	6	1.224
4	Bode, Leticia	5	1.020
4	Kim, Antino	5	1.020
4	Lee, Jiyoung	5	1.020
4	Moravec, Patricia L.	5	1.020
5	Ahmed, Saifuddin	4	0.816

Tablo 3’e göre, sosyal medyada dezenformasyon konusunda Apuke, Oberiri Destiny, 14 makale ile en çok yayın yapan yazar olup, toplam yayınların %2.85’ini oluşturmaktadır. İkinci sırada, 7 makale ve %1.42 oran ile Vraga, Emily K. bulunmaktadır.

Dennis, Alan R., Omar, Bahiyah ve Tunca, Elif Asude, her biri 6 makale ile üçüncü sırada yer almaktadır. Bode, Leticia; Kim, Antino; Lee, Jiyoung ve Moravec, Patricia L., her biri 5 makale ile dördüncü sırada yer almaktadır. Ahmed, Saifuddin, 4 makale ile beşinci sırada yer almaktadır.

Tablo 4. Makalelerin Web of Science İndeksleri

	Web of Science İndeksi	n	%
1	Social Sciences Citation Index (SSCI)	270	55.102
2	Science Citation Index Expanded (SCI-EXPANDED)	187	38.163
3	Emerging Sources Citation Index (ESCI)	116	23.673

	Web of Science İndeksi	n	%
4	Arts & Humanities Citation Index (A&HCI)	16	3.265
5	Book Citation Index – Social Sciences & Humanities (BKCI-SSH)	10	2.041
6	Book Citation Index – Science (BKCI-S)	2	0.408

Tablo 4, sosyal medyada dezenformasyon konusunda yayınlanan makalelerin Web of Science indekslerine göre dağılımını göstermektedir. Analiz verilerinde, bir derginin birden fazla indekste yer alabildiği de göz önünde bulundurulmalıdır.

Tablo 4'e göre, en yüksek oran %55.10 ile Social Sciences Citation Index (SSCI)'te yer alan makalelere aittir, bu da sosyal bilimler alanındaki önemli çalışmaların büyük bir kısmını kapsamaktadır. İkinci sırada %38.16 oranıyla Science Citation Index Expanded (SCI-EXPANDED) indeksi bulunmaktadır ve bilimsel araştırmaların geniş bir yelpazesini içermektedir. Üçüncü sırada %23.67 oranıyla Emerging Sources Citation Index (ESCI) indeksi yer almakta olup, yeni ve gelişmekte olan araştırma alanlarını kapsamaktadır. Arts & Humanities Citation Index (A&HCI) indeksi %3.26 oranıyla dördüncü sırada yer almakta ve sanat ile beşeri bilimler alanındaki araştırmaları içermektedir. Book Citation Index – Social Sciences & Humanities (BKCI-SSH) indeksi %2.04 oranıyla beşinci sırada yer almaktadır.

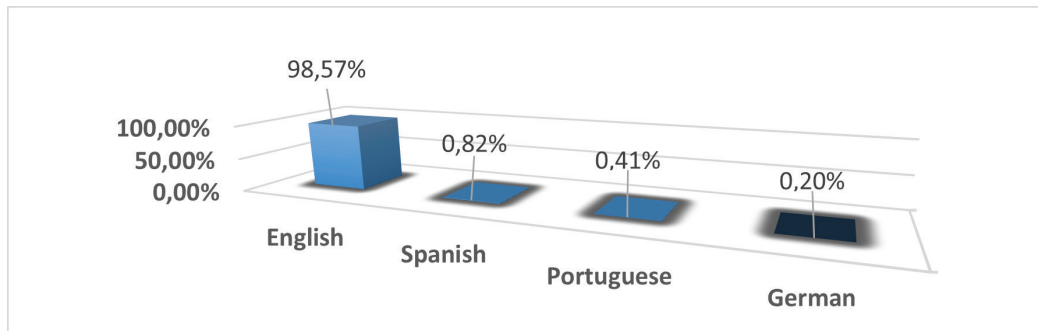
Bu veriler, sosyal medyada dezenformasyon konusunda yapılan araştırmaların özellikle sosyal bilimler alanında yoğunlaştığını göstermektedir.

Tablo 5. Makalelerin Yazım Dilleri

	Dil	n	%
1	English (İngilizce)	483	98.571
2	Spanish (İspanyolca)	4	0.816
3	Portuguese (Portekizce)	2	0.408
4	German (Almanca)	1	0.204

Tablo 5, sosyal medyada dezenformasyon konusunda yayımlanan makalelerin yazım dillerine göre dağılımını göstermektedir. Yayınların büyük çoğunluğu %98.57 oranıyla İngilizce olarak yazılmıştır, bu da bu konudaki akademik literatürün büyük ölçüde İngilizce dilinde olduğunu ortaya koymaktadır. Diğer dillerde yayımlanan makaleler ise oldukça sınırlıdır; %0.816 oranıyla 4 makale İspanyolca, %0.408 oranıyla 2 makale Portekizce ve %0.20 oranıyla 1 makale Almanca olarak yazılmıştır. Bu veriler, sosyal medyada dezenformasyon konusunda yapılan çalışmaların uluslararası anlamda görünürlüğü ve etkileşimi açısından İngilizcenin literatüre hakim olduğunu göstermektedir.

Şekil 3'te, makalelerin yazım diline göre dağılımını gösteren Tablo 5'te yer alan bilgilerin grafiksel hali sunulmaktadır.



Şekil 3. Makalelerin Yazım Dili Grafiği

Tablo 6’da sosyal medyada dezenformasyon konusunda yayınlanan makalelerin ülkelere göre dağılımı ilk 10 ülke olarak gösterilmektedir.

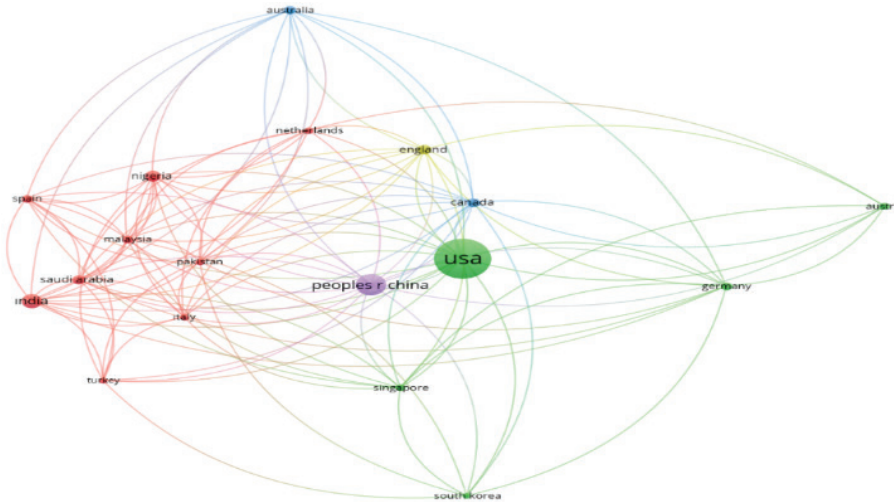
Tablo 6. Makalelerin Ülkelere Göre Dağılımı

	Ülkeler	n	%		Ülkeler	n	%
1	USA (ABD)	180	36.735	6	Canada (Kanada)	19	3.878
2	China (Çin)	69	14.082	7	Saudi Arabia (Suudi Arabistan)	19	3.878
3	India (Hindistan)	38	7.755	8	Australia(Avustralya)	17	3.469
4	Nigeria (Nijerya)	25	5.102	9	Malaysia (Malezya)	16	3.265
5	England (İngiltere)	22	4.490	10	Germany (Almanya)	15	3.061

Tablo 6 incelendiğinde en fazla yayın yapan ülke %36.74 oranıyla Amerika Birleşik Devletleri’dir (180 makale). İkinci sırada %14.08 oranıyla Çin (69 makale) ve üçüncü sırada %7.76 oranıyla Hindistan (38 makale) yer almaktadır. Bu konuda önemli katkılarda bulunan diğer ülkeler ise sırasıyla Nijerya (25 makale), İngiltere (22 makale), Kanada (19 makale), Suudi Arabistan (19 makale), Avustralya (17 makale Malezya (16 makale) ve Almanya (15 makale) bulunmaktadır. Bu veriler, sosyal medyada dezenformasyon konusunda yapılan araştırmaların ağırlıklı olarak Amerika Birleşik Devletleri’nde yürütüldüğünü göstermektedir. Bunun yanında, bu alanda yapılan çalışmaların ülkeler açısından çeşitlilik arz etmesi, bu konunun küresel bir dağılıma da sahip olduğunu göstermektedir.

Atıf-Ülke Analizi (Citation-Countries)

Sosyal medyada dezenformasyon konusuna ilişkin Atıf-Ülke analizi (Citation-Countries) yapılmış ve çıkan sonuçlar Şekil 4’te sunulmuştur. Atıf-ülke analizi yapılırken, en az 10 yayını olan ülkeler değerlendirme kapsamına alınmıştır. Bu analizde, ülkelerin birbirleri ile bağlantıları da ağ görselleştirilmesinde görülebilmektedir. Atıf-ülke analizinde, ABD ilk sırayı alırken, ardından da Çin ve Hindistan ülkeleri gelmektedir. Atıf-ülke analizi sonuçları, yayınların yapıldığı ülkelerin sıralaması ile benzerlik taşımaktadır.

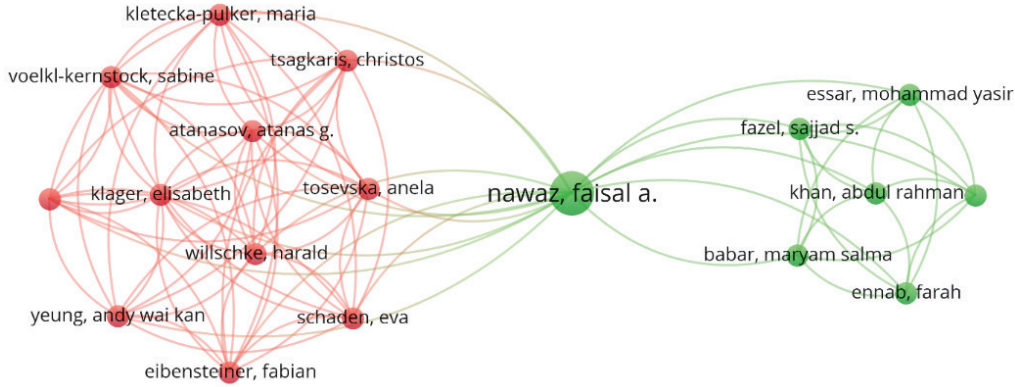


Şekil 4. Atıf-Ülke Analizi Ağ Görselleştirmesi

Ortak Yazarlık Analizi (Co-Authorship-Authors)

VOSviewer programında yapılan ortak yazarlık analizinde (co-authorship-authors) bir yazarın doküman sayısı en az 1 ve atıf sayısı en az 5 olacak şekilde kriter belirlenmiş ve

analiz gerçekleştirilmiştir. Yapılan analiz sonucunda 1458 yazarın 808'inin bu kriterleri taşıdığı program tarafından tespit edilmiş ve sonuç Şekil 5'te gösterilmiştir.

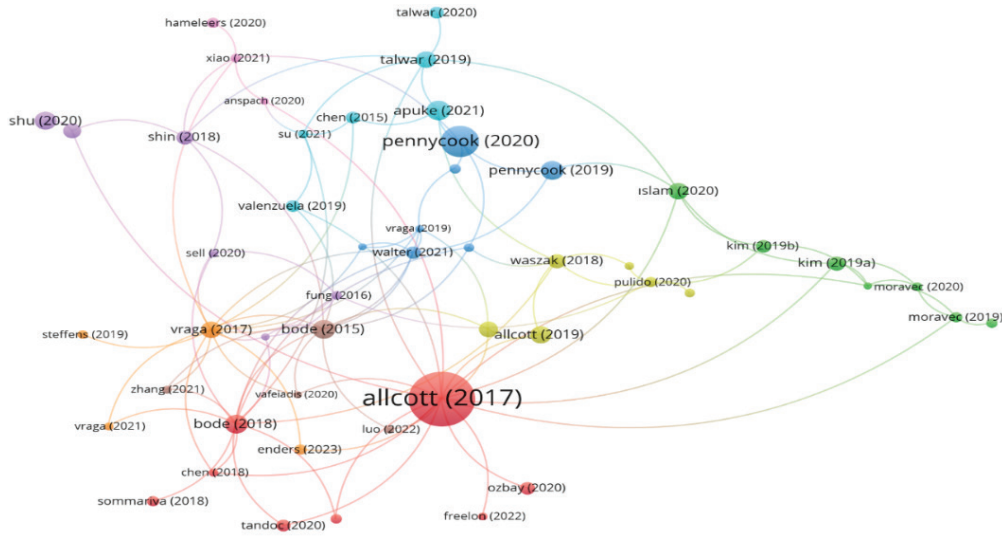


Şekil 5. Ortak Yazarlık Analizi Ağ Görselleştirmesi

Şekil 5'te yer alan ortak yazarlık analizi (co-authorship-authors) sonucunda, belirlenen kriterleri karşılayarak öne çıkan araştırmacı, Nawaz, Faisal A. olmuştur.

Yayına Yapılan Atıf Analizi (Citation-Documents)

VOSviewer programında yayına yapılan atıf sayısı analizinde (citation-documents), 50 ve üzerinde atıf alan makaleler değerlendirmeye alınmıştır. Buna göre örnekleme dahil edilen 490 makalenin 64'ü bu kriterleri karşılamaktadır. Şekil 6, bu analizin sonucunu vermektedir.



Şekil 6. Yayına Yapılan Atıf Analizi Ağ Görselleştirmesi

Şekil 6'ya göre, Allcott Hunt (2017), 2383 atıfla sosyal medyada dezenformasyon konusunda en çok atıf alan yazar konumundadır. Bu doğrultuda, analiz sonuçlarına göre, en fazla atıf alan ilk 10 makalenin bilgileri de Tablo 7'de sunulmuştur.

Tablo 7. En Çok Atıf Alan İlk 10 Makale

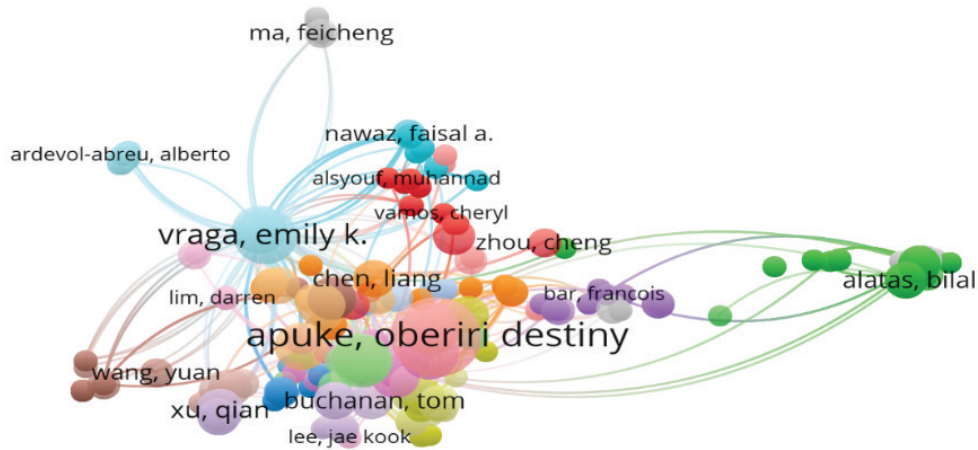
	Yazarlar	Yayın Adı	Yıl	Atıf	WoS Kategorisi	Dergi
1	Allcott, Hunt. Gentzkow, Matthew. (Allcott ve Gentzkow, 2017)	“Social Media and Fake News in the 2016 Election”	2017	2383	Economics	Journal of Economic Perspectives
2	Pennycook, Gordon. McPhetres, Jonathon. Zhang, Yunhao. Lu, Jackson G. Rand, David G. (Pennycook vd., 2020)	“Fighting COVID-19 Misinformation on Social Media: Experimental Evidence for a Scalable Accuracy-Nudge Intervention”	2020	814	Psychology, Multidisciplinary	Psychological Science
3	Apuke, Oberiri Destiny. Omar, Bahiyah. (Apuke ve Omar, 2021)	“Fake news and COVID-19: modelling the predictors of fake news sharing among social media users”	2021	349	Information Science & Library Science	Telematics and Informatics
4	Bode, Leticia. Vraga, Emily K. (Bode ve Vraga, 2018)	“See Something, Say Something: Correction of Global Health Misinformation on Social Media”	2018	332	Communication Health Policy & Services	Health Communication
5	Pennycook, Gordon. Rand, David G. (Pennycook, 2019)	“Fighting misinformation on social media using crowdsourced judgments of news source quality”	2019	331	Multidisciplinary Sciences	Proceedings of the National Academy of Sciences of the United States of America
6	Bode, Leticia. Vraga, Emily K. (Bode ve Vraga, 2015)	“In Related News, That Was Wrong: The Correction of Misinformation Through Related Stories Functionality in Social Media”	2015	319	Communication	Journal of Communication
7	Shu, Kai. Mahudeswaran, Deepak. Wang, Suhang. Lee, Dongwon. Liu, Huan. (K. Shu vd., 2020)	“FakeNewsNet: A Data Repository with News Content, Social Context, and Spatiotemporal Information for Studying Fake News on Social Media”	2020	291	Computer Science, Interdisciplinary Applications Computer Science, Theory & Methods	Big Data

8	Allcott, Hunt. Gentzkow, Matthew. Yu, Chuan. (Allcott vd., 2019)	"Trends in the diffusion of misinformation on social media"	2019	280	Political Science	Research & Politics
9	Talwar, Shalini. Dhir, Amandeep. Kaur, Puneet. Zafar, Nida. Alrasheedy, Melfi. (Talwar vd., 2019)	"Why do people share fake news? Associations between the dark side of social media use and fake news sharing behavior"	2019	261	Business	Journal Of Retailing and Consumer Services
10	Vraga, Emily K. Bode, Leticia. (Vraga ve Bode, 2017)	"Using Expert Sources to Correct Health Misinformation in Social Media"	2017	245	Communication	Science Communication

Tablo 7'ye göre, Allcott ve Gentzkow (2017) yılında yayınladıkları "Social Media and Fake News in the 2016 Election" isimli çalışmalarına aldıkları 2383 atıfla ilk sırada yer almaktadır. Onları, 814 atıfla Pennycook vd. (2020) tarihli "Fighting COVID-19 Misinformation on Social Media: Experimental Evidence for a Scalable Accuracy-Nudge Intervention" başlıklı çalışması takip etmektedir.

Atıf-Yazar Analizi (Citation-Authors)

Bu analizde en az 1 yayını ve 10 atıfı bulunan yazarlar değerlendirmeye alınmıştır. 1458 yazarın 627'si bu kritere uygundur. Şekil 7, bu analizin sonucunu vermektedir.



Şekil 7. Atıf-Yazar Analizi Ağ Görselleştirmesi

Şekil 7'de yer alan görselden de anlaşılacağı üzere, atıf-yazar (citation-author) analizinde, Apuke, Oberiri Destiny başta olmak üzere, Vraga, Emily K. ve Chen, Liang isimleri öne çıkmaktadır.

Sosyal medyada dezenformasyon konulu makalelerin en çok yer aldığı dergiler Tablo 8'de sunulmaktadır.

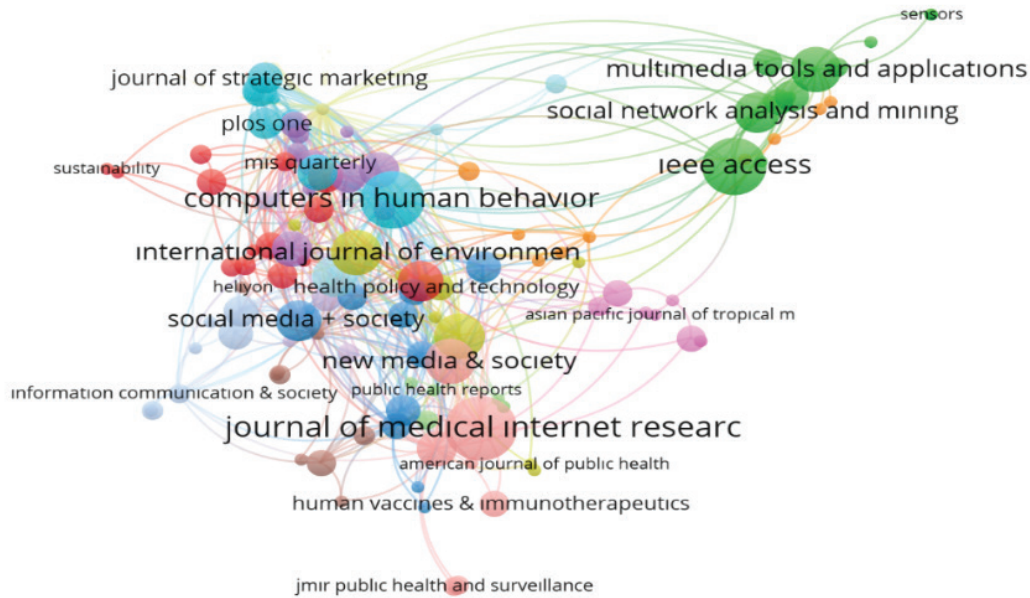
Tablo 8. En Çok Yayın Yapan Dergiler

	Dergi İsmi	n	%
1	Journal of Medical Internet Research	12	2.449
2	Computers In Human Behavior	10	2.041
3	IEEE Access	10	2.041
4	Information Processing Management	7	1.429
5	International Journal of Environmental Research and Public Health	7	1.429
6	Multimedia Tools and Applications	7	1.429
7	New Media Society	7	1.429
8	Information Systems Frontiers	6	1.224
9	Social Media Society	6	1.224
10	Social Network Analysis and Mining	6	1.224

Tablo 8'e göre, Journal of Medical Internet Research isimli dergi, sosyal medyada dezenformasyon konusunu ele alan 12 makale yayınlamıştır. Computers In Human Behavior ve IEEE Access dergilerinde ise 10'ar makale yayınlanmıştır. Tablo 8'de sunulan dergiler, sosyal medyada dezenformasyon konusunun en çok işlendiği dergilerdir.

Atıf-Yayıncı Analizi (Citation-Sources)

Şekil 8'de en az 1 yayını ve 5 atıfı olan yayıncılar değerlendirilmiştir. Atıf ve yayıncı analizine bakıldığında, birçok alanda birçok derginin bu kritere uygunluğu belirlenmiştir.

**Şekil 8. Atıf-Yayıncı Analizi Ağ Görselleştirmesi**

Şekil 8'de, iletişim, insan davranışları, tıp ve sağlık, bilgi işleme ve yönetim, mühendislik ve uygulamaları gibi konularda yayınlanan ve analizde yer alan kriterleri karşılayan dergiler görülebilmektedir. Dergilerin konularındaki bu çeşitlilik, sosyal medya ve dezenformasyon konusunun birçok farklı alanda ele alındığını göstermekte ve literatür açısından da bu alanın zenginliğini yansıtmaktadır.

Atıf-Konu Analizi (Citation Topics Meso)

Web of Science veri tabanında "citation topic" yani "atıf konusu" makalelerin belirli konulardaki atıflarına dayalı olarak sınıflandırılması ile ilgilidir. İncelenen konuya ilişkin

olarak hangi konuların daha fazla ilgi gördüğünü belirlemek ve konunun atıf dinamiklerini tespit etmek için yapılabilir.

Tablo 9. *Atıf Yapılan Konuların Analizi*

	Konu	n	%
1	Communication (İletişim)	320	65,306
2	Health Literacy & Telemedicine (Sağlık Okuryazarlığı ve Teletıp)	39	7,959
3	Religion (Din)	11	2,245
4	Knowledge Engineering & Representation (Bilgi Mühendisliği ve Temsil)	8	1,633
5	Neuroscanning (Nörotarama)	6	1,224

Tablo 9'a göre, sosyal medyada dezenformasyona ilişkin konuları inceleyen makalelerde atıf yapılan konuların analizi yapıldığında, Communication (İletişim) konusunun %65,30 ile büyük bir ilgi gördüğü söylenebilir. Bir başka ifade ile sosyal medyada dezenformasyon konusunu inceleyen makalelerde en fazla atıf yapılan çalışmalar, "iletişim" alanıyla ilişkilidir.

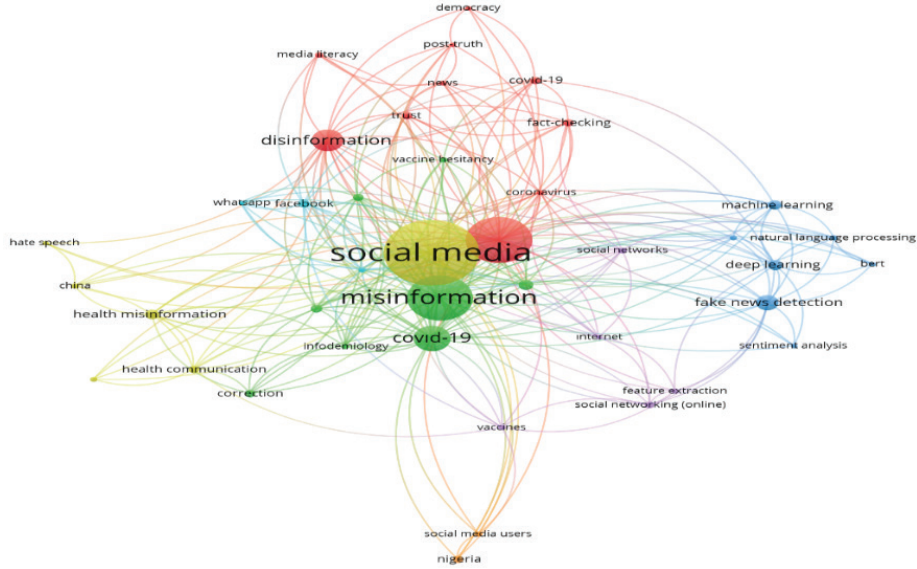
Anahtar Kelimelerin Analizi (Co-Occurrence – Author Keywords)

Analizde, bir anahtar kelimenin minimum tekrarlanma sayısı 5 olarak değerlendirilmiş ve elde edilen sonuçlar, Tablo 10'da gösterilmiştir.

Tablo 10. *En Çok Kullanılan Anahtar Kelimeler*

	Anahtar Kelime	n
1	Social Media (Sosyal Medya)	280
2	Fake News (Sahte Haber)	162
3	Misinformation (Yanlış Bilgi)	160
4	Covid-19 (Kovid 19)	68
5	Disinformation (Dezenformasyon)	54
6	Fake News Detection (Sahte Haber Tespiti)	32
7	Twitter (Twitter- X)	17
8	Deep Learning (Derin Öğrenme)	17
9	Health Misinformation (Sağlıkta Yanlış Bilgi)	16
10	Machine Learning (Makine Öğrenmesi)	15

Tablo 10'a göre, sosyal medyada dezenformasyon konusunu ele alan makalelerde en çok tercih edilen anahtar kelimelerin sıklığı incelendiğinde, sosyal medya (280), sahte haber (162) ve yanlış bilgi (160) ilk üç sıradadır. Bu sonuçlar (Adebesin vd., 2023)'nin çalışmasıyla benzerlik göstermektedir. Covid-19", "sosyal medya" ve "yanlış bilgi" anahtar kelimeleri trend olan ilk 3 anahtar kelime olarak ele alınmıştır.



Şekil 9. Anahtar Kelime Analizi Ağ Görselleştirmesi

Tablo 10 ve Şekil 9 incelendiğinde, sosyal medyada dezenformasyon konusunu inceleyen çalışmalarda, “sosyal medya” anahtar kelimesinin ilk sırada çıkması beklenen bir sonuçtur. Bunun yanında dezenformasyon türleri olarak da nitelendirilen sahte haber, yanlış bilgi gibi kavramların da anahtar kelimelerde sıklıkla yer alması, dezenformasyonun her yönüyle çalışmalara konu edildiğini ortaya koymaktadır. Ayrıca, pandemi sürecinde dezenformasyonun yoğun olarak yaşanması, “Covid 19” ve “sağlıkta yanlış bilgi” anahtar kelimelerinin çalışmalarda sıklıkla işlendiğini göstermektedir. Sosyal medya ve dezenformasyon ilişkisini inceleyen çalışmalarda Twitter (X)’a odaklanıldığı da yine anahtar kelimelerden elde edilen bulgular arasındadır.

Derin öğrenme, makine öğrenmesi gibi yenilikçi yöntemlerin de sosyal medyada dezenformasyon konusunda işlenen anahtar kelimeler olması, alanın yeniliklere açık bir yapısı olduğunu ve alanın birçok yöntemle irdelendiğini göstermektedir.

Sonuç

Özellikle son yıllarda sosyal medyada yaşanan hızlı büyüme, haberlerin hızlı bir şekilde yayılımı ve kullanıcı profili oluşturmada herhangi bir kısıtlamanın olmaması sahte haberler de dahil olmak üzere dezenformasyonun artmasına neden olmaktadır. Bu durum çeşitli disiplinlerden farklı bakış açılarıyla ortaya çıkan çalışmaları beraberinde getirmiştir.

Bu çalışma, 2015-2024 yılları arasındaki sosyal medyada dezenformasyon konulu çalışmalara ilişkin genel bir bakış açısı ortaya koyma amacıyla hazırlanmıştır. Bibliyometrik analiz yöntemi ile sosyal medyada dezenformasyon konusunu ele alan çalışmalar değerlendirilmiş, bu konuya ilişkin araştırmaların genel eğilimleri çeşitli kriterlere göre değerlendirilmiştir.

WoS veri tabanında bulunan sosyal medyada dezenformasyon ile alakalı ilk makaleler 2015 yılında yayınlanmıştır. Söz konusu makalelerin yıllara göre dağılımı incelendiğinde, 2021 ve 2022 yıllarında en fazla yayının yapıldığı görülmektedir. 2015 yılından itibaren yayın sayılarında önemli bir yükseliş olduğu görülmektedir. Bu bulgu (Patra vd., 2023)’nin çalışması ile uyumludur. Patra vd. (2023), sosyal medya ve dijital medyanın benzeri

görülmemiş şekilde yükselişi nedeniyle son yedi yılın (2014-2020), sahte haberler ve bununla ilgili terimlerin incelenmesinde en verimli dönem olduğu sonucuna varmışlardır.

Sosyal medyada dezenformasyon konusunu inceleyen makalelerin büyük çoğunluğu İngilizce dilinde yapılmıştır. İngilizcenin bu konudaki bilimsel yayınlarda hakim dil olduğu çıkarımı yapılabilir. Ülkeler bazında değerlendirme yapıldığında ise, Amerika Birleşik Devletleri, Çin ve Hindistan'ın ilk üç sırada olduğu görülmektedir. Bu bulgu Yeung vd. (2022)'nin çalışması ile uyumludur. Yeung vd. (2022)'nin çalışmasında, ABD'nin belirlenen makalelerin yarısına (%50,1) katkıda bulunduğu ortaya koyulmuştur. Ayrıca bazı sosyal medya platformları Çin'de mevcut olmasa da Çin'in en üretken ülkelerin ilk 10 listesinde yer aldığını belirtmişlerdir. Gunawan vd. (2022), yapmış olduğu çalışmada ise ilk sırada ABD, daha sonra sırasıyla Çin, Birleşik Krallık, Kanada ve Hindistan olarak sıralama yapmıştır. Bu ülkelerde, sosyal medyada dezenformasyon konusunu incelemeye yönelik akademik anlamda bir eğilim olduğu söylenebilir.

Yayınlarda ve atıflarda ABD'nin merkezliliği öne çıkmaktadır. ABD'nin sosyal medya şirketlerinin merkezi konumunda bulunması, yine bu sosyal medya platformlarının küresel dezenformasyon akışında ana kaynaklardan olması, bu konuya ilişkin akademik ilginin de artmasının öncüsü olmuştur. Ayrıca, 2016 ABD Başkanlık seçimleri gibi olaylar da sosyal medya ve dezenformasyonun etkilerini yoğun bir şekilde deneyimleyen ülkede, dezenformasyona ilişkin araştırmaların tetiklenmesini de sağlamış olabilir.

Sosyal medyada dezenformasyon konusunu inceleyen makalelerde, "sosyal medya", "sahte haber" ve "yanlış bilgi" kelimeleri, en fazla kullanılan anahtar kelimeler olarak öne çıkmaktadır. Bunun yanında, çalışmaların yayın yıllarıyla paralel olarak "Covid 19" ve "sağlıkta yanlış bilgi" gibi pandemi ile ilgili anahtar kelimelerin kullanımı da dikkat çekicidir. Wang vd. (2022)' yapmış olduğu çalışmada en yüksek frekansa sahip olan kelimelerin yanlış bilgi, sosyal medya ve Covid-19 olduğunu ortaya koymuştur. Bu çalışmanın bulguları Wang vd. (2022)'nin sonuçları ile uyumludur. Sosyal medyanın pandemi gibi yoğun kriz ortamlarında dezenformasyonun yayılmasında etkin bir rolünün olduğu ve bu nedenle de söz konusu araştırmalarda bu kelimelerin sıklıkla kullanıldığı çıkarımında bulunulabilir.

Ortak yazarlık analizinde öne çıkan yazar Nawaz Fasial A. olmuştur. En çok atıf alan çalışma ise Allcott ve Gentzkow (2017) tarafından yazılan ve 2383 atıf alan makaledir. Bu çalışma, sosyal medyada dezenformasyon konusundaki önemli referanslardan biri olarak nitelendirilebilir.

Çalışmada elde edilen sonuçlar, sosyal medyada dezenformasyon konusunun geniş bir araştırma alanı olduğunu ve bu alanda yapılan çalışmaların yıllar içinde artarak devam ettiğini göstermektedir. Sosyal medyada dezenformasyon konusunda bibliyometrik olarak incelenen literatür, bu alandaki genel eğilimlerin anlaşılması noktasında önemli bilgiler sunmaktadır. Bunun yanında, bu çalışmanın bulgularının literatürdeki var olan durumu nitelendirmesinin yanında gelecekteki araştırmalar için yol gösterici olması da beklenmektedir. Sosyal medyada dezenformasyonun varlığı ve etkileri noktasında daha ayrıntılı çalışmaların yapılması gerektiği söylenebilir.

Kaynakça

- Adebesin, F., Smuts, H., Mawela, T., Maramba, G. ve Hattingh, M. (2023). The Role of Social Media in Health Misinformation and Disinformation During the COVID-19 Pandemic: Bibliometric Analysis. *JMIR Infodemiology*, 3, e48620. <https://doi.org/10.2196/48620>
- Akram, M., Nasar, A. ve Ayaz, A. (2022). A Bibliometric Analysis of Disinformation through Social Media. *Online Journal of Communication and Media Technologies*, 12, e202242. <https://doi.org/10.30935/ojcm/12545>
- Allcott, H. ve Gentzkow, M. (2017). Social Media and Fake News in the 2016 Election. *Journal of Economic Perspectives*, 31, 211-236. <https://doi.org/10.1257/jep.31.2.211>
- Allcott, H., Gentzkow, M. ve Yu, C. (2019). Trends in the diffusion of misinformation on social media. *Research & Politics*, 6(2), 2053168019848554. <https://doi.org/10.1177/2053168019848554>
- Apuke, O. D. ve Omar, B. (2021). Fake news and COVID-19: modelling the predictors of fake news sharing among social media users. *Telematics and Informatics*, 56, 101475. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.tele.2020.101475>
- Arslan, Ş. (2022). Sosyal Medya ve Dezenformasyon Tehdidinde Gazetecilik. *Aksaray İletişim Dergisi*, 4(2), 107-134. <https://doi.org/10.47771/aid.1102392>
- Bayraktar, R. (2023). Dijital Çağda Dezenformasyon. In A. Köseoğlu (Ed.), *Dijital Çağda Medya* (pp. 49-66). Eğitim Kitabevi.
- Bode, L. ve Vraga, E. (2015). In Related News, That Was Wrong: The Correction of Misinformation Through Related Stories Functionality in Social Media. *Journal of Communication*, 65. <https://doi.org/10.1111/jcom.12166>
- Bode, L. ve Vraga, E. K. (2018). See Something, Say Something: Correction of Global Health Misinformation on Social Media. *Health Communication*, 33(9), 1131-1140. <https://doi.org/10.1080/10410236.2017.1331312>
- Brady, W., Crockett, M. ve Van Bavel, J. (2020). The MAD Model of Moral Contagion: The Role of Motivation, Attention, and Design in the Spread of Moralized Content Online. *Perspectives on Psychological Science*, 15, 174569162091733. <https://doi.org/10.1177/1745691620917336>
- Çömlekçi, M. F. (2019). Disinformation on Social Media and Practices Of Fact-Checking Platforms [Disinformation on social media and practices of fact-checking platforms]. *Gumushane University e-Journal of Faculty of Communication (e-GİFDER)*, 7(3), 1549-1563. <https://doi.org/10.19145/e-gifder.583825>
- Ding, Y., Wang, Y. ve Wang, Y. (2021, 13-15 Aug. 2021). It's Time to Confront Fake News and Rumors on Social Media: A Bibliometric Study Based on VOSviewer. 2021 IEEE 4th International Conference on Computer and Communication Engineering Technology (CCET),
- Donthu, N., Kumar, S., Mukherjee, D., Pandey, N. ve Lim, W. M. (2021). How to conduct a bibliometric analysis: An overview and guidelines. *Journal of Business Research*, 133. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2021.04.070>

- Duncombe, C. (2019). Digital Diplomacy: Emotion and Identity in the Public Realm. *The Hague Journal of Diplomacy*, 14, 102-116. <https://doi.org/10.1163/1871191X-14101016>
- Erdoğan, E., Uyan-Semerci, P., Eyolcu-Kafalı, B. ve Çaytaş, Ş. (2022). İnfodemi ve Bilgi Düzensizlikleri: Kavramlar, Nedenler ve Çözümler. İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Guess, A. M., Lerner, M., Lyons, B., Montgomery, J. M., Nyhan, B., Reifler, J. ve Sircar, N. (2020). A digital media literacy intervention increases discernment between mainstream and false news in the United States and India. *Proc Natl Acad Sci U S A*, 117(27), 15536-15545. <https://doi.org/10.1073/pnas.1920498117>
- Gunawan, B., Ratmono, B., Gafar Abdullah, A., Sadida, N., Kaprisma, H. ve Ijost, I. (2022). Research Mapping in the Use of Technology for Fake News Detection: Bibliometric Analysis from 2011 to 2021. *Indonesian Journal of Science and Technology*, 7, 471-496. <https://doi.org/10.17509/ijost.v7i3>
- Hameleers, M., Powell, T., van der Meer, T. ve Bos, L. (2020). A Picture Paints a Thousand Lies? The Effects and Mechanisms of Multimodal Disinformation and Rebuttals Disseminated via Social Media. *Political Communication*, 37, 1-21. <https://doi.org/10.1080/10584609.2019.1674979>
- Hamm, B. L. (2020). *The Few Faces of Disinformation*. Retrieved 24.07.2024 from <https://www.disinfo.eu/publications/the-few-faces-of-disinformation/>
- Karlova, N. A. ve Fisher, K. E. (2013). A social diffusion model of misinformation and disinformation for understanding human information behaviour. *Information Research*, 18(1), 573.
- Kırdemir, B. (2020). Türkiye'nin Dezenformasyon Ekosistemi: Genel Bakış. *Siber Politikalar ve Dijital Demokrasi, Ekonomi ve Dış Politika Araştırmalar Merkezi EDAM*, 4, 1-29. <https://www.jstor.org/stable/resrep26095>
- Kosa, G. (2024). Dijital Vatandaşlık ve Medya Okuryazarlığı: Dijital Dünyada Güvende Kalmak. In G. K. Makbule Evrim Gülsünler, Bahadır Avşar (Ed.), *Dijital Çağın Karanlık Yüzü: Teknoloji, Siyaset ve Güvenlikte Dezenformasyon* (pp. 161-182). Gazi Kitabevi.
- Navarro-Sierra, N., Magro-Vela, S. ve Vinader-Segura, R. (2024). Research on Disinformation in Academic Studies: Perspectives through a Bibliometric Analysis. *Publications*, 12(2).
- Pari Tito, F., García Peñalvo, F. J. ve Pérez Postigo, G. (2022). Bibliometric analysis of media disinformation and fake news in social networks / Análisis bibliométrico de la desinformación mediática y fake news en las redes sociales. *Universidad y Sociedad*, 14(S2), 37-45. <https://produccioncientifica.usal.es/documentos/626d90ca3541a83b39a1cd80>
- Patra, R. K., Pandey, N. ve Sudarsan, D. (2023). Bibliometric analysis of fake news indexed in Web of Science and Scopus (2001-2020). *Global Knowledge, Memory and Communication*, 72(6/7), 628-647. <https://doi.org/10.1108/GKMC-11-2021-0177>
- Pennycook, G. (2019). Fighting misinformation on social media using crowdsourced judgments of news source quality. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 116, 201806781. <https://doi.org/10.1073/pnas.1806781116>

- Pennycook, G., McPhetres, J., Zhang, Y., Lu, J. G. ve Rand, D. G. (2020). Fighting COVID-19 Misinformation on Social Media: Experimental Evidence for a Scalable Accuracy-Nudge Intervention. *Psychol Sci*, 31(7), 770-780. <https://doi.org/10.1177/0956797620939054>
- Sanlav, Ü. (2018). *Sosyal Medya Trolleri Kitleleri Manipüle Edebiliyor*. Retrieved 23.07.2024 from <https://www.milliyet.com.tr/yerel-haberler/istanbul/sosyal-medya-trolleri-kitleleri-manipule-edebiliyor-13023482>
- Shu, K., Bhattacharjee, A., Alatawi, F., Nazer, T. H., Ding, K., Karami, M. ve Liu, H. (2020). Combating disinformation in a social media age. *WIREs Data Mining and Knowledge Discovery*, 10. <https://doi.org/10.1002/widm.1385>
- Shu, K., Mahudeswaran, D., Wang, S., Lee, D. ve Liu, H. (2020). FakeNewsNet: A Data Repository with News Content, Social Context, and Spatiotemporal Information for Studying Fake News on Social Media. *Big Data*, 8(3), 171-188. <https://doi.org/10.1089/big.2020.0062>
- Shu, K., Wang, S., Lee, D. ve Liu, H. (2020). Mining Disinformation and Fake News: Concepts, Methods, and Recent Advancements. In (pp. 1-19). Springer International Publishing https://doi.org/10.1007/978-3-030-42699-6_1
- Şeker, A. U. (2023). *AB en fazla dezenformasyonu X'te buldu*. Retrieved 23.07.2024 from <https://www.aa.com.tr/tr/dunya/ab-en-fazla-dezenformasyonu-xte-buldu/3001302>
- Talwar, S., Dhir, A., Kaur, P., Zafar, N. ve Alrasheedy, M. (2019). Why do people share fake news? Associations between the dark side of social media use and fake news sharing behavior. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 51, 72-82. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2019.05.026>
- Uluslu, L. (2024). *Algoritmalar, viraller, botlar: Sosyal medyada dezenformasyon nasıl gerçekleşiyor?* Retrieved 23.07.2024 from <https://edtx.sol.org.tr/haber/algoritmalar-viraller-botlar-sosyal-medyada-dezenformasyon-nasil-gercekleliyor-394174>
- Vraga, E. K. ve Bode, L. (2017). Using Expert Sources to Correct Health Misinformation in Social Media. *Science Communication*, 39(5), 621-645. <https://doi.org/10.1177/1075547017731776>
- Wang, S., Su, F., Ye, L. ve Jing, Y. (2022). Disinformation: A Bibliometric Review. *Int J Environ Res Public Health*, 19(24). <https://doi.org/10.3390/ijerph192416849>
- Wardle, C. ve Derakhshan, H. (2017). *Information disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policymaking* (Vol. 27). Council of Europe Strasbourg.
- Yeung, A. W. K., Tosevska, A., Klager, E., Eibensteiner, F., Tsagkaris, C., Parvanov, E. D., Nawaz, F. A., Völkl-Kernstock, S., Schaden, E., Kletecka-Pulker, M., Willschke, H. ve Atanasov, A. G. (2022). Medical and Health-Related Misinformation on Social Media: Bibliometric Study of the Scientific Literature. *J Med Internet Res*, 24(1), e28152. <https://doi.org/10.2196/28152>

A Bibliometric Approach to the Concept of Disinformation in Social Media

Havva Nur TARAKCI (Assoc. Prof. Dr.)

Extended Abstract

Today, the intensive use of social media in many fields has brought about significant changes in the way people receive information. With social media, people have moved from being consumers to producers, which has led to the intensive production of information. This intensive production of information has facilitated the spread of false information as well as true information. The concept of disinformation has attracted attention in recent years with fake news emerging through the production of false information and distortion of real information. Disinformation, which we will define as false information spread deliberately to mislead or deceive people, can often be carried out to create confusion in society, to weaken the image of a group or individual, or to support a particular policy or view. Social media has become a powerful tool for the exchange of information, it can create a worldwide agenda, and it has positive features such as interaction, fast and instant communication, and sharing, but it also has negative aspects. The lack of gatekeeping, and the fact that everyone is a producer but there is no supervision and control has facilitated the spread of false information. In addition, the fact that social media algorithms constantly bring the information that the user is interested in, the lack of social media literacy, people's belief in everything they see on social media, and the motivation to share as the first without checking the content have caused the spread of disinformation. Especially in periods of intense uncertainty such as chaos, crisis, or election periods, social media is one of the most intensively used tools for spreading disinformation.

In recent years, disinformation, including fake news, has become a global phenomenon, especially due to the rapid growth of social media. This situation has attracted the attention of academics from various disciplines and scientific studies have been put forward from different perspectives. The study aims to conduct a bibliometric analysis of academic publications on disinformation and fake news in social media and to comprehensively reveal the general trends and academic perspectives in this field.

The research aims to reveal the scope of publications on disinformation in social media in detail by analyzing them according to criteria such as field, year, author, index, language, country, citation, journal, and keywords. It is important to examine the literature on disinformation in social media and to determine the trends in the field to understand the academic reflection of the issue. Focusing on disinformation and fake news on social media, 759 publications containing the phrases "social media" and ("disinformation" or "misinformation" or "fake news") in the title in the Web of Science Core Collection database between 2015 and 2024. To reach articles directly related to the subject by searching only the titles of the specified criteria is aimed. Accordingly, the sample of the study consists of 490 articles published between 2015 and 2024, which were obtained with the specified search criteria. Among these articles, only research articles were included in the sample.

According to the results of the analysis of the articles analyzed within the scope of the research based on Web of Science categories, the highest rate belongs to the articles in the “Communication” category with 21.42%. The highest number of publications belongs to 2022 with 119 articles. This is followed in 2023 by 23.46% (115 articles). This is a significant finding that shows that academic interest in social media disinformation has increased significantly in recent years. Apuke, Oberiri Destiny is the most published author on disinformation in social media with 14 articles, accounting for 2.85% of total publications. In second place is Vraga, Emily K. with 7 articles and 1.42%. According to the Web of Science indexes of the articles published on disinformation in social media, the highest proportion, 55.10%, belongs to articles in the Social Sciences Citation Index (SSCI), which covers most of the important studies in the field of social sciences. The majority of the publications were written in English with a rate of 98.57%. The country with the highest number of publications is the United States of America with 36.74%. While the USA ranks first in the citation country analysis, it is followed by China and India. Allcott Hunt (2017) is the most cited author on disinformation on social media with 2383 citations. The Journal of Medical Internet Research published 12 articles on disinformation in social media. Computers In Human Behavior and IEEE Access journals published 10 articles each. When the topics cited in the articles examining the issues related to disinformation in social media are analyzed, it can be said that Communication attracted great attention with 65.30%. When the frequency of the most used keywords in the articles is analyzed, social media (280), fake news (162), and misinformation (160) are in the top three. The fact that innovative methods such as deep learning and machine learning are also keywords used in the articles on disinformation in social media shows that the field is open to innovations and is being examined with many methods.

These results show that disinformation in social media is a broad area of research, and studies in this field have continued to increase over the years. The bibliometrically analyzed literature on disinformation in social media provides significant insights into understanding the general trends in this field. Furthermore, the findings of this study are expected to characterize the current state of the literature as well as provide guidance for future research. It can be argued that more detailed studies should be conducted on the presence and effects of disinformation in social media.

Keywords: Social Media, Disinformation, Fake News, Bibliometric Analysis, WoS.

Bu makale **intihal tespit yazılımlarıyla** taranmıştır. İntihal tespit edilmemiştir.

This article has been scanned by **plagiarism detection softwares**. No plagiarism detected.

Bu çalışmada “**Yükseköğretim Kurumları Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Yönergesi**” kapsamında uyulması belirtilen kurallara uyulmuştur.

In this study, the rules stated in the “**Higher Education Institutions Scientific Research and Publication Ethics Directive**” were followed.

Araştırma tek bir yazar tarafından yürütülmüştür.

The research was conducted by a single author.

Çalışma kapsamında herhangi bir kurum veya kişi ile **çakar çatışması** bulunmamaktadır.

There is no **conflict of interest** with any institution or person within the scope of the study.