

Akyüz, S.S. ve Öztat, F. (2025). Yurttaş Gazeteciliği ve Sosyal Medya Kavramları Üzerine Bibliyometrik Bir Analiz, *Kritik İletişim Çalışmaları Dergisi*, 7(1), 182-211.

Yurttaş Gazeteciliği ve Sosyal Medya Kavramları Üzerine Bibliyometrik Bir Analiz

A Bibliometric Analysis On The Concepts Of Citizen Journalism And Social Media

Selman Selim AKYÜZ^a

Fatma ÖZTAT^b

Doi: 10.53281/kritik.1682623

^aDoç. Dr., Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi, Radyo Televizyon ve Sinema Bölümü, 0000-0003-0932-7897

^bDr. Öğr. Üyesi., Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi, Radyo Televizyon ve Sinema Bölümü, 0000-0002-6988-7389

MAKALE BİLGİLERİ

Makale:

Gönderim Tarihi 23.04.2025
Ön Değerlendirme 26.04.2025
Kabul Tarihi 24.06.2025

Anahtar Kelimeler:

Yurttaş Gazeteciliği, Haber, Sosyal Medya, Bibliyometrik Analiz.

Key Words:

Citizen Journalism, News, Social Media, Bibliometric Analysis.

ÖZET

Yurttaş gazeteciliği, geleneksel medyada halkın haber üretim süreçlerinde merkeze alınmasını savunan ve 2000'li yılların başında gerek medya profesyonelleri gerekse araştırmacılar tarafından ele alınan önemli gazetecilik kavramlarından biridir. Dijital araçlar, internet ve mikrobloggerların yaygınlaşmasıyla birlikte bu kavram kullanıcı türevli haber içerik üretim sürecini ve bunun haberciliğe etkilerini de içine alacak şekilde yeniden tartışılmaya başlanmıştır. Halkın haber üretim ve dağıtım süreçlerine katılımı, haber akışını hızlandırmış, çeşitliliği artırmış ve ifade özgürlüğü alanlarını genişletmiştir. Gazeteciliğin dönüşümü çeşitli tartışmalara konu olsa da, literatürde yurttaş gazeteciliği ve sosyal medya kullanımı kavramlarını birlikte ele alan yeterli yayın bulunmamaktadır. Bu çalışma, yurttaş gazeteciliği ve sosyal medya kavramlarının 2014-2024 yılları arasındaki bilimsel yayınlarda nasıl ele alındığını bibliyometrik analiz yöntemiyle incelemektedir. Bu iki kavramın birlikte hangi sıklıkta konu edildiği, en çok atıf alan çalışmalar, yazarlar, dergiler ve ülkeleri belirlemek için Scopus veri tabanından elde edilen bilimsel yayın verilerinin kullanıldığı çalışmanın analiz sonuçlarına göre, yurttaş gazeteciliği ve sosyal medya kavramlarını birlikte ele alan yayın sayısının yıllara göre artış gösterdiği tespit edilmiştir. En çok atıf alan yayın Bennet ve Livingston'a (2018) ait sahte haber konulu yayın iken, bağlantı gücü en yüksek yayın ise Wall'ın (2015) yurttaş gazeteciliğinin gelişimine odaklandığı çalışma olmuştur. En çok atıf alan dergi European Journal of Communication, en çok atıf alan üniversite ise George Washington Üniversitesi olarak belirlenmiştir. Ülkeler bazında ise Amerika Birleşik Devletleri en fazla atıf alan ülke konumundadır. Türkiye, atıf sayısında dünya genelinde 26. sırada, en çok atıf alan ülkeler arasında bağlantı gücü açısından ise 35. sırada yer almaktadır. Türkiye'de sosyal medyanın halkın haber üretimi ve dağıtımındaki kullanım yoğunluğu dikkate alındığında, yurttaş gazeteciliği ve sosyal medya kavramlarına yönelik yayın ve atıf sayısının yetersiz olduğu sonucuna varılmıştır.

ABSTRACT

Citizen journalism is one of the important journalism concepts that primarily advocates the centralization of the public in the news production processes in traditional media and was started by both media professionals and researchers at the beginning of the 2000s. On the other hand, with the spread of digital tools, the Internet and microblogs, this concept has started to be discussed again in a way that includes the user-derived news content production process and its effects on journalism. The participation of the public in the news production and distribution processes has accelerated the news flow, increased diversity and expanded the areas of freedom of expression. Although the transformation of journalism is the subject of various discussions, there are not enough publications in the literature that address the concepts of citizen journalism and social media use together. This study examines how the concepts of citizen journalism and social media are covered in scientific publications between 2014-2024 by the method of bibliometric analysis. According to the analysis results of the study, which used scientific publication data obtained from the Scopus database to determine how often these two concepts are discussed together, the most cited studies, authors, journals and countries, it has been found that the number of publications that deal with the concepts of citizen journalism and social media together has increased over the years. The most cited publication was the publication on fake news by Bennet and Livingston (2018), while the publication with the highest connectivity was the study focusing on citizen journalism by Wall (2015). The most cited journal is the European Journal of Communication, and the most cited university is George Washington University. In terms of countries, the United States is the country with the highest number of citations. Turkey ranks 26th in the world in terms of citation coverage and 35th in terms of connectivity among the most cited countries. It has been said that in Türkiye, considering the density of people's news production and the uncommon use of social media, there are insufficient publications and citations regarding the concepts of citizen journalism and social media.

© 2018- e-ISSN 2667-6850

GİRİŞ

Gazetecilik geleneksel yöntemlerle yapıldığı dönemlerden çok daha farklı bir form kazanmaya başlamıştır. Gerek haberin üretim gerekse dağıtım süreçlerinde kamuoyunu merkeze alan habercilik faaliyetleri, günümüzde yurttaş için profesyoneller tarafından yapılmanın ötesine geçerek yurttaşın kendisinin bizzat haber üretim ve dağıtımında rol aldığı bir sürece evrilmiştir. Dolayısıyla 1980'li yıllarda popülerlik kazanan yurttaş gazeteciliği kavramı da yeniden ele alınmaktadır.

Kamu gazeteciliği üzerine yapılan çalışmaların büyük bir kısmı, muhabirlerin kamu gazeteciliğinin vatandaşların, yurttaşlık meselelerine katılımını güçlendirmek ve mümkün kılmak yönündeki demokratik hedefine ulaşmak için kullanabileceği belirli habercilik stratejilerini ve uygulamalarını tanımlamıştır. Aslında bazı akademisyenler kamu gazeteciliğinin uygulamalarla tanımlandığını iddia etmişlerdir (Haas, 2007).

Teknolojideki hızlı değişim, internet ve sosyal medyanın yaygın kullanımı ile yurttaş gazeteciliği, yurttaşın yaptığı bir tür habercilik faaliyetinin profesyonel gazeteciler tarafından algılanma şekillerini ve ana akım medyada haber üretim ve dağıtım süreçlerini de belirlemeye başlamıştır. Bu süreç akademik çalışmalarda da yeni araştırmaların ortaya çıkmasına neden olmuştur. Yurttaş gazeteciliği, vatandaşların önemli kamusal sorunları kolektif olarak belirlemesine, ilgilenmesine ve iyileştirmesine olanak tanıyan bir tür haber üretim ve dağıtım sürecini ifade etmektedir (Abbot, 2017, s. 278).

Gazeteciliğin sosyal medya ile dönüşümü çeşitli tartışmalara konu olsa da literatürde yurttaş gazeteciliği ve sosyal medya kullanımı kavramlarını birlikte ele alan yeterli yayın sayısı bulunmamaktadır. Gazeteciliğin sosyal medya ile tanışmasıyla beraber bu iki kavrama sistematik bir bakış açısı getirilmesi ihtiyacı doğmuştur. Bu problemten hareketle çalışmada yurttaş gazeteciliği ve sosyal medya kavramlarının 2014-2024 yılları arasında hangi sıklıkta konu edildiği, en çok hangi çalışmaların, yazarların, dergilerin, üniversitelerin ve ülkelerin atıf aldığı ve çalışmalarda en fazla hangi anahtar kelimelerin kullanıldığı bibliyometrik analizle incelenmiştir.

1. Geleneksel Medya ve Yurttaş Gazeteciliği

Bir uygulama ve çalışma alanı olarak yurttaş gazeteciliği, 1980'lerin sonlarında başlamış, 1990'larda popülerlik kazanarak 2000'lerin başında zirveye ulaşmıştır. 2003 yılına gelindiğinde en az 320 gazete bir tür kamu gazeteciliği projesini veya deneyini denemiş (Friedland, 2004, s. 119) ve akademisyenler konuyla ilgili yüzlerce araştırma makalesi ve çok sayıda kitap yayımlamıştır. İnternet ve yeni medya, halihazırda zor durumda olan haber endüstrisine meydan okurken, haber kuruluşları da izleyicileri işlerine dahil ederek, haber üretim sürecinde teknolojik yollar denemeye başlamıştır. Araştırmacılar odak noktalarını buna göre değiştirmiştir (Abbot, 2017, s. 279).

Yurttaş gazeteciliği genellikle sivil gazetecilik, kamu gazeteciliği, sosyal medya, kitle kaynak kullanımı ve katılımcı medya kavramlarıyla birlikte değerlendirilmektedir. Kullanıcıların çevrimiçi üretim ve tüketimdeki ikili rolünü tanımlamak için bu tanım kullanılmaktadır. Birçok araştırmacı Jay Rosen'in 2006 tarihli şu tanımından alıntı yapmaktadır: "Eskiden seyirci olarak bilinen insanlar ellerinde bulunan basın araçlarını başkalarını bilgilendirmek için kullandığında, bu yurttaş gazeteciliğidir" (Roberts, 2019).

Yurttaş gazeteciliği üzerine yapılan çalışmaların büyük bir kısmı, muhabirlerin kamu gazeteciliğinin yurttaşların yurttaşlık meselelerine katılımını güçlendirmek yönündeki demokratik

hedefine ulaşmak için kullanabileceği belirli habercilik stratejilerini ve uygulamalarını tanımlamıştır. Aslında bazı akademisyenler kamu gazeteciliğinin uygulamalarla tanımlandığını iddia etmişlerdir (Blazier & Lemert, 2000'den aktaran Abbot, 2017, s. 279).

Kamu gazetecileri, vatandaşların halihazırda devam eden konuşmalarını dinlemek gibi bir haber gündemi oluştururken önemli vatandaş katkıları aramış ve gazeteciler yetkililerin gündemlerine uyum sağlamak yerine vatandaşların sorunlarının çözümüne hizmet etmiş ve kendilerini onların destekçileri olarak görmüşlerdir. İkincisi, kamu gazeteciliği, haberleri halkın katılımını sağlayacak ve onlara hitap edecek şekilde aktarmaktadır. Çoğunlukla bu, elit olmayan kaynaklara başvurarak vatandaşların seslerinin haberlere dahil edilmesi anlamına gelmektedir (Abbot, 2017, s. 281).

Diğer taraftan geleneksel gazeteciliği savunan kesimler, yurttaş gazeteciliğinin yeni yönelimlerine eleştirilerde bulunmaktadır. Yurttaş gazetecilerini mesleki tarafsızlığa ihanet etmekle, destekçilerden veya siyasi aktörlerden biraz daha fazlası haline gelmekle suçlamaktadır. Eleştirmenler, bu eğilimin gazetecilerin topluluk üyelerine dalkavukluk yapmasına neden olduğunu iddia etmektedir (Ahva, 2013). Avrupa ülkesindeki gazeteciler arasında yapılan bir araştırma, gazetecilerin çoğunun yurttaş gazeteciliği ve diğer kullanıcı türevli haber üretimi tarafından özellikle tehdit altında hissetmediğini ve gazetecilerin çoğunun benzer şekilde izleyiciyle temasın arttırılmasının gazeteciliğe fayda sağlayacağını düşündüğünü göstermektedir (O'Sullivan & Heinonen, 2008, s. 363).

Duran'a göre (2005, s. 97), medyanın "egemenlerin propaganda aracı haline dönüşmesinin" en belirgin yaşandığı ülke ABD'dir. Dezenformasyon, mizenformasyon ve manipülasyon da medya aracılığıyla yine bu ülkede yaygınlaşmıştır. Yurttaş Gazeteciliği, ABD medyasının mevcut durumuna bir tepki olarak gelişmiştir.

Gazetecilik mesleğindeki aşınmanın onarılması için yurttaş gazeteciliği okuyucu/izleyici ile medya arasındaki ilişkileri yeniden kurmaya çalışmaktadır. Yapılan pek çok saha araştırmasında, toplumdaki kurumlar arasındaki güvenilirlik sıralamasında gazetelerin en alt sıralarda yer aldığının görülmesi, okur ile gazete arasındaki güveni yeniden kurma çabalarını gündeme getirmiştir. Bazı haber örgütleri, okurları/izleyicileriyle ekonomik bağlarını güçlendirme çabalarının bir parçası olarak, sorun çözmede ve hangi konuların haber değeri olduğuna karar vermede halkın katılımını vurgulayan bir habercilik pratiği oluşturmaya çalışmıştır (Uzun, 2006, s. 640).

Gazetecilerin sıradan vatandaşlarla karşılaştırıldığında bilgiye ve yetkililere daha fazla erişime

sahip olduğu tarihsel dönemde bu görevin özellikle önemli olduğu vurgulanmaktadır. Gazeteciler bu görevi yerine getirdiklerinden emin olmak için bilgiyi filtrelemek, doğrulamak ve düzenlemek için profesyonel değerler ve beceriler geliştirmiştir.

Burada ortaya çıkan bir diğer kavram “hak haberciliği” olmuştur. Akça’ya göre (2008), hak haberciliği, öncelikle haber metinlerinin hak ihlalleriyle dolu olduğu düşüncesinden yola çıkmaktadır. Bu yaklaşıma göre Türkiye’de yaşanan kadın ölümlerini, 9 genç kızın intihar karşıtı protestolarına kadar haberleştirmemek halkın çıkarına olmayan bir haberciliktir. Haber değeri etmenleri açısından, ölü sayısı ciddi sayılara ulaşana kadar haber olarak görülmemiştir. Yine siyasal iktidarın açıklamaları “belirtti”, “bildirdi”, “açıkladı” gibi kesinlik bildiren ifadelerle verilirken, sendikalar, işçi temsilcileri gibi sivil toplum örgütleri ve muhalif grupların açıklamaları “iddia etti” ifadesiyle aktarılmaktadır. Otorite, sivil toplum yani halka göre daha kayda değer görülmektedir.

Yurttaş gazeteciliğinde, resmi makamlar değil, esas olarak halkın bilgi ve görüşleri önemlidir. Duran (2005, s. 97), bu durumun yurttaşın mutlak olarak doğru bilgi verdiği anlamına gelmediğini ve zaten bu nedenle, herhangi bir olaya katılan tüm yurttaşların bilgi ve fikirlerinin alınması gerektiğini ifade etmektedir. Dolayısıyla yurttaş gazeteciliğinde birinci ilke, mümkün olan en çok sayıda haber kaynağına ulaşmak ve haberi resmi bakış açısıyla değil toplumun gözüyle aktarmaktır. Böylelikle haberin esas hedef kitlesi olan ya da bizzat haberin kaynağı olan vatandaşın haberin kendi haberi, kendisi için yazılmış olduğunu hissetmesi gerekmektedir.

Yurttaş gazeteciliğinin temel alanlarının çoğunluğunun suç, şiddet, uyuşturucu kullanımı, işsizlik, vergiler gibi daha yerel konular hakkında olduğunu ifade eden Uzun (2006, s. 653) bu yönüyle yurttaş haberciliğinin insanları kendi özel, yerel sorunlarıyla ilgilenmeye yöneltirken, daha kapsamlı siyasal değişimlere yoğunlaşmaktan alıkoyan bir yanı olduğunu söylemektedir.

Deuze ve diğerleri (aktaran Yeniceler Kortak, 2024, s. 324), yurttaş gazeteciliğinin tüm başarısına rağmen, büyük ölçüde geniş ve dağınık kullanıcı topluluklarından yararlanarak çıktılarını tartıştığı, eleştirdiği, yeniden birleştirdiği ve çürüttüğü ana akım haber kuruluşlarına bağımlı olmaya devam ettiğini belirtmektedir.

Abbot (2017, s. 286), yurttaş gazeteciliği, katılımcı gazetecilik ve kamu gazeteciliği gibi farklı kavramlar çerçevesinde yapılan çalışmaları incelediği araştırmasının sonucunda, yurttaş gazeteciliğinin bilim insanlarının çoğu tarafından dar anlamda, gazetecilik eğitimi almamış kişiler tarafından ve

profesyonel gazetecilerin yardımı olmadan üretilen haberler olarak tanımladığını aktarmaktadır. Yurttaş gazeteciliğinin en çok incelenen biçimleri arasında bloglar, web siteleri ve sosyal medya gönderileri yer almaktadır.

2. Yeni Medya ve Yurttaş Gazeteciliği

Profesyonel olmayan milyonlarca gazeteci, deneyimlerini çevrimiçi olarak paylaşmakta ve ana akım medya tarafından ele alınmayan ya da alınamayan konuları gündeme getirmektedir. Geleneksel gazeteciliğin gücünü ve bağımsızlığını kolektif ve kurumsal yapısından aldığını belirten profesyonel gazeteciler, amatör olarak sınıflandırdıkları yurttaş gazeteciliğinin en önemli sorununun kurumsal olamamaları nedeniyle mesleki kodları sahip olmadığını, haberde güvenilirliği garanti edemeyeceğini ve hesap verilebilirlik imkanı olmadığını düşünmektedir. Örnebring (2013, s. 49), aslında bireysel gazeteciye kolektife tabi kılan meşruiyetin, gazetecilik özgürlüğünü arttırmaktan çok sınırlamaya hizmet edebilecek bir strateji olduğunu ifade etmektedir.

Çoğunlukla, vatandaş gazeteciliği sosyal medyadan ibaret olarak görülür ancak platformlarda paylaşılan tüm bilgiler yurttaş gazeteciliği değildir. X gibi sitelerin bu konuda daha uygun olduğu görülürken insanların kişisel bilgilerini paylaştığı Instagram gibi platformları yurttaş gazeteciliğinin merkezi alanları olarak görmek doğru olmayacaktır (Roberts, 2019, s. 3). Vatandaşların bilgi üretim ve dağıtım süreçlerine katılımı radikal olabilir ve bu açıdan ana akım medyaya muhalefeti temsil edebilmektedir. Bu yüzden profesyonel gazeteciliğin filtrelerine ve süreçlerine maruz kalabilmekte (Roberts, 2019, s. 2), sosyal medyadaki kitlenin gündemiyle geleneksel medyanın gündemi sık sık farklılaşabilmektedir.

Yeni medyanın ortaya çıkışı, özellikle vatandaş gazeteciliğinin yükselişi yoluyla gazetecilik ortamını önemli ölçüde değiştirmiştir. Bu fenomen, sıradan bireylerin genellikle sosyal medya ve çevrimiçi platformlardan yararlanarak haber yayımına katılmalarına olanak tanımaktadır. Vatandaş gazeteciliği bilgi erişilebilirliğini ve çeşitliliğini artırırken, aynı zamanda etik standartlar ve raporlamada güvenilirlik ile ilgili endişeleri de artırmaktadır (Akyüz, Gülnar, & Kazaz, 2021). Yeni medya teknolojileri, kolay içerik oluşturma ve paylaşma olanağı sağlayarak yurttaş gazeteciliğini kolaylaştırmakta, böylece bilgi akışını demokratikleştirmektedir (Dwimuzakkii & Supriadi, 2022).

İlk olarak dijitalde doğan haber girişimleri ve kuruluşları yurttaş gazeteciliğinde önemli bir değişime neden olmuştur. Ana akım medyadan kopan profesyonel gazetecilerin kurduğu internet siteleri

temelli girişimler, sosyal medyanın görece özgürlük sağladığı alanları da kullanarak, başta gençler olmak üzere geniş kitlelerin ilgisini çekmiştir. Youtube’da haber yayınları yapan gazeteciler milyonlarca aboneye ulaşmaya başlamıştır.

Vatandaş gazeteciliği, özellikle sınırlı basın özgürlüğüne sahip bölgelerde gerçek zamanlı bilgi ve çeşitli bakış açıları sağlayarak geleneksel medyayı tamamlamaktadır (Gbadeyan, 2024). Bununla birlikte, yurttaş gazeteciliğinde titiz editoryal süreçlerin olmaması, geleneksel medyanın bütünlüğüne meydan okuyarak etik eksikliklere ve yanlış bilgilendirmeye yol açabilmektedir (Andini, Rizka, Aliyah, & Fajarwati, 2024).

Sosyal medyada, profesyonel gazetecilerin yaptığı habercilikten farklı olarak, kullanıcıların oluşturduğu haber hesapları kitlelere haber ulaştırmaktadır. Farklı haber kaynaklarından yeni bilgileri toplayarak açtıkları hesaplarda paylaşan ve ağırlıklı olarak anonim olan bu hesaplar, ayrıntıya girmeyen, bilgi eksiği olan ve sansasyonel nitelikteki spot haberleri hızlı bir şekilde paylaşarak sosyal medya kullanıcılarına haber ulaştırmaktadır. Anonim kalmak daha baskıdan uzak paylaşımlar yapılmasını, başlıklar ve kısa girişlerden oluşan, takipçiyi sıkmayan haberler üreten bu hesaplar özellikle genç kullanıcılar tarafından tercih edilmektedir (Akyüz, Gülnar, & Kazaz, 2021).

Ana akım medyada olduğu gibi doğrudan bir denetleme sürecinin olmadığı alternatif medyada yer alan haberlerin ne kadar doğru olduğu, gazetecilik meslek ilkeleri ve etik kuralları çerçevesinde yazıldığı, kullanılan dilin üslubunun haber diline uygunluğu tartışma konusudur. Çoğu zaman okurdan gelen bilgilerin değerlendirildiği ve üzerine sayfalarca yorumların yapıldığı bu haber sitelerinde denetimin nasıl olacağına dair tartışmalar devam etmektedir (Özdemir, 2016, s. 257). Vatandaş gazeteciliğinin güvenilirliği, gayri resmi doğası nedeniyle sıklıkla sorgulanmakta ve doğruluğu sağlamak için kaynakların dikkatli bir şekilde değerlendirilmesini gerektirmektedir (Andini vd. , 2024).

Sosyal medyada kullanıcıların oluşturduğu haber ağları, kaynaksız haber paylaşma, başkalarının ürettiği içerikleri kopyalama, eksik, manipülatif ve yanlış bilgi verme gibi etik olarak ciddi ihlallerde bulunan özelliklere sahiptir. Ancak bu hesaplardan haber alan kullanıcılar, geleneksel medyadaki konu ve sunum açısından tek düze, kamu yararını ikinci planda bırakan habercilik anlayışından sıkıldığı için içerik farklılığını kaliteye tercih edebilmektedir. Savunmasız bireyleri ve hassas konuları sansasyon adına istismar edebileceğinden, profesyonel gazetecilikte kullanıcı tarafından oluşturulan içerik kullanıldığında etik endişeler ortaya çıkmaktadır (Chouliaraki ve Al-Ghazzi, 2022).

Sosyal medya platformlarına göre de haberlerin sunum şekilleri değişmektedir. Platformların birbirinden farklı özelliklere sahip olması ve farklı kitlelere hitap etmesi farklı şekillerde haber üretimlerini beraberinde getirmiştir. Görselliğin ön planda olduğu Instagram ve YouTube içerisinde daha çok fotoğraf, video paylaşımı yapılmakta ancak yazının ağırlık kazandığı X (Twitter) üzerinde haberler ağırlıklı olarak yazı ve görsel eşit oranda olacak şekilde kullanılmaktadır (Yeniceler, 2024, s. 319).

Sosyal medya gazeteciliği, hem Türkiye'de hem de dünya genelinde, haber üretimi ve dağıtımında köklü değişiklikler yaratmıştır. Bu değişim, geleneksel medya biçimlerinin yanı sıra, bireylerin ve toplulukların haber üretiminde aktif rol almasına olanak tanımaktadır. Sosyal medya platformları, kullanıcıların içerik oluşturma, paylaşma ve yorum yapma gibi etkileşimli süreçlere katılmalarını sağlarken, bu durum gazeteciliğin doğasını da değiştirmiştir. Türkiye'de sosyal medya gazeteciliği, özellikle genç nüfus arasında hızla yaygınlaşmakta ve bu durum, haberin nasıl algılandığı ve yayıldığı üzerinde önemli etkiler yaratmaktadır (Koçyiğit, 2024; Livberber ve Ayvaz, 2023).

Türkiye'de sosyal medya gazeteciliği, devlet kurumlarının ve özel medya kuruluşlarının sosyal medya platformlarını aktif bir şekilde kullanmasıyla daha da belirgin hale gelmiştir. Örneğin, Türkiye'deki bakanlıkların X hesapları üzerinden yürüttükleri iletişim, kamuoyunu bilgilendirme ve etkileme açısından önemli bir araç olarak değerlendirilmektedir (Göçoğlu, 2019). Ayrıca, Türk büyükelçiliklerinin sosyal medya kullanımı, dijital diplomasi çerçevesinde incelenmiş ve bu durum, Türkiye'nin uluslararası ilişkilerde sosyal medyayı nasıl bir araç olarak kullandığını göstermiştir (Salihi, 2021; Yağmurlu, 2019). Sosyal medya, devletin kamuoyuyla etkileşim kurma biçimini de değiştirmiştir; bu bağlamda, valiliklerin sosyal medya hesapları üzerinden yürüttükleri iletişim, halkla ilişkiler açısından önemli bir yer tutmaktadır (Gümüş, 2018).

Dünya genelinde ise sosyal medya gazeteciliği, özellikle alternatif haber kaynaklarının yükselişi ile karakterize edilmektedir. GZT, Sputnik Türkiye, Oda TV, En Son Haber, T24 gibi alternatif haber siteleri, sosyal medya platformlarını kullanarak geniş kitlelere ulaşmayı başarmışlardır. Bu sitelerin sosyal medya üzerindeki etkileşimleri, takipçi sayıları ve içerik dağılımları, sosyal medya gazeteciliğinin nasıl bir dönüşüm geçirdiğini göstermektedir (Livberber ve Ayvaz, 2023; Tutgun-Ünal, 2020). Sosyal medya, haberin hızla yayılmasını sağlarken, aynı zamanda yanlış bilgilendirme ve "post-truth" medya olguları gibi sorunları da beraberinde getirmiştir (Tarakçı & Baş, 2018).

Sosyal medya gazeteciliği, kullanıcıların içerik oluşturma ve paylaşma yetenekleri sayesinde,

geleneksel medya organlarının yanı sıra bireylerin de haber üretiminde aktif rol almasına olanak tanımaktadır. Bu durum, özellikle genç nesil arasında sosyal medya bağımlılığının artmasına neden olmakta ve bu bağımlılığın bireylerin yaşam memnuniyeti üzerindeki etkileri araştırılmaktadır (Çat vd., 2021; Balcı vd., 2020). Sosyal medya, bireylerin sosyal ilişkilerini etkileyerek, toplumsal aidiyet duygusunu da şekillendirmektedir (Semerci, 2023). Bu bağlamda, sosyal medya kullanımı ile sosyal görünüş kaygısı arasında bir ilişki olduğu da ortaya konmuştur (Özer, 2023).

Sosyal medya gazeteciliği, Türkiye'de ve dünya genelinde, habercilik pratiğinin dönüşümünü yansıtan önemli bir olgudur. Bu dönüşüm, sosyal medya platformlarının sunduğu olanaklar sayesinde, bireylerin ve toplulukların haber üretiminde daha fazla söz sahibi olmasını sağlamaktadır. Ancak, bu durum aynı zamanda bilgi kirliliği, yanlış bilgilendirme ve sosyal medya bağımlılığı gibi sorunları da beraberinde getirmektedir. Sosyal medya gazeteciliği, hem fırsatlar hem de zorluklar sunan dinamik bir alan olarak, gelecekte de önemli bir rol oynamaya devam edecektir (Erdoğan, 2022; Durmuş, 2024; Üztemur, 2022).

Sonuç olarak, sosyal medya gazeteciliği, Türkiye'de ve dünya genelinde haber üretim süreçlerini köklü bir şekilde değiştirmiştir. Bu değişim, bireylerin ve toplulukların haber üretiminde aktif rol almasına olanak tanırken, aynı zamanda bilgi kirliliği ve sosyal medya bağımlılığı gibi sorunları da beraberinde getirmiştir. Sosyal medya gazeteciliği, gelecekte de önemli bir iletişim aracı olarak varlığını sürdürecektir ve habercilik pratiğinin evriminde belirleyici bir rol oynamaya devam edecektir (Evren, 2024; Şahin vd., 2017; Kılıç ve Aygün, 2020).

3. Yöntem

Bu başlık altında çalışmada kullanılan yöntem, araştırma soruları, veri toplama süreci ve uygulanan analizlere ilişkin bilgiler detaylandırılmıştır.

3.1. Araştırma Soruları

İlgili literatür taraması ışığında bu çalışmada aşağıdaki araştırma sorularına yer verilmiştir:

- Araştırma Sorusu 1: 2014-2024 yılları arasında Scopus veri tabanında yurttaş gazeteciliği ve sosyal medya kullanımı kavramlarını içeren uluslararası bilimsel çalışmaların dağılımı nedir?
- Araştırma Sorusu 2: Yurttaş gazeteciliği ve sosyal medya kullanımı kavramlarına yönelik uluslararası bilimsel çalışmaların akademik disiplinlere göre dağılımı nedir?

- Araştırma Sorusu 3: Yurttaş gazeteciliği ve sosyal medya kullanımı kavramlarını içeren çalışmalarda en fazla atıfı hangi yazarlar almıştır?
- Araştırma Sorusu 4: Yurttaş gazeteciliği ve sosyal medya kullanımı kavramlarına yönelik bilimsel çalışmalarda en fazla atıf alan eserler hangileridir?
- Araştırma Sorusu 5: Yurttaş gazeteciliği ve sosyal medya kullanımı kavramlarına yönelik en çok yayın yapan uluslararası bilimsel dergiler hangileridir?
- Araştırma Sorusu 6: Yurttaş gazeteciliği ve sosyal medya kullanımı kavramlarına yönelik en çok yayın yapılan üniversiteler hangileridir?
- Araştırma Sorusu 7: Yurttaş gazeteciliği ve sosyal medya kullanımı kavramlarına yönelik en çok bilimsel yayın yapan ülkeler hangileridir?
- Araştırma Sorusu 8: Yurttaş gazeteciliği ve sosyal medya kullanımı kavramlarını içeren uluslararası bilimsel yayınlarda hangi anahtar kelimeler daha sık kullanılmaktadır?

3.2. Araştırma Tasarımı

Nicel yöntemin benimsendiği bu çalışmada; yurttaş gazeteciliği ve sosyal medya kullanımı kavramlarını birlikte ele alan bilimsel yayınların; hangi disiplinlerde, hangi yıllarda ve hangi çalışmalarda öne çıktığını sistemli bir şekilde ele alabilmek adına bibliyometrik analiz yöntemi tercih edilmiştir. Bibliyometrik analiz, belirli konularda araştırma sürecini geliştirmek için geçmiş araştırma bulgularını sentezlemek adına öne çıkmaktadır (Zupic & Čater, 2015). Etkili bir sistematik inceleme, bir konu üzerindeki araştırmanın mevcut durumu hakkında önemli bir bakış sağlayabilir ve gelecekteki araştırmaları yönlendirebilir (Cronin & George, 2023). Bibliyometrik analiz doğası gereği niceldir ayrıca bibliyometrik yaklaşım sayesinde araştırmalardaki soyut ve somut girdiler yönetilebilir veri kümelerine dönüşmektedir (Wallin, 2005).

Bu çalışmada, bibliyometrik analiz yönteminin kullanılma amacı Ellili'nin (2024) çalışmasıyla paralel olarak; yurttaş gazeteciliği ve sosyal medya kullanımını birlikte ele alan bilimsel çalışmalara sistematik bir bakış geliştirmek, ilgili kavramlara yönelik en büyük etkiye sahip yazarları, üniversiteleri, ülkeleri, yayınları, dergileri ve anahtar kelimeleri belirlemek, sonuçları tablolaştırarak daha kolay anlaşılabilir sunumlar oluşturmak ve gelecekteki araştırmalar için öneriler sunmaktadır. Bu doğrultuda öncelikle araştırma soruları hazırlanmış, veri tabanı olarak Scopus seçilmiş, veriler gruplandırılmış ve analiz basamakları oluşturulmuştur. İlgili analiz basamakları ise Passas'ın (2024) çalışmasında belirttiği parametrelerden yola çıkarak hazırlanmıştır. Bunlar; incelenen çalışmaların yıllara göre yayın sayısı,

disiplinlere göre yayın sayısı ve oranı, en çok atıf alan yazarlar, en çok atıf alan yayınlar, en fazla atıf alan ülkeler, en fazla atıf alan dergiler, en çok atıf alan üniversite ve en fazla kullanılan anahtar kelimeleri belirlemeye yönelik sınırlandırılmıştır. Gruplanan veriler VOSviewer programıyla incelenmiş, tablolaştırılmış ve görselleştirilmiştir.

3.3. Veri Toplama

Bu çalışmada bibliyometrik analiz için kapsamlı bir veri havuzu sunduğu için (Arora & Mehta, 2023) Scopus'tan çekilmiştir. Veriler “yurttaş gazeteciliği (citizen journalism)” ve ikincil olarak “sosyal medya (social media)” anahtar kelimeleriyle 19.02.2025 tarihinde Scopus veri tabanından indirilmiştir. Veriler; 2014-2024 yılları arasındaki ilgili kavramlara yönelik bilimsel çalışma üreten tüm disiplinler (sosyal bilimler, sanat ve beşeri bilimler, bilgisayar bilimi, işletme yönetim ve muhasebe, mühendislik, psikoloji, ekonomi ekonometri ve finans, tıp, matematik, çevre bilimi, karar bilimleri, multidisipliner, enerji, dünya ve gezegen bilimleri, biyokimya genetik ve moleküler biyoloji, tarım ve biyolojik bilimler, farmakoloji toksikoloji ve eczacılık, hemşirelik) ile tüm bilimsel yayın türlerini (makale, kitap bölümü, bildiri, kitap, inceleme, editöryal, not) içermektedir.

3.4. Kullanılan Analizler

Çalışmadaki analizler, bibliyometrik verilerin incelenmesinde öne çıktığı için (Gandasari vd. , 2024) VOSviewer programı kullanılarak oluşturulmuştur. Son dönemde bibliyometrik veri analizinde VOSviewer programının kullanımı artmaktadır. VOSviewer yazılımı, önemli miktarda veriyi analiz etmeyi ve ağ-veri eşleşmesini sağlamaktadır (Umar vd., 2023). Belirli zaman aralığında, belirlenmiş konular için öne çıkan yazarlar, kurumlar veya uluslar, kaynaklar, ilişkiler ve anahtar kelimeler VOSviewer aracılığı ile görselleştirilebilmektedir (Arruda vd., 2022). İlgili parametreler tablolaştırılmış sonrasında VOSviewer yardımıyla sonuçlar görselleştirilmiştir.

4. Bulgular

Yurttaş gazeteciliği ve sosyal medya kullanımı kavramlarının birlikte ele alındığı son 10 yılın yayın verisi incelendiğinde, yıllara göre yayın sayısı açısından aşağıdaki grafiğe ulaşılmıştır. Grafik 1’de görülebileceği üzere yurttaş gazeteciliği ve sosyal medya kullanımı kavramlarına ilişkin yayın sayıları 2014’ten (n=39) 2024’e (n=82) kadar geçen süreçte dalgalanmalara sahiptir. 2016 (n=48), 2018 (n=54) ve 2020 (n=44) yıllarındaki düşüşler göz ardı edilecek olursa, yurttaş gazeteciliği ve sosyal medya kullanımı kavramlarına yönelik bilimsel yayın sayısının artma eğiliminde olduğu ifade edilebilmektedir.

Grafik 1: Araştırmaların Yıllara Göre Dağılımı

Yurttaş gazeteciliği ve sosyal medya kullanımı kavramlarının birlikte yer aldığı bilimsel yayınların, disiplinlere göre nasıl dağıldığına bakılmıştır. Sonuçlar Tablo 1’de paylaşılmıştır. Buna göre yurttaş gazeteciliği ve sosyal medya kullanımı kavramları en çok sosyal bilimler disiplinde (n=534) ele alınmaktadır. Sosyal bilimleri, sanat ve beşeri bilimler (n=156) ve bilgisayar bilimi (n=94) takip etmektedir. Yurttaş gazeteciliği ve sosyal medya kullanımı kavramları en az hemşirelik (n=1), farmakoloji toksikoloji ve eczacılık (n=1) ve tarım ve biyolojik bilimler (n=3) alanlarında yer almıştır.

Tablo 1: Disiplinlere Göre Yayın Sayısı Oranı

Disiplin	Belge Sayısı Oranı
Sosyal Bilimler	534
Sanat ve Beşeri Bilimler	156
Bilgisayar Bilimi	94
İşletme, Yönetim ve Muhasebe	35
Mühendislik	32
Psikoloji	20

Ekonomi, Ekonometri ve Finans	20
İlaç	14
Matematik	12
Çevre Bilimi	10
Karar Bilimleri	8
Çok Disiplinli	4
Enerji	4
Dünya ve Gezegen Bilimleri	4
Biyokimya, Genetik ve Moleküler Biyoloji	3
Tarım ve Biyolojik Bilimler	3
Farmakoloji, Toksikoloji ve Eczacılık	1
Hemşirelik	1

Yurttaş gazeteciliği ve sosyal medya kullanımını birlikte ele alan çalışmalar, en çok atıf alan yazarlar açısından en az bir yayın ve en az iki atıfla sınırlandırılarak ele alınmış, en çok atıf alan ilk on yazara ilişkin sonuçlar Tablo 2’de paylaşılmıştır. Buna göre ilgili kavramları ele alan, en çok atıf alan yazarlar; 836 atıfla W. Lance Bennet ve Steven Livingston olmuştur. Andreu Casero-Ripolles, 391 atıfla ikinci sırada gelmektedir. Sarah Anne Ganter ve Rasmus Kleis Nielsen ise 281 atıfla en çok atıf alan yazarlarda üçüncü sırada görülmektedir.

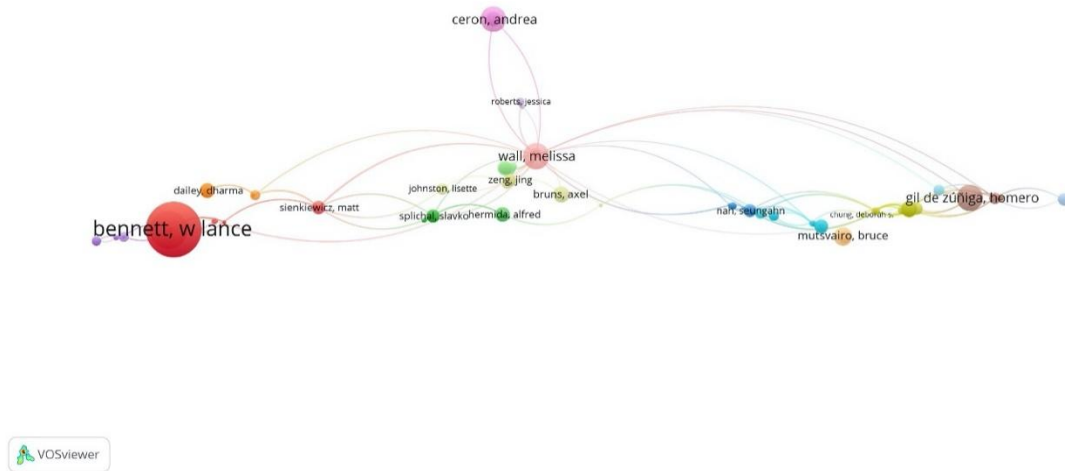
Tablo 2: İncelenen Çalışmalar İçinde En Çok Atıf Alan Yazarlar

Yazar	Belge Sayısı	Atıf Sayısı
W. Lance Bennet ve Steven Livingston	1	836
Andreu Casero-Ripolles	6	391
Sarah Anne Ganter ve Rasmus Kleis Nielsen	1	281
Manh-Toan Ho vd.	1	220
Melissa Wall	4	192
Homero Gil de Zuniga	5	187
David Corney	3	182
Alberto Ardevol-Abreu ve Andrea Seron	3	179

Firoj Alam	2	134
Giovanni da san Martino ve Preslav Nakov	2	131

Yurттаş gazeteciliği ve sosyal medya kullanımını birlikte ele alan çalışmalar, en çok atıf alan yazarların bağlantı haritasını oluşturmak amacıyla, en az bir yayın ve en az iki atıfla sınırlandırılarak incelenmiş, 841 birimlik analizin sonuçları Görsel 1’de paylaşılmıştır. Analiz sonucunda 16 küme ve 130 bağlantı tespit edilmiştir. En çok bağlantı gücüne sahip yazar Melissa Wall olarak görülmektedir. Wall’ın çalışmalarının 41 bağlantı gücü bulunmaktadır. W. Lance Bennet ve Steven Livingston’ın çalışmalarının daha çok atıf alındığı (n=836) görülse de Bennet ve Livingston’un çalışmalarının bağlantı gücü 12 olarak bulunmuştur. Wall’ın çalışmalarının atıf sayısının (n=192), Bennet ve Livingston’a göre daha az olmasına rağmen, Wall’ın çalışmalarının, elde edilen haritada, alandaki çalışmalarla daha çok bağlantıda olduğu görülmektedir.

Görsel 1: İncelenen Çalışmalar İçerisinde En Çok Atıf Alan Yazarların Bağlantıları



Yurттаş gazeteciliği ve sosyal medya kullanımı kavramlarına ilişkin en çok atıf alan yayınlar, en az 5 atıfla sınırlandırılarak incelenmiş, en çok atıf alan ilk on yayına ilişkin sonuçlar Tablo 3’te

paylaşmıştır. Buna göre en çok atıf alan yayın; W. Lance Bennet ve Steven Livingston’a (2018) ait “The disinformation order: Disruptive communication and the decline of democratic institutions” isimli çalışmadır. Yayında gazetecilik formatlarını taklit eden sosyal medya ve siyasi web siteleri aracılığıyla dolaşan sahte haber olgusu, ABD’de yaşanan yakın dönem siyasi gelişmeler ışığında tartışılmıştır. Çalışmada; radikal sağ partilerin oylarını son dönemde soldaki muadillerine artırmış olmalarıyla paralel giden dezenformasyon süreci üzerinde durulmuş ve değişen medya sistemleri vurgulanmıştır. İlgili kavramlara yönelik en çok atıf alan ikinci yayın ise Andreu Casero-Ripolles’e (2020) ait “Impact of COVID-19 on the Media System. Communicative and Democratic Consequences of News Consumption during the Outbreak” adlı yayındır. Çalışmada; Covid-19 sürecinde bilgi tüketimi dinamikleri incelenmiş, medya sisteminin dönüştürme yeteneği ve demokrasideki yaygınlığı üzerinde durulmuştur. Özellikle koronavirüsün haber tüketimi üzerindeki etkisi, vatandaşların medyaya güveni ve kullanıcıların sahte haberi tespit etme yetenekleri ele alınmıştır. Yurttas gazeteciliği ve sosyal medya kavramlarını birlikte ele alan en çok atıf alan üçüncü yayın ise Rasmus Kleis Nielsen ve Sarah Anne Ganter’e (2017) ait “Dealing with digital intermediaries: A case study of the relations between publishers and platforms” adlı çalışmadır. Yayında; arama motorları ve sosyal medya gibi dijital araçların medya atmosferine olan etkileri üzerinde durulmuştur. Çalışmada; yayıncılar ve platformlar arasındaki ilişkilerin; kısa, operasyonel ve aşırı bağımlı ilişkiler geliştirebildiği, gelişmeleri kaçırma korkusu ve risk/ödül oranlarının yeni dijital araçlar oluşturduğu öne sürülmektedir.

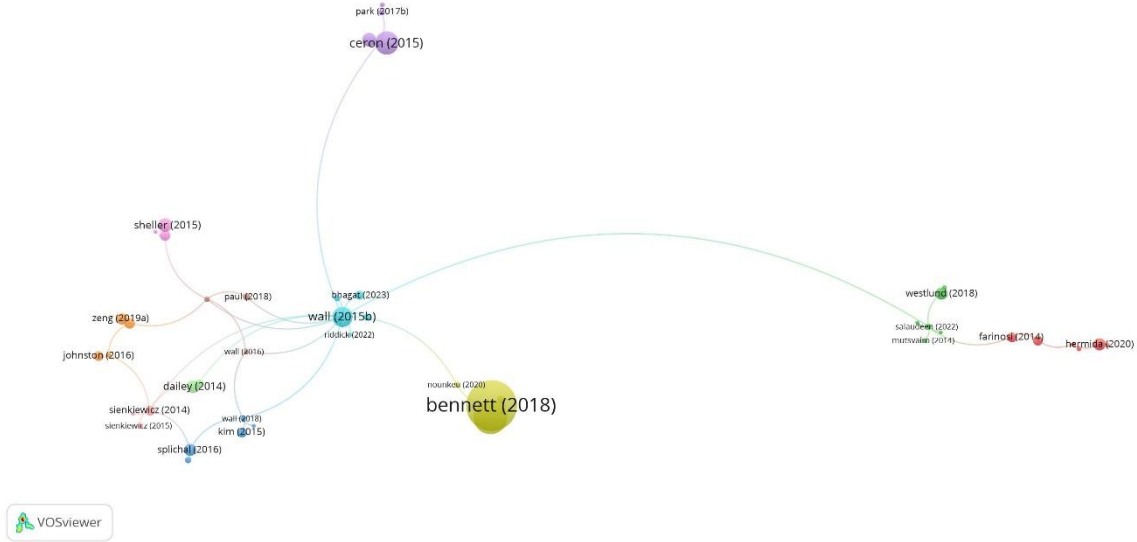
Tablo 3: İncelenen Çalışmalar İçinde En Çok Atıf Alan Yayınlar

Yazar	Yayın Adı	Yayın Türü	Atıf Sayısı
W. Lance Bennet ve Steven Livingston (2018)	The disinformation order: Disruptive communication and the decline of democratic institutions	Makale	836
Andreu Casero-Ripolles (2020)	Impact of COVID-19 on the Media System. Communicative and Democratic Consequences of News Consumption during the Outbreak	Makale	391
Rasmus Kleis Nielsen ve Sarah Anne Ganter (2017)	Dealing with digital intermediaries: A case study of the relations between publishers and platforms	Makale	281
Viet-Phuong La (2020)	Policy Response, Social Media and Science Journalism for the Sustainability of the Public Health System Amid the COVID-19 Outbreak: The Vietnam Lessons	Makale	220

Andrea Ceron (2015)	Internet, News, and Political Trust: The Difference between Social Media and Online Media Outlets	Makale	179
Melissa Wall (2015)	Citizen Journalism A retrospective on what we know, an agenda for what we don't	Makale	137
Kari Anden-Papadopoulos (2014)	Citizen camera-witnessing: Embodied political dissent in the age of 'mediated mass self-communication'	Makale	129
Preslav Nakov vd. (2021)	Automated Fact-Checking for Assisting Human Fact-Checkers	Konferans Bildirisi	125
Alberto Ardevol-Abreu ve Homero Gil de Zuniga (2017)	Effects of Editorial Media Bias Perception and Media Trust on the Use of Traditional, Citizen, and Social Media News	Makale	107
Graham Meikle (2016)	Social Media Communication, Sharing and Visibility	Kitap	94

Yurttaş gazeteciliği ve sosyal medya kullanımını birlikte ele alan çalışmalar, en çok atıf alan yayınların bağlantı haritasını oluşturmak amacıyla, en az beş atıfıla sınırlandırılarak incelenmiş, 301 birimlik analizin sonuçları Görsel 2’de paylaşılmıştır. Analizin sonucunda 11 küme ve 47 bağlantı elde edilmiştir. En fazla atıf alan Bennet ve Livingston’un, çalışmasının (n=836) bağlantı gücü 4 iken, bağlantı gücü en yüksek yayın 13 bağlantı gücüyle Wall’a ait çalışmadır. Melissa Wall’a ait yayının diğer çalışmalarla daha çok bağlantıda olduğu görülmektedir. Wall’ın (2015) “Citizen Journalism A retrospective on what we know, an agenda for what we don’t” başlıklı çalışmasının, son on yılın çalışmaları ışığında yurttaş gazeteciliğini doğrudan odağına aldığı bilinmektedir. Çalışmada; yurttaş gazeteciliği teriminden başlayarak bir tartışma geliştirilmiş, yurttaş gazeteciliğinin, olumlu bir vatandaşlığın parçası olduğu öne sürülmüş, yapıcı bir tutum benimsenmiştir.

Görsel 2: İncelenen Çalışmalar İçerisinde En Çok Atıf Alan Yayınların Bağlantıları



Yurttaş gazeteciliği ve sosyal medya kavramlarına yönelik en çok atıf alan dergiler, en az bir yayın ve en az iki atıfla sınırlandırılarak incelenmiş, sonuçlar Tablo 4’te paylaşılmıştır. Buna göre ilgili kavramlara yönelik yayınlarına en çok atıf alan dergi European Journal of Communication’dır (n=883). Yurttaş gazeteciliği ve sosyal medya kullanımı kavramlarını birlikte ele alan yayınlarına en çok atıf alan ikinci dergi ise Digital Journalism’dır (n=658). İlgili kavramlara yönelik yayınlarıyla en çok atıf alan üçüncü dergi ise 526 atıfla Journalism Studies olmuştur.

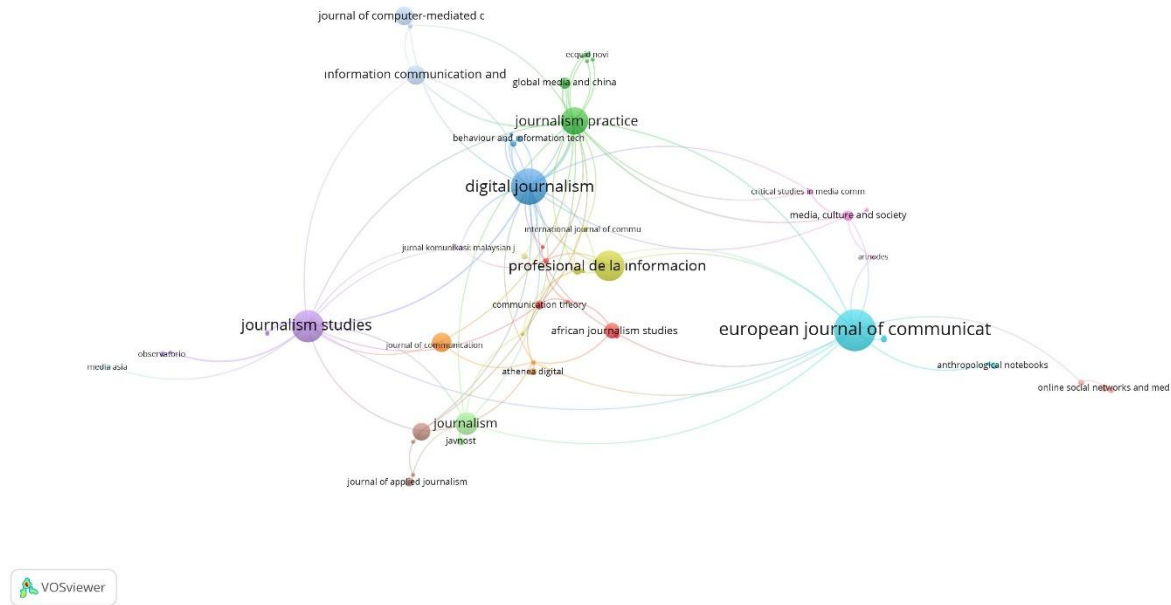
Tablo 4: İncelenen Çalışmalar İçinde En Çok Atıf Alan Dergiler

Dergi	Belge Sayısı	Atıf Sayısı
European Journal of Communication	2	883
Digital Journalism	20	658
Journalism Studies	20	526
Profesional De La Informacion	11	478
New Media And Society	5	462
Journalism Practice	30	386
Journalism	20	267
Sustainability	1	220

Information Communication and Society	7	202
Journalism and Mass Communication Quarterly	5	200

Yurtaş gazeteciliği ve sosyal medya kullanımını birlikte ele alan çalışmalar, en çok atıf alan dergilerin bağlantı haritasını oluşturmak amacıyla, en az bir yayın ve en az iki atıfla sınırlandırılarak incelenmiş, bağlantı analizin sonuçları Görsel 3'te paylaşılmıştır. 222 birim ile gerçekleştirilen analiz sonucunda 16 küme elde edilmiştir. 883 atıfla en çok atıfa sahip European Journal of Communication'un bağlantı gücü 13 iken, 658 atıfa sahip Digital Journalism dergisinin bağlantı gücü 32'dir. Digital Journalism, bağlantı gücü en yüksek dergi olarak daha çok kaynak ile bağlantılı görülmektedir.

Görsel 3: İncelenen Çalışmalar İçerisinde En Çok Atıf Alan Dergilerin Bağlantıları



Yurttaş gazeteciliği ve sosyal medya kullanımına dair çalışmalarına en çok atıf alan üniversiteler; en az 1 yayın ve en az 3 atıfla sınırlandırılarak değerlendirilmiş, sonuçlar Tablo 5’te paylaşılmıştır. Buna göre; Amerika Birleşik Devletleri’ndeki George Washington Üniversitesi 836 atıfla birinci sırada görülmektedir. İkinci sırada ilgili kavramlara yönelik yayınlarına aldığı 375 atıfla İspanya’daki Jaume Üniversitesi bulunmaktadır. Üçüncü sırada ise 281 atıfla İngiltere’deki Oxford Üniversitesi yer almaktadır.

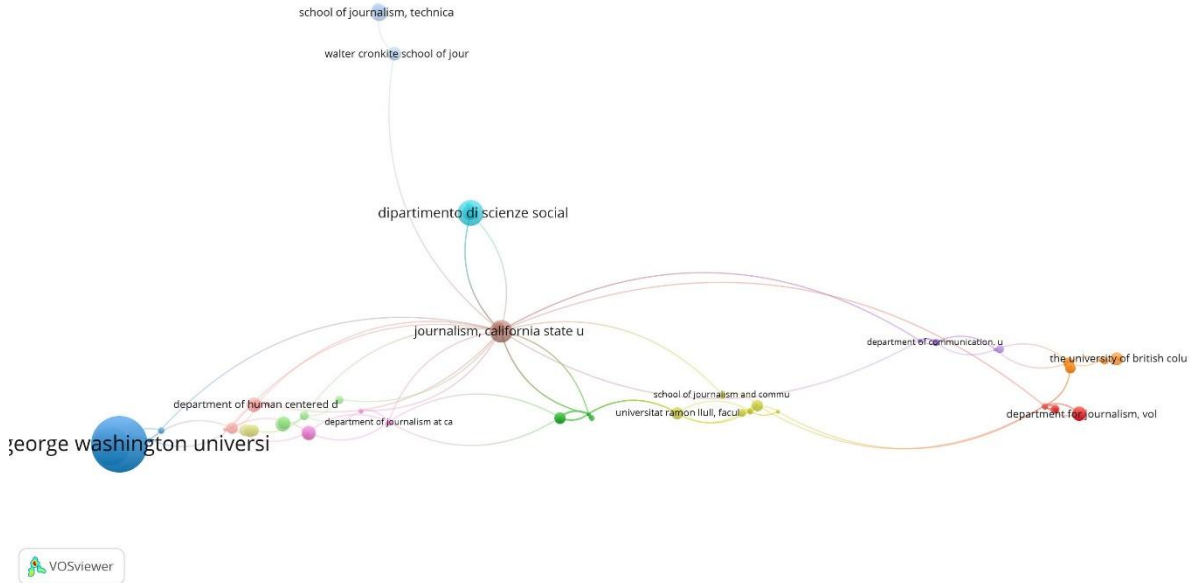
Tablo 5: İncelenen Çalışmalar İçinde En Çok Atıfa Sahip Üniversiteler

Kuruluşlar	Belge Sayısı	Atıf Sayısı
George Washington Üniversitesi	1	836
Jaume Üniversitesi	1	375
Oxford Üniversitesi	1	281
Vietnam Üniversitesi, Brüksel Serbest Üniversitesi, Phenikaa Üniversitesi, Hanoi Üniversitesi	1	220
Science Po Üniversitesi	1	179
Kaliforniya Eyalet Üniversitesi	1	137
Stockholm Üniversitesi	1	129

Katar Üniversitesi, Padova		
Üniversitesi, Bologna		
Üniversitesi, Eureka Fransa, Full	1	125
Fact, Hamad Bin Khalifa		
Üniversitesi, Missouri Üniversitesi		
Viyana Üniversitesi	2	108
Diego Portales Üniversitesi	1	107

Yurtaş gazeteciliği ve sosyal medya kullanımını birlikte ele alan çalışmalar, en çok atıfa sahip üniversitelerin bağlantıları açısından değerlendirilmiştir. Bağlantı analizi en az bir yayın ve en az üç atıfla sınırlandırılmış, sonuçlar Görsel 4'te paylaşılmıştır. 612 birim ile gerçekleştirilen analiz sonucunda 13 küme elde edilmiştir. 836 atıfla en çok atıfa sahip üniversite olan George Washington Üniversitesi'nin bağlantı gücü 9 dur. Bağlantı gücü en yüksek üniversite ise 137 atıf ve 29 bağlantı gücüyle Kaliforniya Eyalet Üniversitesi olarak görülmektedir.

Görsel 4: İncelenen Çalışmalar İçerisinde En Çok Atıfa Sahip Üniversitelerin Bağlantıları



Yurtaş gazeteciliği ve sosyal medya kullanımını birlikte ele alan yayınlara sahip ülkeler en az bir yayın ve en az beş atıfla sınırlandırılarak incelenmiştir. Elde edilen sonuçlar Tablo 6'da görülmektedir. Buna göre ilgili kavramlara yönelik yayınlarına en fazla atıf alan ülke 2796 atıfla

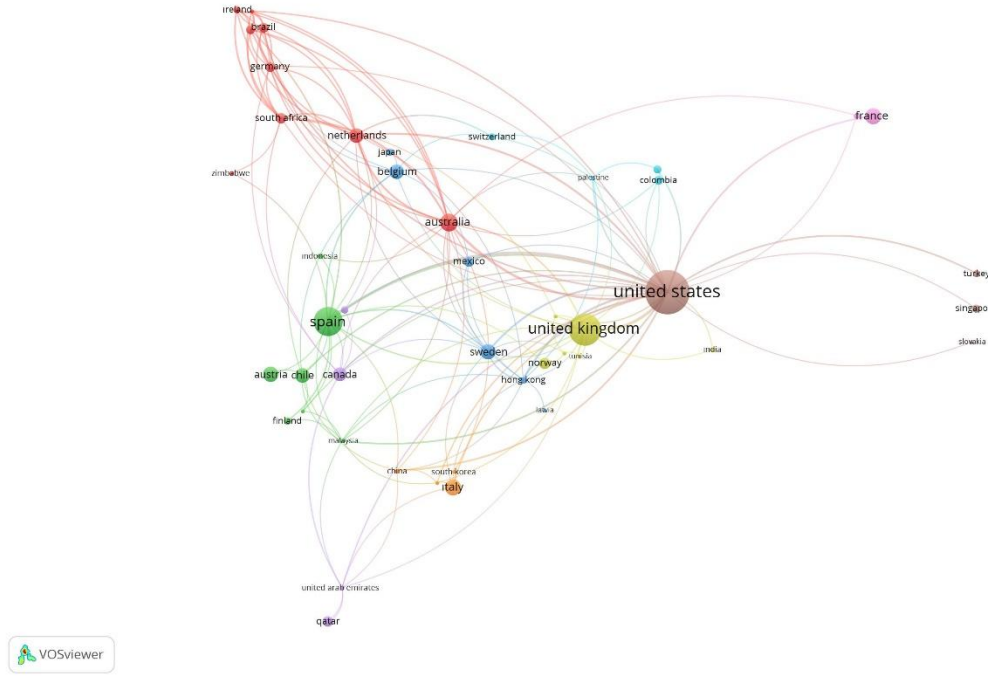
Amerika Birleşik Devletleri olarak görülmektedir. İkinci sırada 1445 atıfıyla Birleşik Krallık bulunmaktadır. Yurttaş gazeteciliği ve sosyal medya kavramlarına yönelik yayınlarına en fazla atıf alan üçüncü ülke ise İspanya (n=1226) olmuştur. Türkiye, yurttaş gazeteciliği ve sosyal medya kavramlarına yönelik atıf sayısında dünya genelinde 81 atıf sayısı ile 26. sırada bulunmaktadır.

Tablo 6: İncelenen Çalışmalar İçinde En Çok Atıfa Sahip Ülkeler

Ülkeler	Belge Sayısı	Atıf Sayısı
Amerika Birleşik Devletleri	146	2746
Birleşik Krallık	67	1445
İspanya	107	1226
Avustralya	42	470
Fransa	5	386
İtalya	12	361
İsveç	16	355
Avusturya	10	339
Hollanda	21	300
Şili	12	295

Yurttaş gazeteciliği ve sosyal medya kullanımını birlikte ele alan çalışmalar, en çok atıfa sahip ülkeler açısından, en az bir yayın ve en az beş atıf ile değerlendirilerek incelenmiş, sonuçlar Görsel 5’te paylaşılmıştır. 63 birim ile gerçekleştirilen analizde 9 küme elde edilmiştir. Buna göre 2796 atıf ile, en fazla atıf sayısına sahip Amerika Birleşik Devletleri, 83 bağlantı gücüyle, bağlantı gücü en yüksek ülke olmuştur. Sarı kümede 25 bağlantı gücüyle Birleşik Krallık, kırmızı kümede 37 bağlantı gücüyle Avustralya ve yeşil kümede 30 bağlantı gücüyle İspanya öne çıkmaktadır. 3 bağlantı gücüyle dünyada 35. sırada yer alan Türkiye’nin, atıf bağlantı haritasında Amerika Birleşik Devletleri ile bağlantısı olduğu görülmektedir.

Görsel 5: İncelenen Çalışmalar İçerisinde En Çok Atıfa Sahip Ülkelerin Bağlantıları



Yurtaş gazeteciliği ve sosyal medya kullanımı kavramlarına yönelik yayınlar kullanılan anahtar kelimeler açısından incelenmiştir. En az 5 ortak görülme ile sınırlandırılan anahtar kelime analizinin sonuçları Tablo 7’de paylaşılmıştır. Buna göre ilgili kavramlara yönelik yayınlarda en fazla “social media” (n=174) anahtar kelimesi kullanılmaktadır. İkinci sırada “citizen journalism” (n=161) görülmektedir. En fazla kullanılan anahtar kelimelerde üçüncü sırada “journalism” (n=112) yer almaktadır. Yurtaş gazeteciliği ve sosyal medya kavramlarının birlikte yer aldığı çalışmalarda en az kullanılan anahtar kelimeler ise “science communication” (n=5), “South Africa” (n=5) ve “social change” (n=5) olarak bulunmuştur.

Tablo 7: İncelenen Çalışmalar İçinde En Fazla Kullanılan Anahtar Kelimeler

Anahtar Kelime	Kullanılma Sayısı
Social Media	174
Citizen Journalism	161
Journalism	112
Social Networks	29
Media	29
Fake News	26

SONUÇ

Sosyal medyanın kullanıcıyı yalnızca eğlence ve bilgi paylaşımı gibi içerik üretim alanlarına değil, haber üretim süreçlerine de dahil etmiştir. Bu sayede ana akım/geleneksel medyadan yani profesyonel gazetecilerden beklediği yurttaş odaklı gazeteciliği yurttaşın kendisi gerçekleştirme fırsatı bulmuştur. Mobil cihazlar ve internetin yaygınlaşmasıyla yurttaş kendi haberini oluşturmakta ve okuyucuya/izleyiciye ulaştırabilmektedir. Okuyucu da sosyal medyanın etkileşim imkanı sunması sayesinde, bu içerikleri paylaşarak daha geniş kitlelere ulaştırma, yorum yaparak içeriğin kalitesini arttırabilme gibi bir güce ulaşmıştır. Dolayısıyla yurttaşlar, haber medyasında görmek istediği ama göremediği haberleri kendi üretebilmekte ve paylaşabilmekte, ifade özgürlüğünün, eleştirel gazeteciliğin sınırları genişlemiş olmaktadır.

Gazeteciliğin sosyal medya ile dönüşümü yurttaşın ya da yeni medya terimi olarak “kullanıcıların”, haberin hem üretim hem dağıtımında yer alması yoğun ve çeşitli tartışmalara konu olsa da, literatürde yurttaş gazeteciliği ve sosyal medya kullanımı kavramlarını birlikte ele alan yeterli yayın sayısı bulunmamaktadır. Gazeteciliğin sosyal medya ile tanışmasıyla beraber bu iki kavrama sistematik bir bakış açısı getirilmesi ihtiyacı doğmuştur. Bu problemten hareketle bu çalışmada yurttaş gazeteciliği ve sosyal medya kavramlarının 2014-2024 yılları arasında hangi sıklıkta konu edildiği, en çok hangi çalışmaların, yazarların, dergilerin, üniversitelerin ve ülkelerin atıf aldığı ve çalışmalarda en fazla hangi anahtar kelimelerin kullanıldığı bibliyometrik analizle incelenmiştir. 2014-2024 yılları arasındaki bilimsel yayın verileri Scopus veri tabanından indirilmiş, elde edilen veriler VOSviewer programı ile tablolaştırılmış ve görselleştirilmiştir.

Buna göre yurttaş gazeteciliği ve sosyal medya kavramlarını, son 10 yılda birlikte ele alan bilimsel yayın sayısı incelendiğinde, yıllara göre yayın sayısının artış eğiliminde olduğu görülmektedir. 2014 (n=39) yılından, 2024 (n=82) yılına dek, farklı yıllardaki dalgalanmalar göz ardı edilecek olursa yurttaş gazeteciliği ve sosyal medya konulu yayınların sayısının arttığı görülmektedir. İlgili kavramlar en çok sosyal bilimler (n=534) disiplinde yer bulmuştur. İkinci sırada sanat ve beşeri bilimler (n=156), üçüncü sırada ise bilgisayar bilimi (n=94) gelmektedir.

Yurttaş gazeteciliği ve sosyal medya kullanımı kavramlarına yönelik en fazla atıf alan yazarlar; W. Lance Bennet ve Steven Livingston (n=836) olmuştur. W. Lance Bennet ve Steven Livingston (2018) ilgili kavramlara yönelik en fazla atıf alan “The disinformation order: Disruptive communication and the decline of democratic institutions” isimli çalışmalarında; gazetecilik formatını dönüştüren sosyal

medya ve siyasi web siteleri aracılığıyla dolaşan sahte haber olgusu üzerinde durmaktadır. İlgili kavramlara yönelik en çok atıf alan yayının doğrudan yurttaş gazeteciliği üzerine olmaması düşündürücüdür. Yayında sahte haber olgusu içinde yurttaş gazeteciliğine yönelik bir pencere açılmıştır. Yurttaş gazeteciliği ve sosyal medya kavramlarına yönelik en çok atıf alan yayınlar arasında bağlantı gücü en yüksek çalışma ise Wall'a (2015) ait "Citizen Journalism A retrospective on what we know, an agenda for what we don't" başlıklı çalışmadır. Yayında Bennet ve Livingston'un (2018) aksine, yurttaş gazeteciliği merkeze alınmış, kavramın gelişiminden yola çıkarak yakın geçmişteki dönemlerden söz edilmiştir. Wall'ın (2015) çalışmasının bağlantı gücü açısından Bennet ve Livingston'un (2018) çalışmasının önüne geçmesinin nedeninin, Wall'ın çalışmasının yurttaş gazeteciliğini merkeze alması ve yurttaş gazeteciliği açısından olumlu bir yorum getirmesi olduğu düşünülmektedir.

Yurttaş gazeteciliği ve sosyal medya kavramlarına yönelik en çok atıf alan dergi, İngiltere merkezli European Journal of Communication (n=883) iken ilgili alanda bağlantı gücü en yüksek dergi Digital Journalism (n=32) olmuştur. İlerleyen çalışmalarda, dergilerin atıf sayıları ve bağlantı güçlerindeki farklılığı daha derinlikli analiz edebilmek adına, dergilere ait, yurttaş gazeteciliğine yönelik çalışmalarda öne çıkan yaklaşımlar ve yöntemler açısından bir tartışma geliştirilebilir. İlgili kavramlara yönelik atıf sayısı açısından öne çıkan dergilerin Avrupa'da yoğunlaştığı görülmektedir. Yurttaş gazeteciliği ve sosyal medya kavramlarına yönelik en fazla atıf alan üniversite Amerika Birleşik Devletleri'ndeki George Washington Üniversitesi (n=836) iken atıf alanında bağlantısı en yüksek üniversite ise Kaliforniya Eyalet Üniversitesi (n=29) olmuştur. Atıf sayısında ve buna ilişkin bağlantı gücünde Batılı ülkelere ait dergi ve üniversiteler ön plana çıkmaktadır.

İlgili kavramlara yönelik en fazla atıf alan ve bağlantı gücü en yüksek ülke; Amerika Birleşik Devletleri (n=2796) olarak görülmektedir. Atıf sayısında ABD'yi Birleşik Krallık (n=1445) ve İspanya (n=1226) takip etmektedir. Yurttaş gazeteciliği ve sosyal medya kavramlarına yönelik atıf sayısında Batılı ülkelerin öne çıkması, gelişmekte olan ülkelerde bu alandaki gazetecilik pratiklerinin ve dolayısıyla akademik çalışmaların yetersiz olduğunu göstermektedir.

Türkiye, yurttaş gazeteciliği ve sosyal medya kavramlarına yönelik atıf sayısında dünya genelinde 81 atıf sayısı ile 26. sırada bulunmaktadır. Diğer yandan Türkiye'nin, en çok atıf alan ülkeler arasında bağlantı gücü açısından ise 35. sırada olduğu görülmektedir. Türkiye'deki siyasi atmosfer ve sosyal medya kullanım sıklığı düşünüldüğünde, Türkiye'de ilgili kavramlara yönelik yayın ve atıf sayısı açısından yeterli seviyeye gelinmediği anlaşılmaktadır. Bu doğrultuda Türkiye'de yurttaş gazeteciliği ve sosyal medya kullanımı kavramlarını birlikte ele alacak çalışmalar desteklenmelidir.

İncelenen çalışmalarda yurttaş gazeteciliği ve sosyal medya kavramlarına yönelik bilimsel yayınlarda en fazla kullanılan ve bağlantı gücü en yüksek anahtar kelimeler sırasıyla; “social media” (n=174), “citizen journalism” (n=161) ve “journalism” (n=112) olarak görülmektedir.

Gelecek çalışmalarda; yurttaş gazeteciliği ve sosyal medya kullanımı kavramlarını son 10 yılda ele alan yayın sayısındaki artış farklı siyasal ve sosyal gelişmeler ışığında değerlendirilebilir. Farklı küresel veri tabanlarındaki yayın sayıları ve bilgileri ışığında bulgular tartışılabilir. İlgili kavramlar en çok sosyal bilimlerde yer bulsa da yurttaş gazeteciliği ve sosyal medya kullanımı kavramlarının disiplinler arası çalışmalara konu olduğu görülmüştür. Yayınların demokratik sistemlerin yerleşmesi açısından daha dengeli görülen Batılı ülkelerde ve özellikle Avrupa merkezli dergilerde yoğunlaştığı anlaşılmıştır. Dünya genelinde sosyal medya kullanımı açısından öne çıkan ülkelerden olan Türkiye’de (wearesocial.com, 2024) siyasi gelişmelerin yoğunluğu da göz önüne alınacak olursa, yurttaş gazeteciliği ve sosyal medya kullanımına ilişkin yayın sayısının yetersizliği göze çarpmaktadır.

KAYNAKÇA

- Ahva, L. (2013). Public journalism and professional reflexivity. *Journalism*, 14(6), 790-806. doi:10.1177/1464884912455895
- Akça, E. (2008). *Habercilikte yeni arayışlar ve hak haberciliği*. BİA Haber Merkezi: <http://www.bianet.org> adresinden alındı
- Akyüz, S., Gülnar, B., & Kazaz, M. (2021). Yeni medyada haber güvenilirliği sorunu: Üniversite öğrencilerinin sahte/yalan haberlere yönelik doğrulama refleksleri. *OPUS International Journal of Society Researches*, 17(36), 2816-2840.
- Andini, O. P., Rizka, H. N., Aliyah, M., & Fajarwati, N. K. (2024). Kelayakan berita citizen journalism. *Journal of Creative Student Research*, 2(1), 130-138. doi:10.55606/jcsrpolitama.v2i1.3514
- Arora, S., & Mehta, M. (2023). Love it or hate it, but can you ignore social media? A bibliometric analysis of social media addiction. *Computers in Human Behavior*, 147, 1-9.
- Arruda, H., Silva, E., Lessa, M., Proença, D., & Bartholo, R. (2022). VOSviewer and bibliometrix. *J Med Libr Assoc*, 110(3), 392-395. doi:10.5195/jmla.2022
- Balcı, Ş., Karakoç, E., & Ögüt, N. (2020). Sağlık çalışanları arasında sosyal medya bağımlılığı: iki boyutlu benlik saygısının rolü. *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*(33), 296-317. doi:10.31123/akil.693279
- Bennett, W., & Livingston, S. (2018). The disinformation order: Disruptive communication and the decline of democratic institutions. *European Journal of Communication*, 33(2), 122-139. doi:10.1177/0267323118760317
- Casero-Ripollés, A. (2020). Impact of Covid-19 on the media system. Communicative and democratic consequences of news consumption during the outbreak. *El profesional de la información*, 29(2). doi:10.3145/epi.2020.mar.23
- Chouliaraki, L. ve Al-Ghazzi, O. (2022). Beyond verification: Flesh witnessing and the significance of embodiment in conflictNews. *Journalism*, 23(3), 649-67.
- Cronin, M., & George, E. (2023). The why and how of the integrative review. *Organizational Research Methods*, 26(1), 168-192. doi:10.1177/1094428120935507
- Çat, A., Koçak, M., & Toprak, Ö. (2021). Field research on the effect of social media addiction level on life satisfaction. *İletişim Kuram Ve Araştırma Dergisi*, 2021(56), 185-202. doi:10.47998/ikad.999223

- Duran, R. (2005). "Yurttaş Gazeteciliği", *Habercinin El Kitabı Dizisi: 4*. İstanbul: IPS İletişim Vakfı Yayınları.
- Durmuş, İ. (2024). Sosyal medya kültürüne kavramsal bakış: Türkiye ve Fransa karşılaştırması. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 26(2), 862-890. doi:10.17829/turcom.1048522
- Dwimuzakkii, K., & Supriadi, Y. (2022). Peranan citizen journalism di media online. *Bandung Conference Series Journalism*, 2(2). doi:10.29313/bcsj.v2i2.3930
- Ellili, N. (2024). A bibliometric review of bibliometric reviews of corporate governance: Current topics and recommendations for future research. *International Journal of Disclosure and Governance*. doi:10.1057/s41310-024-00256-1
- Erdoğan, İ. (2022). Karanlık sosyal medya ve sosyal medyanın karanlık yüzü: kavramlar, araştırmalar ve stratejiler. *Türkiye İletişim Araştırmaları Dergisi*(40), 411-429. doi:10.17829/turcom.1048522
- Evren, F. (2024). X (twitter) Türkiye evreninin dikkat ekonomisi ve ekonomi politik eleştirisi. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 12(2), 764-792. doi:10.19145/e-gifder.1406473
- Friedland, L. A. (2004). Public journalism and communities. *93 Nat'l Civic Rev.* (36).
- Gandasari, D., Tjahjana, D., Dwidienawati, D., & Sugiarto, M. (2024). Bibliometric and visualized of social network analysis research on Scopus databases and VOSviewer. *Cogent Business & Management*, 11(1). doi:10.1080/23311975.2024.2376899
- Gbadeyan, B. T. (2024). An assessment of the impact of new media and citizen journalism on conventional media ethics in Nigeria. doi:10.58806/ijsshr.2024.v3i11n02
- Göçöğlu, V. (2019). Türkiye'de merkezi yönetimin sosyal medya kullanımı: Bakanlıkların twitter hesapları üzerine bir analiz. *Uluslararası Yönetim Akademisi Dergisi*, 2(2), 422-444. doi:10.33712/mana.600666
- Gümüş, N. (2018). Sosyal medyanın kamu kurumları tarafından kamusal pazarlama aracı olarak kullanılması: 81 il valiliği üzerinde bir araştırma. *Abant İzzet Baysal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 18(4), 189-212. doi:10.11616/asbed.v18i41997.505870
- Haas, T. (2007). *The pursuit of public journalism: Theory, practice, and criticism*. New York: Routledge.
- Jennifer, Y. A. (2017). Katılımcı gazetecilik ve yurttaş gazeteciliği bursunda gerilimler. *Annals of the International Communication Association*, 41(3-4), 278-297. doi:10.1080/23808985.2017.1350927
- Jurrah, N. (2011). *Citizen journalism and the internet*. Washington: Open Society Foundation.
- Kılıç, S., & Aygün, A. (2020). Isparta yerel basınının yapısal özellikleri ve sorunları. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 8(2), 1409-1436. doi:10.19145/e-gifder.728213
- Kleis Nielsen, R., & Ganter, S. (2017). Dealing with digital intermediaries: A case study of the relations between publishers and platforms. *New Media and Society*, 20(4), 1600-1617. doi:10.1177/1461444817701318
- Koçyiğit, A. (2024). Sosyal medya ve kamu diplomasisi: Türk devletleri teşkilatı perspektifinden küresel etkileşim ve iletişim yönetimi. *The Journal of International Civilization Studies*, 9(1), 79-83. doi:10.58648/inciss.1421099
- Livberber, T., & Ayvaz, S. (2023). Alternatif haber sitelerinin sosyal medya gazeteciliği pratikleri: gzt, sputnik Türkiye ve Oda tv örneği. *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 33(2), 987-1004. doi:10.18069/firatsbed.1254555
- Merritt, D. (2010). What citizen journalism can learn from public journalism. B. S. John, & J. Rossenberry (Ed.) içinde, *Public journalism 2.0: The promise and reality of a citizen-engaged press* (s. 21-31). New York: Routledge. doi:10.4324/9780203876770
- O'Sullivan, J., & Heinonen, A. (2008). Old values, new media: Journalism role perceptions in a changing world. *Journalism Practice*, 2(3), 357-371. doi:10.1080/17512780802281081
- Örnebring, H. (2013). Anything you can do, I can do better? Professional journalists on citizen journalism in six European countries. *International Communication Gazette*, 75(1), 35-53. doi:10.1177/1748048512461761
- Özdemir, M. (2016). Bilgi çağında ana akım medyaya karşı ortaya çıkan alternatif medyanın rolü ve yükselen yurttaş gazeteciliği. *İnönü Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi (İNİF E-Dergi)*, 1(2), 247-259.
- Özer, P. (2023). Sosyal görünüş kaygısı ve sosyal medya bağımlılığının estetik işlem yaptırma algısı ile ilişkisi. *Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi*, 14(40), 1412-1432. doi:10.21076/vizyoner.1258228
- Passas, I. (2024). Bibliometric analysis: The main steps. *Encyclopedia*, 4(2), 1014-1025. doi:10.3390/encyclopedia4020065

- Roberts, J. (2019). *Citizen Journalism, The International Encyclopedia of Media Literacy*. (R. Hobbs, & P. Mihailidis, Dü) John Wiley & Sons, Inc.
- Rosen, J., & Merritt, D. J. (1994). Public journalism: Theory and practice. I. J. Rosen, & D. J. Merritt (Ed.) içinde, *Public journalism: Theory and practice* (s. 3-5). Dayton, OH: Kettering Foundation Press.
- Salihi, E. (2021). Dijital diplomasi faaliyeti olarak Türk büyükelçilerin Twitter kullanımı: Avrupa Birliği ülkelerinde görev yapan Türk büyükelçiler örneği. *Öberi Dergisi*, 16(56), 545-569. doi:10.14783/maruoneri.909573
- Semerci, M. (2023). Genç yetişkinlerin aile aidiyeti ve sosyal medya bağımlılığı ilişkisinde yalnızlığın aracı rolü. *Sosyolojik Bağlam Dergisi*, 4(3), 273-288. doi:10.52108/2757-5942.4.3.4
- Şahin, E., Başer, V., & Başer, H. (2017). Sosyal medya pazarlamasının tüketici satın alma davranışına etkisi: Selçuk Üniversitesi İ.İ.B.F örneği. *Ömer Halisdemir Üniversitesi İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*. doi:10.25287/ohuiibf.316212
- Tarakçı, İ., & Baş, M. (2018). Post-truth medya ve tüketici davranışlarına etkisi: "genç yetişkinler" üzerine keşifsel bir araştırma - post-truth media and its impact on consumer behavior: an exploratory study on "young adults". *Journal of Business Research - Turk*, 10(4), 1110-1122. doi:10.20491/isarder.2018.565
- Thorsen, E. (2020). *The Routledge Encyclopedia of Citizen Media*. London, England: Taylor & Francis Group.
- Tutgun, A. Ü. (2020). New journalism approach via new media: analysis of news agencies in terms of social media journalism. *Erciyes İletişim Dergisi*, 7(2), 1011-1031. doi:10.17680/erciyesiletisim.647078
- Umar, A., Sayeed, M., Abdul Razak, S., Yogarayan, S., Amodu, O., & Mahmood, R. (2023). A method for analyzing text using VOSviewer. *MethodsX*, 11(102339). doi:10.1016/j.mex.2023.102339
- Uzun, R. (2006). "Gazetecilikte yeni bir yönelim: Yurttaş gazeteciliği". *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*(16).
- Üztemur, S. (2022). Sosyal medya tükenmişlik ölçeği: öğretmen adayları özelinde Türk kültürüne uyarlama, geçerlik ve güvenilirlik çalışması. *Ahmet Keleşoğlu Eğitim Fakültesi Dergisi*. doi:10.38151/akef.2022.15
- Yağmurlu, A. (2019). Dijital diplomasi: kamu diplomasisi çerçevesinden Avrupa Birliği üye ülkeleri ve Türkiye dışişleri bakanlıkları internet uygulamaları. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 7(2), 1267-1295. doi:10.19145/e-gifder.554946
- Yeniceler, İ. K. (2024). Yurttaş ve ana akım gazeteciliğin sosyal medyadaki etkinliğinin 'Instagram' üzerinden karşılıklı değerlendirilmesi. *Etkileşim*, 13, 314-338. doi:10.32739/etkilesim.2024.7.13.250
- Zupic, I., & Čater, T. (2015). Bibliometric methods in management and organization. *Organizational Research Methods*, 18(3), 429-472. doi:10.1177/1094428114562629
- Wall, M. (2015). Citizen Journalism: A retrospective on what we know, an agenda for what we don't. *Digital Journalism*, 3(6), 797-813. https://doi.org/10.1080/21670811.2014.1002513
- Wallin, J. (2005). Bibliometric methods: Pitfalls and possibilities. *BCPT*, 97(5), 261-275. doi:10.1111/j.1742-7843.2005.pto_139.x
- wearesocial.com. (2024, Ocak 31). wearesocial.com: https://wearesocial.com/uk/blog/2024/01/digital-2024-5-billion-social-media-users/ adresinden alındı

EXTENDED ABSTRACT

In social media, unlike the journalism done by professional journalists, the news accounts created by users deliver news to the masses. These predominantly anonymous accounts that collect new information from different news sources and share it on the accounts they open, deliver news to social media users by quickly sharing spot news that does not go into detail, has a lack of information and is sensational in nature. Staying anonymous is more pressure-free sharing, headlines and short entries,

these accounts that produce news that does not bore the follower are especially preferred by young users. (Akyüz, Gülnar, & Kazaz, 2021).

Although the transformation of journalism with social media is the subject of various discussions, there are not enough publications in the literature that address the concepts of citizen journalism and social media use together. With the introduction of journalism to social media, there was a need to bring a systematic perspective to these two concepts. Based on this problem, in this study, the frequency with which the concepts of citizen journalism and social media were discussed between 2014 and 2024, which studies, authors, journals, universities and countries were cited the most Decently and which keywords were used the most in the studies were examined by bibliometric analysis.

In this study, where the quantitative method was adopted, the bibliometric analysis method was preferred in order to systematically address which disciplines, which years and which studies stand out in scientific publications that deal with the concepts of citizen journalism and social media use together. Bibliometric analysis stands out in order to synthesize past research findings in order to improve the research process on certain topics (Zupic & Čater, 2015). The data were downloaded from the Scopus database on 19.02.2025 with the keywords "citizen journalism" and secondarily "social media". The data includes all disciplines that produced scientific studies on related concepts between 2014-2024 and all types of scientific publications (articles, book chapters, Decrees, books, reviews, editorial, notes).

Accordingly, when the number of scientific publications that have dealt with the concepts of citizen journalism and social media together in the last 10 years is examined, it is seen that the number of publications tends to increase by years from 2014 (n=39) to 2024 (n=82), if the fluctuations in different years are ignored, it is observed that the number of publications on citizen journalism and social media has increased decently. Related concepts are most commonly found in the discipline of social sciences (n=534). The second place is taken by arts and humanities (n=156), and the third place is taken by computer science (n=94).

The country with the highest number of citations for related concepts is seen as the United States of America (n=2796). The USA is followed by the United Kingdom (n=1445) and Spain (n=1226). Turkey ranks 26th in the number of citations for citizen journalism and social media concepts with 81 citations worldwide the is in the queue. Considering the political atmosphere in Turkey and the frequency of social media use, it is understood that an adequate level has not been reached in terms of the number of publications and citations for related concepts in Turkey. In this direction, studies that will address

the concepts of citizen journalism and social media use in Turkey together should be supported. The most commonly used keywords in scientific publications related to the concepts of citizen journalism and social media in the examined studies are “social media” (n=174), “citizen journalism” (n=161) and “journalism” (n=112).

In future studies, the increase in the number of publications covering the concepts of citizen journalism and social media use in the last 10 years can be evaluated in the light of different political and social developments. The findings can be discussed in the light of the publication numbers and information in different global databases. Although related concepts are most commonly found in social sciences, it has been seen that the concepts of citizen journalism and social media use are the subject of interdisciplinary studies. It has been understood that publications are concentrated in Western countries, which are considered more balanced in terms of the establishment of democratic systems, and especially in European-based journals. In Turkey, which is one of the leading countries in terms of social media use worldwide (wearesocial.com, 2024) if the intensity of political developments is also taken into account, the insufficiency of the number of publications related to citizen journalism and social media use stands out.