

## GAZETECİLİKTE DUYGULAR: BİBLİYOMETRİK BİR ÇALIşMA

Dr. Zuhal DEMİR<sup>1</sup>

### ÖZET

Gazeteciliğın normatif ilkelerine ters düştüğü gerekçesiyle gazetecilik tartışmalarına dahil edilmeyen duygular, son yıllarda dijital medyanın gelişimiyle birlikte yeniden gündeme gelmiş ve tartışılmaya başlanmıştır. Bu çalışmanın amacı, uluslararası literatürde gazetecilikte duygular konusunu ele alan çalışmaları değerlendirmek, konuyla ilgili çalışmaların özelliklerini ortaya koyarak, değinilmeyen noktaları tespit etmek ve gelecekte yapılacak akademik çalışmalara katkı sağlamaktır. Bu çerçevede araştırma kapsamında Web of Science (WoS) veri tabanında 2019-2023 yılları arasında gazetecilikte duygular konusunu ele alan uluslararası hakemli dergilerde yayımlanmış 102 makaleye ulaşılmıştır. Makaleler, yayımlandığı yıl, yayımlandığı dergi ve yayıncısı, yazarlar, yazar sayısı, yayınların ve atıfların ülkelere göre dağılımı, anahtar kelimeler, kullanılan yöntem ve atıf sayısı temel alınarak, bibliyometrik analiz yöntemi ile incelenmiştir. Matematik ve istatistik biliminin ortaya koyduğu yöntemlerden yararlanarak bilimsel faaliyetlerin incelenmesine olanak tanıyan bibliyometrik analiz, sosyal bilimlerde yaygın olarak kullanılmaktadır. Bibliyometrik analiz yöntemi, bilimsel araştırmalarda ortaya çıkan eğilimleri, bu araştırmaların performanslarını, ortak yazarlık modelini ve alanın entelektüel yapısını tespit etmeye yönelik bir yöntemdir. Elde edilen bulgular ışığında, konuyla ilgili çalışmaların sayısında zaman içerisinde bir artış olduğunu söylemek mümkündür. Gazetecilikte duygu konusu farklı açılardan ele alınmakta ve büyük çoğunluğu tek yazar tarafından kaleme alınmaktadır. Bu durum konuyla ilgili henüz bir uzmanlaşmanın söz konusu olmadığını göstermektedir. En çok yayın yapan ülke ABD'dir. Bu çalışmanın, konuyla ilgili araştırma yapacak bilim insanlarına mevcut çalışmalardaki temel eğilimler, temel okuma kaynakları, konu üzerinde çalışan bilim insanları ve konuya yer ayıran yayın kuruluşları hakkında bilgi vereceği düşünülmektedir. Çalışmanın elde ettiği bulgular ışığında, konunun çok daha fazla araştırmaya ihtiyaç duyduğu görülmekte ve konuyla ilgili çalışmaların daha çok gelişmiş ülkelerde yapılmış olması da göz önünde bulundurularak, diğerk ülkelerde de benzer çalışmaların yapılması gerekliliği açığa çıkmaktadır. Bu nedenle gelecekteki araştırmalar için hem Türkiye özelinde gazetecilikte duygu çalışmalarına yer verilmesi, hem de kültürlerarası bağlamda gazetecilikte duygunun ele alınması önerilmektedir.

**Anahtar Kelimeler:** Gazetecilik, Duygu, Web of Science, Bibliyometrik Analiz.

<sup>1</sup> Trakya Ün., ORCID ID: 0000-0002-6275-3820, zuhaldemir@trakya.edu.tr

Araştırma Makalesi/Research Article, Geliř Tarihi/Received: 06/09/2023–Kabul Tarihi/Accepted: 11/10/2023

## EMOTIONS IN JOURNALISM: A BIBLIOMETRIC STUDY

Dr. Zuhal DEMİR

### ABSTRACT

Emotions, which were not included in journalistic discussions on the grounds that they contradict the normative principles of journalism, have come to the fore again and started to be discussed with the development of digital media in recent years. The aim of this study is to evaluate the studies on the subject of emotions in journalism in the international literature, to reveal the characteristics of the studies on the subject, to identify the points that have not been mentioned, and to contribute to future academic studies. In this context, within the scope of the research, 102 articles published in international peer-reviewed journals addressing the issue of emotions in journalism between 2019 and 2023 were accessed in the Web of Science (WoS) database. The articles were examined with the bibliometric analysis method, based on the year of publication, the journal and the publisher, the authors, the number of authors, the distribution of the publications and citations according to the country, the keywords, the method used and the number of citations. The bibliometric analysis, which allows examining scientific activities by using the methods of Mathematics and Statistics, is widely used in social sciences. The bibliometric analysis method is a method to determine the trends in scientific research, the performance of these studies, the co-authorship model and the intellectual structure of the field. Taking these findings into consideration, it is possible to state that there has been an increase in the number of studies on the subject over time. In journalism, the issue of emotion is handled from different angles and a great number of articles is written by a single author. This fact indicates that scholars have not specialized in the subject yet. The country with the highest number of broadcasts is the USA. It is thought that this study will provide information for the scientists who will conduct research on the subject about the basic trends in current studies, the basic reading sources, the scientists studying on the subject and the publishing organizations that devote space to the subject. In the light of the findings of the study, it seems that the subject requires further research, and considering that the studies on the subject have been carried out mostly in developed countries, it becomes clear that similar studies should be conducted in other countries. For this reason, not only is it recommended for future research to include emotion studies in journalism particularly in Turkey but also to address emotion in journalism in an intercultural context.

**Keywords:** Journalism, Emotion, Web of Science, Bibliometric Analysis.

### GİRİŞ

Gazetecilikte duygular gerek bilim insanları gerekse gazetecilik profesyonelleri tarafından uzun yıllar boyunca reddedildi. Bunun nedeni gazeteciliğin liberal demokrasi modeli ve onunla ilişkili olarak nesnellığe olan bağlılığıydı. Ancak son yıllarda özellikle dijital ve sosyal medyanın doğuşu ve yükselişinin, duyguların ifadesine tanıdığı olanaklar “gazetecilik ve duygu” tartışmasını yeniden gündeme getirdi.

Geçmişte duygu, sansasyonellik ve eğlence ile birlikte anılmakta ve gazeteciliğin kalitesini düşüren bir unsur olarak değerlendirilmekteyken, günümüzde pek çok akademisyen “gazetecilikte duygusal dönüş”ten bahsetmeye başladı (Karin Wahl-Jorgensen, 2020, s. 175-176).

Beckett ve Deuze (2016, s. 3), haberde duyguların geçmişte de yer aldığını kabul ederek geçmiş ve bugün arasındaki farkı “duygusal tarzların giderek artan çeşitliliği, gazetecilik katılımının artan kabul edilebilirliği ve izleyiciyi dahil etme girişimlerinin daha açık hale gelişi” olarak ifade ettiler. Ayrıca gazetecileri, duyguları bir araç olarak kullanmaya iten faktörler bulunduğu altını çizen akademisyenler, bu faktörleri ekonomik faktörler, teknolojik faktörler ve insan davranışının daha iyi anlaşılmasıyla ilgili faktörler olmak üzere üç başlık altında ele aldılar. Beckett ve Deuze ile benzer görüşe sahip olan Peters (2011), geçmişten itibaren kötü adamlar ve kahramanlar üzerine kurulu gazetecilik anlatılarının duygusallıkla iç içe olduğunu, ayrıca nesnel ve yalnızca katı gerçeklikleri aktaran hikâyelerin bile duygulardan arınmış olmadığını vurguladı.

Stupart (2021), duygunun gazetecilik için bir başarısızlık olmadığı aksine gazetecilik pratiklerinin ayrılmaz bir parçası olduğu sonucuna ulaştı. Araştırmacı gazetecilikte öfkenin rolünü ortaya koymayı amaçlayan bir çalışma (Stupart, 2022), öfkenin, araştırmacı gazetecilerin çalışmalarında değerli bir bileşen oluşturduğu sonucunu elde etti. Steinke ve Belair-Gagnon (2021), sosyal adalet konularını ele alan gazetecilerin, haber içeriklerinde duyguyu kullandıklarını ve bu şekilde izleyicileri yönlendirme, motive etme ve ilham vermeye çalıştıklarını saptadı. Parks (2021), akademisyenlerin sevinci bir haber değeri olarak kabul etmelerini ve habere yaklaşımlarında bunu göz önünde bulundurmaları gerektiğini ileri sürdü.

Goffman’ın ön bölge ve arka bölge arasındaki ayrımına dayanarak, gazetecilik ve duygular hakkındaki literatürü sistematize etmeyi amaçlayan bir çalışmada (Kotisova, 2019), gazetecilerin duygusal emeğinin olumsuz etkileri olduğunu, bu yüzden gazetecilere psikolojik destek sağlanması gerektiğini ileri sürerek, gazetecilerin güvenliğini sağlamak için yöneticiler ve editörlerin savunuculuğuna ve eğitim-öğretime ihtiyaç olduğu sonucuna ulaştı. Başka bir çalışmada (Thomson, 2021), gazetecilerin duygularını yönetmek için resmi yollardan çok gayri-resmi yollara başvurdukları ve bu noktada “güven” faktörünün belirleyici olduğu sonucu elde edildi. Duygusal emeğin gazeteciliğin söylemsel istikrarsızlığına etkisini inceleyen bir araştırma (Luenenborg ve Medeiros, 2021) ise duygusal emeğin, gazetecilik kurumu ile ilgili söylemsel mücadelelere ve aynı zamanda gazetecilik profesyonellerinin uygulamalarına ve ilişkilerine etki ettiği sonucuna ulaştı. Tacizin duygusal boyutunu ele alan Kantola ve Harju (2023), gazetecilerin çevrimiçi tacizle başa çıkma yollarını inceledi. Orgeret (2020), gazetecilikte duygusal içeriğin özgürleştirici ve güçlendirici potansiyeli bulunmasının yanı sıra bu tür içeriklerin insanlar arasında çatışma ve nefreti de körükleyebileceğini gösterdi.

Görüldüğü gibi, uluslararası literatürde gazetecilikte duygular konusu özellikle haber değerleri, nefret söylemi, çevrimiçi taciz ve duygusal emek çerçevesinde sıkça tartışılmaya başlanmıştır. Ayrıca konuya çeşitli gazetecilik türleri bağlamında da eğilen çalışmalar mevcuttur. Bu çalışmalar daha çok yapıcı gazetecilik ve sürükleyici gazeteciliğe odaklanmaktadır.

Ancak Türkçe literatürde konuya değinen çalışmaların oldukça sınırlı olduğu görülmektedir. Bu nedenle hem Türkçe literatüre katkı sağlama, hem de gelecekte yapılacak duygu çalışmaları için yol gösterici bir kaynak ortaya koyma amacı taşıyan bu çalışma, aynı zamanda gazetecilikte duygu konusu üzerine yayımlanmış çalışmalara genel bir bakış oluşturmayı hedeflemektedir. Çalışmanın birinci bölümünde yapıcı gazetecilik ve sürükleyici gazetecilik bağlamında duygu çalışmalarına yer verilmiştir. Çalışmanın ikinci bölümünde ise gazetecilikte duyguların ele alınma biçimi bir literatür incelemesi olan bibliyometrik analiz yöntemi ile ortaya konulmuştur.

### **Yapıcı Gazetecilikte “Duygu”**

Yapıcı gazetecilik, gazetecileri trajedi, aksilikler ve çatışmalar kadar ilerleme, büyüme ve işbirliğine ilişkin hikâyeleri de aktarmaya teşvik ederek daha dengeli bir haber yaklaşımı gerektirmektedir (McIntyre, 2020, s. 40). Çünkü olumsuz haberler insanların ve toplumun üzerinde pek çok olumsuz etkiye neden olmaktadır. Özellikle televizyondaki olumsuz haberlerin insanların ruh sağlığını etkileyerek depresyon, kaygı ve endişeye yol açabileceğini veya olumsuz duygulara sahip bireylerin bu duygularını daha da alevlendireceğini gösteren araştırmalar durumun ciddiyetini gözler önüne sermektedir. Ayrıca olumsuz haberlerin insanların diğerlerine olan güvenlerini azalttığı ve bireyleri bencillığe yönelttiği de konuyla ilgili çalışmaların ulaştığı sonuçlardandır (McIntyre, 2020; Pfefferbaum vd., 2014).

Haberlere dair toplumda var olan olumsuzluk algısı bu etkilerin yanı sıra insanları haberlerden uzaklaşmaya ya da kaçınmaya da sevk edebilmektedir (Toff ve Kalogeropoulos, 2020; Newman vd., 2020). Bu nedenle “gazetecilerin daha üretken ve ilgi çekici hikâyeler yaratarak toplumsal refahı artırmaya yapıcı bir şekilde katılabilecekleri ve katılmaları gerektiği felsefesine dayanan” (Rotmeijer, 2019, s. 600-601) yapıcı gazetecilik, pozitif psikolojinin unsurlarından yararlanması ve pozitif psikoloji tekniklerini haber üretim sürecine yerleştirilmesiyle “umut vadeden” bir gazetecilik türü olarak yaygınlık kazanmaya başlamıştır (McIntyre, 2020).

Yapıcı gazetecilik, çeşitli yapıcı habercilik teknikleri için bir “şemsiye terim” olarak düşünülebilir. Kriz haberciliği, araştırmacı gazetecilik, siyasal habercilik gibi pek çok habercilik türünde yapıcı gazeteciliğin önerisi, onarıcı anlatıların kullanılmasıdır. Örneğin kriz zamanlarında zor durumdaki insanların umutsuzluğu yerine umudu, ilerlemeyi, iyileşmeyi vurgulayan onarıcı anlatıların insanlara ulaştırılmasını önermektedir (Schafer vd., 2022, s. 4).

Duyguları yapıcı gazetecilik bağlamında ele alan çalışmalar olumlu ya da olumsuz içeriğe sahip haberlerin insanlar üzerindeki etkilerini ölçen araştırma sonuçlarını ortaya koymaktadır. Buna göre olumsuz duygusal içeriğe sahip haberler, insanların olumlu eylemde bulunmalarına yönelik isteklerini azaltmaktayken (Orgeret, 2020), olumlu duygular uyandıran çözüm odaklı haberler, izleyiciler üzerinde daha olumlu etki bırakmakta ve onlar da olumlu eylemde bulunmaya yönelik daha yüksek niyet oluşturmaktadır (Baden vd., 2019). Bu durum özellikle bireysel çözüm sunan haberlerde daha belirgindir (Rush vd., 2022). İnsanların ruh halini olumlu yönde etkileyen olumlu haberler bilgiye güven söz konusu olduğunda ters etkiye sahiptir (van Antwerpen vd., 2022).

Yapıcı haberler diğer haberlere nazaran çocukların olumsuz duygularını azaltmakta (van Venrooij vd., 2022; Swijntik ve Hermans, 2023) ve Y kuşağı tarafından sosyal medyada yer alan haberler içerisinde daha çok beğeni almaktadır (Hermans ve Prins, 2022). Overgaard (2021), kriz zamanlarında medyada yer alan haberlerin hem metin hem de ona eşlik eden görseller bakımından yapıcı nitelikte olmasının, insanlar üzerinde faydalı sonuçlar doğurabileceğini vurgular. Yapıcı gazetecilikle yapıcı olmayan gazeteciliği karşılaştırarak bunların çocukların bilişsel süreçlerini nasıl etkilediğini araştıran bir çalışma (Kleemans vd., 2019), yapıcı gazeteciliğin etkilerinin karışık olduğunu göstermektedir. Elde edilen sonuç, “yapıcı haberciliğe maruz kalan çocukların (1) haberin olumsuz unsurlarının hafızalarında daha az belirgin olduğu ve (2) bunun yerine haber programının yapıcı unsurların yer aldığı kısımlarını daha çok hatırladıklarıdır.

### **Sürükleyici Gazetecilikte “Duygu”**

Sürükleyici gazeteciliğin sunulma amacı, haberlere ilgisini yitirdiği düşünülen izleyiciyi tekrar haberlere bağlamaktır. Bunun için sanal gerçeklik (VR) teknolojisinden yararlanan sürükleyici gazetecilik, izleyicilere yaşatacağı deneyimle, “sanki oradaymış gibi” hissini verecek ve böylece ortaya çıkan duygusal bağ sayesinde gazeteci ile izleyici arasındaki boşluğu dolduracaktır (Lecheler, 2020; Greber vd., 2023). Sürükleyici gazetecilikle ilgili ilk çalışmalar de la Pena ve arkadaşlarına (2010) aittir. de la Pena ve arkadaşları sürükleyici gazeteciliğin gelecekte önemli bir rol üstleneceğine inanmaktadırlar.

Sürükleyici gazeteciliğin ortaya konulma amacıyla bağlantılı olarak, yapılan akademik çalışmaların da daha çok gazeteci ve izleyici arasındaki ilişkiye odaklandığı görülmektedir. Haber podcastlerinin nasıl oluşturulduğu ve gazetecilerin bu podcastleri ilgi çekici kılmak için hangi stratejileri kullandığını eleştirel bir şekilde analiz etmek amacıyla gerçekleştirilen bir çalışma; podcast gazeteciliğinde gazeteci ve dinleyici arasında yakın ilişkiler kurmak amacıyla duyguların kullanıldığı sonucuna ulaşmıştır. Ayrıca bu gazetecilik türünde birinci şahıs haberciliği etrafında şekillenen anlatı öğelerinin kullanıldığını ve podcast gazeteciliğinin ele alınan örneklem özelinde kişiselleştirilmiş gazetecilik özelliklerini taşıdığını göstermiştir (Lindgren, 2023). Bir başka çalışma (Karlin vd., 2018), sürükleyici bir hikayenin izleyici üzerinde güçlü etkiye sahip olmasının, hikayenin etkileşimli bir deneyim olanağına sahip olması, uygun bir konunun seçilmesi ve bu konunun etkili bir anlatım ile güçlendirilmesine bağlı olduğu sonucuna ulaşmıştır.

Sürükleyici gazeteciliğin duygu deneyimi üzerindeki etkisini, hangi özelliklerinin duygu deneyimiyle ilgili olduğunu ve bunların kişilik özellikleri ile ilişkisini tespit eden Greber vd. (2023), sürükleyici gazetecilikte, kapsayıcılık ve etkileşim olanağı düzeyinin deneyimin yoğunluğunu arttırdığı aynı zamanda sürükleyici anlatımın, duyguların değerlik boyutunu etkilediği sonucuna ulaşmışlardır.

Sürükleyici hikayeler üreten gazetecilerin, geleneksel gazetecilik normları ile duyguları nasıl dengelediklerini ortaya koyan bir çalışma (Goutier vd., 2021) gazetecilerin, duygular ve gerçeklerin gazetecilik üretimiyle uyumlu olabileceğine inandıklarını göstermekle birlikte sürükleyici gazeteciliğin mesleki sınırlarını zorlamayacağını düşündüklerini göstermiştir. Sürükleyici gazetecilik de yapıcı gazetecilik gibi “şemsiye terim” olma özelliği göstermekte ve

haber değeri taşıyan pek çok olayın aktarımında günümüzde kullanılan popüler gazetecilik uygulamalarından biri olarak ortaya çıkmaktadır.

## GAZETECİLİKTE DUYGULAR ÜZERİNE YAPILAN AKADEMİK ÇALIŞMALARIN BİBLİYOMETRİK ANALİZİ

Bu çalışmada, 2019-2023 yılları arasında yayımlanan ve gazetecilikte duyguları ele alan SSCI, SCI-Expanded ve A&HCI indeksleri kapsamındaki dergilerdeki araştırmaların bibliyometrik analizi yapılmaktadır.

### Araştırmanın Amacı, Örnekleme ve Sınırlılıkları

Çalışmanın amacı, Web of Science veri tabanında yer alan “gazetecilikte duygular” konulu çalışmaların bibliyometrik analizini yaparak alanyazına katkı sağlamak ve bu konu üzerine çalışacak araştırmacıların çalışmalarına katkı sağlamaktır. WoS veri tabanı, multidisipliner veri tabanları arasında en popüler olanıdır. Araştırmacılara aynı anda Genişletilmiş Bilim Atf Dizini (Science Citation Index Expanded-SCI-Exp), Sosyal Bilimler Atf Dizini (Social Sciences Citation Index-SSCI), Sanat ve Beşeri Bilimler Atf Dizini (Arts & Humanities Citation Index-AHCI), Konferans Bildirileri Atf Dizini (Conference Proceedings Citation Index-CPCI), Kitap Atf Dizini (Book Citation Index-BCI) ve Gelişen Kaynaklar Atf Dizini (Emerging Sources Citation Index-ESCI) şeklindeki altı farklı veri tabanında arama yapma imkânı sunmaktadır. Bu bağlamda gazetecilikte duygu temasını merkeze alan çalışmalar, çalışmayı gerçekleştiren yazar/yazarlar, yazar sayısı, araştırmanın yöntemi, anahtar kelimeler, yayın ve yayıncı bilgileri, yayın yılı, araştırmanın yer aldığı kategori ve atf sayıları gibi parametreler üzerinden incelenmektedir. Çalışmada, gazetecilikte duygular ile ilgili kavramsal ve teorik makalelere yer verilmiş, kitap incelemeleri, editöryal yazılar ve yorumlar hariç tutulmuştur.

Araştırmanın evreni, Web of Science veri tabanında konuyla ilgili bulunan tüm makalelerden oluşmaktadır. Örnekleme ise 2019-2023 yılları arasında yayımlanan araştırmalarla sınırlandırılmıştır. Böyle bir sınırlandırmanın yapılmasının nedeni, son yıllarda “gazetecilikte duygusal dönüş” tanımlamasıyla birlikte gazetecilikte duyguların ele alınışında hangi parametrelerin göz önünde bulundurulduğunu tespit edebilmektir.

### YÖNTEM

Bu çalışmada bibliyometrik analiz yönteminden faydalanılmıştır. Bibliyometrik analiz, yayımlanmış çalışmaların istatistiksel ve niceliksel olarak analiz edilmesiyle gerçekleştirilen bir literatür tarama metodolojisidir (Selvaduray vd., 2022, s. 334). Bibliyometrik analiz, anahtar kelimelerin, konuların, yöntemlerin, yazarların, yazar ilişkilerinin ve ortak yazarlıkların derinlemesine incelenmesine (Ford vd., 2023, s. 120) ve birbirinden farklı bileşenleri ayrıştırarak, söz konusu disiplinde ya da konuda zaman içinde gerçekleşen değişiklikleri izlemeye yarayan bir metin analizi yaklaşımıdır. Çalışmada bibliyometrik analiz yönteminin tercih edilmesinin nedeni yöntemin diğer literatür tarama tekniklerinden daha tutarlı ve daha güvenilir olmasıdır (Aria ve Cuccurullo, 2017).

Bu çalışma yalnızca gazetecilikte duygu çalışmalarına odaklanmaktadır. Duygular ve gazetecilik ilişkisi, ilk çalışmalarda gazeteciliğin kalitesini belirleyen bir kriter olarak değerlendirilmekteyken, son yıllarda “gazetecilikte duygusal dönüş” kavramıyla birlikte farklı bir biçimde değerlendirilmeye başlanmıştır. Bu bağlamda yaklaşık son beş yıllık zaman diliminde duygular ve gazetecilik ilişkisine değinen çalışmaların hangi çerçevelerde ele alındığını, konunun ele alınma sıklığını, konu üzerine araştırma yapan araştırmacıların kimler olduğunu ve araştırmalarda hangi yöntemlerin kullanıldığını bilmek, gazetecilik ve duygu üzerine yapılacak yeni çalışmalara yol göstermesi ve konu ile ilgili literatür Türkiye’de oldukça sınırlı olduğundan Türkçe literatüre katkı sağlaması açısından önemlidir.

Bu bağlamda çalışma kapsamında Web of Science veri tabanında “gazetecilikte duygular” konusuna ilişkin kelime grupları belirlenerek bir tarama yapılmıştır. Araştırmanın ilk aşamasında WoS veri tabanında “emotions in journalism” ve “journalism and emotions” gibi anahtar kelime ler ve kelime grupları taratılmıştır. Veri toplama süreci 14 Ağustos 2023 tarihinde gerçekleştirilmiştir. Tarama sürecinde mektup, düzeltme, kitap eleştirisi, not, kitap bölümü, haber, şiir gibi türler hariç tutulmuş ve bu şekilde ulaşılan 102 makale araştırma analizine dahil edilmiştir.

## BULGULAR

Araştırma kapsamında incelenen 102 makaleye yönelik bibliyometrik analiz bulguları aşağıda yer almaktadır. Çalışma kapsamında ele alınan dönemde yapılan araştırma sayısı 102’dir. 2019 yılında konuyla ilgili 15, 2020 yılında 13, 2021 yılında 27, 2022 yılında 27 ve 2023 yılında (14 Ağustos’a kadar olan süreçte) 20 makale yayımlanmıştır. 2021 ve 2022 yıllarında konuyla ilgili araştırma sayısında bir artış görülmekte, 2023 yılında yayımlanan makale sayısının yılsonuna kadar artması beklenmektedir.

**Tablo 1: Yayınların Yıllara göre Dağılımı**

Yıl	n
2019	15
2020	13
2021	27
2022	27
2023 (Ocak-Ağustos)	20
Toplam	<b>102</b>

Analiz edilen yayınların yıllara göre dağılımı incelendiğinde, 2019 yılında 15 olan yayın sayısının 2020 yılında 2 yayın azaldığı ancak 2021 ve 2022’de bu sayının iki katına ulaştığı görülmektedir. Bu bulgular, konuya olan ilgiye ilişkin artışın göstergesi olarak değerlendirilmektedir. 2023 yılında ise çalışmanın yapıldığı zaman göz önünde bulundurularak, henüz yılın sona ermesine dört buçuk aylık bir zaman dilimi olduğu için yayın sayılarında bir düşüş olduğunu söylemek doğru değildir.

**Tablo 2: Yayınların Dergilere göre Dağılımı**

Dergi adı	Yayınevi	n
Journalism	Sage	28
Journalism Studies	Routledge Journals, Taylor & Francis Ltd.	22
Journalism Practice	Routledge Journals, Taylor & Francis Ltd.	11
Digital Journalism	Routledge Journals, Taylor & Francis Ltd.	8
Social Media & Society	Sage	3
Media and Communication	Cogitatio Press	2
Sociology-The Journal of the British Sociological Association	Sage	2
Sociology Compass	Wiley	1
Communications-European Journal of Communication Research	De Gruyter Mouton	1
Mass Communication and Society	Routledge Journals, Taylor & Francis Ltd.	1
Communication Theory	Oxford Univ Press Inc.	1
Tijdschrift Voor Communicatiewetenschap	Amsterdam Univ Press	1
Humanities & Social Sciences Communications	Springernature	1
Media Culture & Society	Sage	1
Critical Arts-South-North-Cultural and Media Studies	Routledge Journals, Taylor & Francis Ltd.	1
International Political Science Review	Sage	1
Asian Journal of Communication	Routledge Journals, Taylor & Francis Ltd.	1
Presence-Virtual and Augmented Reality	MIT Press	1
Current Sociology	Sage	1
Chinese Journal of Communication	Routledge Journals, Taylor & Francis Ltd.	1
ZDM-Mathematics Education	Springer-Heidelberg	1
African Journalism Studies	Routledge Journals, Taylor & Francis Ltd.	1
International Journal of Communication	USC Annenberg Press	1
Iberica	Aelfe	1
Academy of Management Review	Acad Management	1
Profesional de la Informacion	Ediciones Profesionales Informacion SL-EPI	1
Political Communication	Taylor & Francis Inc.	1
International Journal of Disaster Risk Reduction	Elsevier	1
Iscience	Cell Press	1
International Journal of Press-Politics	Sage	1
Journal of Neuroscience	Soc Neuroscience	1
Journal of Information Science	Sage	1
Journal of Medical Internet Research	Jmir Press	1

Buna göre gazetecilikte duygular konusuyla ilgili en fazla yayın yapan dergilerin Journalism ve Journalism Studies olduğu görülmektedir. Bu iki dergiyi sırasıyla Journalism Practice ve Digital Journalism dergileri takip etmektedir. Journalism, Sage yayınlara, onu takip eden diğer üç dergi de Routledge Journals, Taylor & Francis Ltd.'ye aittir. Bu bulgular konuyla ilgili yayınların gazetecilik ve medya alanındaki prestijli dergiler tarafından yayımlandığını göstermektedir. Bu dergilerin yayını üstlenen yayın kuruluşlarının, geneli gazetecilik alanında yayıncılık yapan dergilere ek olarak; konuyu, siyasal iletişim, kitle iletişimi, sosyoloji, siyaset bilimi ve bilişimi merkeze alan dergilerin kapsamında da ele aldığı görülmektedir.



Çalışmanın bu aşamasında, WoS'ta gazetecilikte duygular konusunda en çok yayımlanan yazar on yazar, aldıkları atıf sayıları, çalışma alanları, ülkeleri ve çalıştıkları kurum bilgileri araştırılmıştır.

**Tablo 3: En Çok Yayın Yapan On Yazar**

Yazar	Yayın Sayısı	Toplam Atıf	Araştırma Alanı	Ülke	Üniversite/Kurum
Hermans, Liesbeth	5	25	İletişim, devlet ve hukuk, kütüphane bilimi	Hollanda	Radboud University Nijmegen
Wahl-Jorgensen, Karin	4	173	İletişim, sosyoloji, psikoloji, devlet ve hukuk, kadın çalışmaları	Birleşik Krallık	Cardiff University
De Bruin, Kiki	3	19	İletişim	Hollanda	HU University of Applied Sciences
Kruikemeier, Sanne	3	23	İletişim, devlet ve hukuk, psikoloji, kütüphane bilimi, bilgisayar bilimi	Hollanda	Wageningen University
Kotisova, Johana	3	41	İletişim, sosyoloji, devlet ve hukuk	Hollanda	University of Amsterdam
Parks, Perry	3	12	İletişim, çevre bilimleri ve ekoloji, devlet ve hukuk, sosyoloji	Amerika Birleşik Devletleri	Michigan State University
De Haan, Yael	3	19	İletişim, sosyoloji	Hollanda	HU University of Applied Sciences
Goutier, Nele	3	19	İletişim	Hollanda	HU University of Applied Sciences
Lecheler, Sophie	3	19	İletişim, devlet ve hukuk, psikoloji, sosyoloji, kütüphane bilimi	Hollanda	University of Amsterdam
Panti, Mervi	2	30	İletişim, sosyoloji, kültürel çalışmalar, film, radyo ve televizyon, uluslararası ilişkiler	Finlandiya	University of Helsinki

En çok yayımlanan yazarlara ait çalışmaların dağılımını gösteren tablo incelendiğinde, konuyla ilgili çalışmaların daha çok Liesbeth Hermans tarafından yapıldığı görülmektedir. Hermans, toplam 25 atıf alan 5 çalışma yapmıştır. Hollanda'da Radboud Üniversitesinde çalışmakta olan Hermans, iletişim, devlet ve hukuk, kütüphane bilimi alanlarında çalışmalar yapmaktadır. Onu ikinci sırada Karin Wahl-Jorgensen takip etmektedir. Wahl-Jorgensen'in ele alınan süreçte toplam 4 yayını vardır ve bu yayımları 173 atıf almıştır. Yazar, Birleşik Krallık'ta Cardiff Üniversitesinde çalışmakta ve iletişim, sosyoloji, psikoloji, devlet ve hukuk ve kadın çalışmaları alanlarında araştırmalar yapmaktadır. Wahl-Jorgensen konuyla ilgili en çok atıf alan yazardır. Genel olarak çalışma alanlarına bakıldığında, yazarların tümünün çalışma alanının iletişim olduğu görülmekte bununla birlikte sosyoloji ve psikoloji alanında da çalışmalar yapan yazarların sayıca fazlalığı dikkat çekmektedir. Ayrıca yazarların yayımlarına yapılan atıf sayıları, konuyla ilgili çalışma yapan diğer araştırmacılar tarafından değerli görüldüklerinin ve literatüre katkı sağladıklarının bir göstergesidir.

**Tablo 4. Yayınların Yıllara göre Atf Sayıları**

Yıl	Atf Sayısı
2019	333
2020	282
2021	226
2022	133
2023	65
<b>Toplam</b>	<b>1039</b>

Yıllara göre atf sayılarına bakıldığında, en çok atf alan yayınların ele alınan süreçteki en eski tarihli yayınlar olduğu görülmektedir.

**Tablo 5. WoS'a göre En Çok Atf Alan On Yayın**

Sıra	Makale Adı	Atf Sayısı
1	Etter, M., Ravasi, D., & Colleoni, E. (2019). Social media and the formation of organizational reputation. <i>Academy of management review</i> , 44(1), 28-52.	137
2	Wahl-Jorgensen, K. (2020). An emotional turn in journalism studies?. <i>Digital journalism</i> , 8(2), 175-194.	130
3	Postema, S., & Deuze, M. (2020). Artistic journalism: Confluence in forms, values and practices. <i>Journalism Studies</i> , 21(10), 1305-1322.	61
4	Miller, K. C., & Lewis, S. C. (2022). Journalists, harassment, and emotional labor: The case of women in on-air roles at US local television stations. <i>Journalism</i> , 23(1), 79-97.	42
5	Siapera, E., & Papadopoulou, L. (2021). Hate as a 'hook': The political and affective economy of 'hate journalism'. <i>Journalism</i> , 22(5), 1256-1272.	38
6	Baden, D., McIntyre, K., & Homberg, F. (2019). The impact of constructive news on affective and behavioural responses. <i>Journalism Studies</i> , 20(13), 1940-1959.	36
7	Kilgo, D. K., Lough, K., & Riedl, M. J. (2020). Emotional appeals and news values as factors of shareworthiness in Ice Bucket Challenge coverage. <i>Digital Journalism</i> , 8 (2), 267-286.	31
8	Kotisova, J. (2019). The elephant in the newsroom: Current research on journalism and emotion. <i>Sociology Compass</i> , 13(5), e12677.	29
8	Aljarah, I., Habib, M., Hijazi, N., Faris, H., Qaddoura, R., Hammo, B., ... & Alfawareh, M. (2021). Intelligent detection of hate speech in Arabic social network: A machine learning approach. <i>Journal of Information Science</i> , 47(4), 483-501.	29
9	Wahl-Jorgensen, K. (2019). Questioning the ideal of the public sphere: The emotional turn. <i>Social Media+ Society</i> , 5(3), 2056305119852175.	22
10	Wahl-Jorgensen, K. (2019). Challenging presentism in journalism studies: An emotional life history approach to understanding the lived experience of journalists. <i>Journalism</i> , 20(5), 670-678.	21

En çok atf alan çalışmalarda ilk sırada yer alan yayın Etter, Ravasi ve Colleoni'ye ait "Social media and the formation of organizational reputation" adlı çalışmadır. Çalışma, yönetim bilimleri alanında yapılan ve kurumsal itibarı konu edinen bir araştırmadır. Atf sayısı 137'dir. İkinci sırada "An emotional turn in journalism studies?" başlıklı çalışmasıyla Wahl-Jorgensen yer almaktadır. Gazetecilik alanında yapılan araştırmanın atf sayısı 130'dur. Üçüncü sırada ise Postema ve Deuze'ye ait "Artistic journalism: Confluence in forms, values and practices" adlı çalışma yer almaktadır. Araştırmanın atf sayısı 61'dir. İlk iki sırada yer alan makalelerin atf sayıları birbirine yakınken, üçüncü sırada yer alan makalenin atf sayısının ilk iki makalenin atf sayılarının yarısından az olduğu görülmektedir.

**Tablo 6. En Çok Atf Alan Yayınların Amaç ve Sonuçları**

Makale adı	Amaç	Sonuç
Social media and the formation of organizational reputation	Kurumsal itibar ile sosyal medyadaki kullanıcı değerlendirmeleri arasındaki ilişkinin tespit edilmesidir. Bu amaçla çalışma, geleneksel varsayımları sorgulayarak, kurumsal itibarın oluşumunda izleyicilerin aktif rolü ve kuruluşlara yönelik değerlendirmelerini ifade etme biçimlerine odaklanmaktadır.	Sosyal medyadaki heterojenlik ve dinamizmin, kurumsal itibarın oluşumunu etkilediği sonucuna ulaşılmıştır.
An emotional turn in journalism studies?	Çalışmanın amacı, gazetecilik çalışmalarında “duygusal dönüş” fikrini, dijital ve sosyal medyanın yükselişi ile bağlantılı bir şekilde ele alarak geliştirmektir.	Yazar, gazetecilik çalışmalarında gerek yapım aşamasında, gerekse metinler ya da gazetecilik ürünlerinin izleyici ile etkileşiminde duygunun rolünün daha incelikli biçimde araştırılması gerektiğine değinmektedir.
Artistic journalism: Confluence in forms, values and practices	Araştırmada, gazetecilik ve sanatın kesişimine ilişkin temel gerilim alanlarını ortaya koymak amaçlanmaktadır.	Makalede, haber ve haber çalışmalarına yönelik sanatsal ve gazetecilik yaklaşımlarının bir arada ele alınması gerektiği vurgulanmakta ve bunun için teorik bir model önerilmektedir.
Journalists, harassment, and emotional labor: The case of women in on-air roles at US local television stations	Televizyonda çalışan kadın gazetecilerin uğradıkları tacizin doğasını ortaya koymak amaçlanmaktadır.	Araştırma, kadın televizyon gazetecilerinin dört tür tacizle karşı karşıya olduğunu göstermekte ve bunları; yıkıcı kişisel taciz, fiziksel ve aşındırıcı kişisel taciz, istenmeyen cinsel yaklaşımlar olarak çevrimiçi taciz ve tehdit ve eleştiri olarak çevrimiçi taciz olarak adlandırmaktadır.
Hate as a ‘hook’: The political and affective economy of ‘hate journalism’	Gazeteciliğin duyguya yönelik eğilimini sosyo-politik ve ekonomik değişimler açısından tanımlamayı ve bağlamsallaştırmayı amaçlamaktadır.	Duyguyu, ortaya çıktığı ve ifade edildiği maddi koşullara bağlamaktadır. Yunanistan örneğinde nefrete odaklanan çalışma, nefret gazeteciliğinin, Yunan toplumunda var olan değerleri yeniden üretmeye katkı sağladığı sonucuna ulaşmaktadır. Buna göre Yunan toplumu etnik olarak saf, kültürel olarak Hıristiyan ve erkeksi olarak cinsiyetlendirilmiş bir toplumdur ve nefret gazeteciliği bu değerleri yeniden üretmektedir.
The impact of constructive news on affective and behavioural responses	Çalışma ile olumlu ve olumsuz haberlerin, okuyucuların duygulanımı, motivasyonu ve davranışsal niyetleri üzerindeki etkisini ortaya koymak amaçlanmaktadır.	Araştırmada, olumsuz haberlerin insanlar üzerinde olumsuz etkiler bıraktığı, insanların sorunları çözmek için olumlu eyleme geçme isteklerini azalttığı, olumlu haberlerin ise tersi yönde bir etkiye sahip olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca haber kullanıcılarının olumlu haberleri izlemeyi/okumayı daha fazla tercih ettikleri bulunmuştur.
Emotional appeals and news values as factors of shareworthiness in Ice Bucket Challenge coverage	Araştırmanın öncelikli amacı dijital medyada sağlık kampanyalarının haber değerleri ve duygusal çekiciliklerden nasıl yararlandıklarını ortaya koymaktır. İkincil amaç ise çalışma ile sosyal medya kullanıcılarını, Facebook ve Twitter’da içerik paylaşma konusunda hangi kapsama özelliklerinin etkilendiğini tespit etmektir.	Bulgular, gazetecilerin, kampanyanın kökenlerine bağlı olan, öne çıkan veya insani ilgi değerlerine sahip hikayelerden yararlanma olasılığının yüksek olduğunu göstermekle birlikte örnekleme oluşturan sağlık kampanyasını öngörülebilir yollarla aktardıklarını, sosyal medya izleyicilerinin ise medya kapsamını farklı sosyal medya alanlarında farklı şekilde paylaştıklarını göstermektedir.
The elephant in the newsroom: Current research on journalism and emotion	Çalışma, Goffman’ın ön bölge ve arka bölge ayrımına dayanarak gazetecilik ve duyguya ilişkin literatürü sistematize etmeyi amaçlamaktadır.	Duygu içerikli haberlerin, gazetecilerin olumsuz olaylara maruz kalmaları sonucu ortaya çıktığı, bu süreçlerin gazeteciler üzerinde travmatik sonuçlar doğurabileceği bunun nedeninin de şiddete tanık olan gazetecinin nesnelliği sağlamak adına kendisini baskılamasından kaynaklandığı vurgulanmakta, herhangi bir duygusal yarayı tedavi etmenin sadece gazetecinin kendisinin değil, aynı zamanda çalıştığı kurumun ve içinde bulunduğu organizasyonun sorumluluğu olduğu belirtilmekte bu

		konularda daha fazla araştırmaya ihtiyaç duyulduğunun altı çizilmektedir.
Intelligent detection of hate speech in Arabic social network: A machine learning approach	Twitter platformu üzerinden Arapça içeriğe dayalı siber nefret söylemini tespit etmeyi amaçlamaktadır.	Hesaplamalı teknolojilerin gelişimi ile siber nefret söyleminin toplumların bütünlüğünü tehlikeye sokan bir hal aldığı sonucuna ulaşılmış, Twitter üzerinden siber nefret söylemi sorununu çözmek için makine öğrenimine dayalı bir yaklaşım önerilmiştir.
Questioning the ideal of the public sphere: The emotional turn	Çalışmanın amacı, Habermas tarafından ortaya konulan “kamusal alan” kavramının kullanılabilirliğini ve sınırlamalarını tartışmaktır.	Sosyal medyada var olan duygusallıkların ana akım medya içeriğine de yansıdığı ve medya çalışmalarındaki duygusal dönüşümün, kamusal yaşamı destekleyen normatif ideallerin iyileştirilmesine katkı sağladığı sonuçlarına ulaşılmıştır.
Challenging presentism in journalism studies: An emotional life history approach to understanding the lived experience of journalists	Çalışmanın amacı gazetecilerin duygusal yaşamları ile gazetecilik mesleği arasındaki ilişkiyi ortaya koymaktır.	Duygusal yaşam öykülerini bilmenin, meslekteki tarihsel dönüşümleri anlamayı kolaylaştıracağı ve alandaki tartışmalar üzerine farklı düşünmeyi sağlayacağı sonucuna ulaşılmıştır.

Gazetecilikte duygu konusunu ele alan “en çok atf almış” çalışmaların medya-izleyici etkileşimi, gazetecilikte duygusal dönüş, sanat haberciliğinde duygu, çevrimiçi taciz, yapıcı haberlerin insanlar üzerindeki etkileri, haber değerleri, nefret söylemi ve duygusal emek çerçevesinde çalışmalar ürettikleri görülmektedir.

**Tablo 7. Ortak Yazarlık Tablosu**

Yazar Sayısı	n
Tek yazarlı	45
İki yazarlı	27
Üç yazarlı	11
Dört yazarlı	10
Beş ve üzeri sayıda yazarlı	9
<b>Toplam</b>	<b>102</b>

Bibliyometrik analizde değerlendirilen parametrelerden biri de yazarlara ilişkin bilgilerdir. Yazar sayısı dağılımı açısından bakıldığında, 45 çalışmanın tek yazar, 27 çalışmanın 2 yazar, 11 çalışmanın 3 yazar, 10 çalışmanın 4 yazar ve 9 çalışmanın 5 ve üzeri sayıda yazar tarafından hazırlandığı saptanmıştır. Ortak yazarlık analizi, ortak yazar ilişkilerinin haritalandırılmasını sağlamaktadır. Bir alanda ortak yazarlığın artması, söz konusu alanın olgunlaştığını göstermektedir. Çünkü uzmanlaşmış çalışma alanlarında yazarlar arasında işbirliğine daha çok rastlanmaktadır (Morehouse ve Saffar, 2018, s. 67-68).

Bu bağlamda çalışmada, yazar sayılarına dair bir değerlendirme yapılmıştır. Buna göre araştırma evreninde yer alan 102 makalenin 32 ülkeden 197 farklı yazar tarafından yayımlandığı tespit edilmiştir. Ortak yazarlık analizine göre ise en az 3 ortak yayını olan yazar sayısı 6’dır. Bu yazarlardan 5’i en çok yayın yapan yazarlar arasında yer almakta ve Hollanda’daki üniversitelerde çalışmaktadırlar. Ayrıca 3’ü aynı üniversitede görev yapmakta, bir yazar ise Almanya’daki Free University of Berlin’de çalışmaktadır. Elde edilen bulgular, gazetecilik alanında güncel bir konu olan “duygu” konusunun henüz olgunlaşma sürecinde olduğunu göstermekte ve alanda tam bir uzmanlaşmadan bahsetmek için erken olduğu kanaatine varılmasına neden olmaktadır.

**Tablo 8. Yayınların ve Atıf Sayılarının Ülkelere göre Dağılımı**

Ülke	Yayın sayısı	Atıf sayısı
Amerika Birleşik Devletleri	45	883
Hollanda	21	163
İngiltere	18	281
Çin	10	15
Avustralya	7	65
Finlandiya	7	50
Almanya	7	33
İspanya	7	30
Galler	6	272
Avusturya	5	30
Danimarka	5	142
Norveç	5	35

En çok araştırmanın yapıldığı ülke Amerika Birleşik Devletleri'dir. Amerika Birleşik Devletleri 45 yayımla ve Hollanda 21 yayımla gazetecilikte duyguları inceleyen önemli ülkelerdir. Bunların dışında en çok makale yayımlayan ülkeler arasında İngiltere 18 yayımla, Çin 10 yayımla, Avustralya, Finlandiya, Almanya ve İspanya 7'şer yayımla, Galler 6 yayımla ve Avusturya, Danimarka ve Norveç 5'er yayımla yer almaktadır.

Yayın sayıları ve atıf sayıları arasındaki ilişki göz önüne alındığında Amerika Birleşik Devletlerinde yapılan araştırma sayısı ve aldıkları atıflar istisna olmakla birlikte diğer çalışmalarda bu bulguların birbiriyle paralellik göstermediğine tanık olunmuştur. Çin'in, konuyla ilgili en çok yayın üreten dördüncü ülke olmasına rağmen en az sayıda atıf alan yayımlara sahip olduğunun görülmesi gibi.

**Tablo 9: Makalelerde Kullanılan Yöntem ve Teknikler**

Araştırma Tekniği	n
Görüşme	25
Deney	17
Literatür taraması	9
Söylem analizi	9
İçerik analizi	6
Metin analizi	4
Anket	3
Metin analizi ve görsel-işitsel analiz	3
Sosyal ağ analizi	3
Vaka çalışması	2
Tematik analiz	2
Dilbilimsel analiz	2
Görüşme ve etnografik gözlem	1
Görsel analiz ve metin analizi	1
Görüşme ve içerik analizi	1
Görüşme ve metin analizi	1
Görüşme ve saha araştırması	1
Eleştirel söylem analizi	1
Veri analizi	1
Eleştirel yorumbilimsel analiz	1
Yarı deneysel anket	1
Görsel analiz	1
Tarihsel ve boylamsal analiz	1

Ses seviyesi analizi	1
Sosyopragmatik analiz	1
Örnek olay incelemesi	1
Duygu analizi ve çok değişkenli istatistiksel analiz	1
Meta analiz	1
Retrospektif gözlem	1

Analiz edilen çalışmalarda en fazla kullanılan tekniğin görüşme olduğu görülmüş, ikinci sırada ise çalışmaların deneysel olarak tasarlandığı saptanmıştır. Tek bir yöntemin uygulandığı çalışmaların yanı sıra çoklu yöntemlerin bir arada kullanıldığı çalışmalara da rastlanmaktadır. Araştırma kapsamındaki çalışmalar arasında literatür taramasına dayalı kavramsal çalışmalar sayıca sınırlıdır.

**Tablo 10: En Az Üç Yayımda Kullanılan Anahtar Kelimeler**

Anahtar Kelime	Kullanılma sıklığı
Duygu	51
Etki	14
Duygusal emek	13
Yapıcı gazetecilik	10
Televizyon haberleri	9
Sosyal medya	9
Nesnellik	7
Haber kullanıcıları	6
Katılım	6
Sürükleyici gazetecilik	5
Covid-19	5
Öznellik	4
Duygu yönetimi	4
Sanal gerçeklik	4
Travma	4
Empati	3
Gazetecilik uygulaması	3
Güven	3
Çözüm haberciliği/gazeteciliği	3
Haber değerleri	3
Güvencesizlik	3
Felaket	3
Heyecan	3

Anahtar kelimeler, araştırmacılara makalenin içeriği hakkında bilgi vermektedir. Çalışma kapsamında incelenen 102 makalede 655 farklı anahtar kelime kullanıldığı tespit edilmiştir. En çok kullanılan anahtar kelimeler “duygu”, “etki”, “duygusal emek”, “yapıcı gazetecilik”, “televizyon haberleri” ve “sosyal medya”dır. Çalışmada bir anahtar kelimenin tüm yayınlarda minimum bir arada bulunma sayısı “3” olarak belirlenmiş, böylece 23 anahtar kelime tüm yayınlarda en çok kullanılan kelimeler olarak saptanmıştır.

## SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

Bu çalışma, “gazetecilikte duygular” konusuyla ilgili Web of Science veri tabanında taranan makalelerin bibliyometrik analizini sunmaktadır. Bibliyometrik analiz, araştırmacılara araştırma konusuyla ilgili kesin bilgiler sunan bir yöntemdir. Bu nedenle bir araştırma konusu üzerine çalışmaya başlamadan önce araştırmacıların, konuyu daha iyi anlamaları, mevcut çalışmaların özelliklerini ve çalışma alanına hitap eden dergileri tespit etmeleri bakımından bu bilgileri göz önünde bulundurmaları önemlidir. Araştırma kapsamında 2019-2023 tarihleri arasında yayımlanan 102 çalışma ele alınmıştır. Çalışmanın amacı, gazetecilikte duygulara odaklanan bilimsel makalelerin temel eğilimlerini saptamak ve gelecekte yapılacak çalışmalara yol gösterici bilgiler sağlamaktır. Bu amaçla, makaleler öncelikle yayımlandıkları yıl ve yayımlandıkları dergiler bağlamında değerlendirilmiştir. Buna göre, ele alınan süreç içerisinde 2021 yılında konuyla ilgili yayın sayısında artış görülmektedir.

Bunun ekonomik sıkıntılar yaşayan medya kuruluşlarının görünürlüklerini arttırmak adına gazetecileri, sosyal medyada kişiselleştirilmiş içerik paylaşımları konusunda yönlendirmelerinin bir sonucu olarak, gazeteci tarafından üretilen kişiselleştirilmiş içeriklerdeki ve aynı zamanda gazeteci-izleyici etkileşimindeki artış (Holton vd., 2023, s. 859) ile ilgili olduğu, bu nedenle araştırmacıların gazetecilikte duygu konusuna daha fazla yönelmeye başladıkları düşünülmektedir. 2023 yılında yayımlanan çalışma sayısı 2021 ve 2022 yıllarına kıyasla azdır. Ancak bunun 2023 yılının geriye kalan dört buçuk aylık zaman diliminde yayımlanacak olan çalışmaları kapsamamasından kaynaklandığı düşünülmektedir.

Araştırma kapsamında ele alınan süreçte yayımlanan çalışmalar uluslararası düzeyde tanınırlığı yüksek olan yayınevlerinin dergilerinde yayımlanmıştır. Gazetecilikte duygular hakkındaki çok sayıdaki çalışmanın, Journalism (2.9), Journalism Studies (3.0), Journalism Practice (2.1) ve Digital Journalism (5.4) gibi etki faktörüne sahip dergilerde yer aldığı tespit edilmiştir. Bulgular ayrıca Journalism dergisinin diğer dergiler arasında en çok makaleye sahip olduğunu ancak en çok atıf alan yayınların bulunduğu dergiler sıralamasında 3. sırada yer aldığını göstermektedir. En çok atıf alan yayınların bulunduğu dergi sıralamasında, Digital Journalism ilk sırada yer almaktadır. Adı geçen 4 dergi, konuyla ilgili çalışma yapacak araştırmacıların başvurabilecekleri en etkili dergilerdir. Bu nedenle özellikle üniversitelerin, söz konusu dergilerin bulunduğu veri tabanlarına üyelikleri sağlanmalıdır. Dergilerin kategorileri göz önünde bulundurulduğunda, bunların gazetecilik alanında yayımlanan dergiler ağırlıklı olmak üzere; iletişim, sosyoloji, yönetim bilimleri, matematik eğitimi, sınır bilimi ve bilişim gibi kategorilerde yer alan dergiler olduğu görülmektedir. Bu durum konunun disiplinlerarasılığından kaynaklanmaktadır. Ancak konuyla ilgili en çok yayın yapan yazarlar değerlendirildiğinde, bu yazarların iletişim alanında çalışan akademisyenler olduğuna tanık olunmuştur. Yazarlar iletişimin yanı sıra sosyoloji ve psikoloji alanında da çalışmalar yapmaktadır.

Yıllara göre atıf sayılarına bakıldığında 2019’dan 2023’e doğru düzenli bir azalış söz konusudur. Bunun daha eski tarihli araştırmaların, özellikle duygu konusuna artan ilgiyle, kendisinden sonraki araştırmalara kaynaklık etmesinin bir sonucu olduğu düşünülmektedir.

Amerika Birleşik Devletleri pek çok alanda olduğu gibi iletişim araştırmaları alanında da dünya genelinde 1. sırada yer almaktadır (Moreno-Delgado vd., 2021). Bu çalışma kapsamında elde edilen bulgular da, gazetecilikte duygu çalışmaları literatürü söz konusu olduğunda da alanyazına en çok katkının ABD’de yaşayan araştırmacılar tarafından sağlandığını göstermektedir. Ancak önceki araştırmaların da gösterdiği gibi, en üretken ülkeler her zaman en fazla etkiye sahip değildirler. Trabadel-Robles (2020), daha fazla sayıda yayın üretmiş olmanın ‘daha iyi’ olarak değerlendirilemeyeceğini belirtmektedir. Bu çalışmada elde ettiğimiz bulgular Trabadel-Robles’in görüşünü destekler niteliktedir. Bu bağlamda aldıkları atıflara göre sıralama yapıldığında, üretkenlikle doğru orantılı bir şekilde ABD 1. sırada, ancak üretkenlikle orantısız olarak yalnızca 6 yayın üreten Galler’in 2. sırada yer aldığı ve onu da 3. sırada İngiltere, 4. sırada Hollanda ve 5. sırada Danimarka’nın izlediği tespit edilmiştir. Konuyla ilgili üretkenliği düşük olan ülkeler için en üretken ülkelerle işbirliği yapmaları önerilmektedir.

Hollanda’daki Radboud Üniversitesi Nijmegen, HU Uygulamalı Bilimler Üniversitesi, Wageningen Üniversitesi, Amsterdam Üniversitesi; Birleşik Krallık’taki Cardiff Üniversitesi; ABD’deki Michigan State Üniversitesi ve Finlandiya’daki Helsinki Üniversitesi gazetecilikte duygu çalışmalarına aktif olarak katılan kurumlardır. QS Dünya Üniversiteler Sıralaması 2022’ye göre, dünya sıralamasında Radboud Üniversitesi Nijmegen 220. sırada, Cardiff Üniversitesi 151. sırada, Wageningen Üniversitesi 123. sırada, Amsterdam Üniversitesi 55. sırada, Michigan State Üniversitesi 157. sırada ve Helsinki Üniversitesi 104. sırada yer almaktadır. Buna bağlı olarak, gazetecilikte duygular konusu üzerine son yıllarda yapılan çalışmaların etkili kurumlar tarafından ortaya konulduğunu söylemek mümkündür.

Konuyla ilgili en çok yayın yapan ilk iki yazar Liesbeth Hermans ve Karin Wahl-Jorgensen’dir. Liesbeth Hermans, yapıcı gazetecilik profesörüdür. Karin Wahl-Jorgensen ise medya ve kültür profesörüdür. Gazetecilikte duygular üzerine çalışma yapacak olan araştırmacıların iki akademisyenin çalışmalarından haberdar olmaları önemlidir.

Çalışma kapsamında, gazetecilikte duygu çalışmaları literatüründe en çok alıntı yapılan makaleler tespit edilmiştir. Buna göre, Etter ve diğerlerinin (2019), Academy of Management Review dergisinde yayımlanan çalışmaları (137 alıntıyla) listenin başında yer almaktayken, onları ikinci sırada Karin Wahl-Jorgensen’in (2020), Digital Journalism dergisinde yayımlanan makalesi (130 alıntıyla) takip etmektedir. En çok atıf alan çalışmalar, gazetecilikte duygular konusunda araştırmacılara yön verecek temel okumalar olarak görülmelidir.

İncelenen çalışmalar görüşme, deney, literatür taraması, söylem analizi, içerik analizi ve sosyal ağ analizi gibi farklı yöntemleri kullanmıştır. Yapılan çalışmaların daha çok duygusal emek, etki, yapıcı gazetecilik konularına odaklandığı görülmektedir. Ayrıca mevcut çalışmaların belirli gazetecilik türlerinde duyguların ifadesine ve haber değerlerine odaklanırken, görsel gazeteciliğe yönelik araştırmalara daha az değindiklerine rastlanmaktadır.



Bu çalışmanın, araştırmacıların gazetecilikte duyguları konu edinen çalışmalarda ki eğilimleri anlamalarına yardımcı olabileceği ve gazetecilik alanında bibliyometrik analizin kullanımıyla ilgili fikir verebileceği düşünülmektedir. Gelecekte yapılacak tüm araştırmalar, önceki araştırmalar üzerine şekillenmektedir. Bu nedenle, konuyla ilgili daha fazla çalışmanın yapılması elzemdir. Konuyla ilgili Türkçe literatürdeki sınırlı sayıdaki çalışmanın varlığı, Türkiye özelinde de gazetecilikte duygu çalışmalarının yapılmasının gerekliliğini ortaya koymaktadır.

Bu bibliyometrik çalışma, WoS veri tabanı, seçilen zaman aralığı ve araştırmanın örnekleme ile sınırlıdır. Ancak veri tabanının mevcut potansiyeline rağmen bazı makaleleri gözden kaçırmış olabileceği düşünülmekle birlikte çalışmanın yapıldığı dönemdeki araştırmaların temel eğilimlerini doğru yansıttığına olan inancımız tamdır. Gelecekteki araştırmalar, Türkiye örnekleminde gazetecilikte duygu çalışmalarına yönelebilir. Özellikle bir deprem ülkesi olan Türkiye’de, kriz haberciliği bağlamında gazetecilerin duygusal emeğinin araştırılması önemlidir. Mevcut çalışmaların çoğunluğu gelişmiş ülkelerde yapılmıştır. Bu nedenle konuyla ilgili kültürlerarası bağlamda ele alınacak çalışmaların yapılması, konuyla ilgili çalışma yapan araştırmacılara farklı bakış açısı sağlayacak ve gazetecilikte duygunun farklı kültürlerle benzerlik ya da farklılıklarını ortaya koyacaktır. Aynı zamanda sınırlı sayıda yayının değiştiği, görsel gazetecilikte duygular konusuna değinen çalışmalar yapılabilir.

#### KAYNAKÇA

- Aria, M., & Cuccurullo, C. (2017). Bibliometrix: An R-Tool for Comprehensive Science Mapping Analysis. *Journal of Informetrics*, 11 (4), 959–975. <https://doi.org/10.1016/j.joi.2017.08.007>
- Baden, D., McIntyre, K., & Homberg, F. (2019). The impact of constructive news on affective and behavioural responses. *Journalism Studies*, 20 (13), 1940-1959. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2018.1545599>
- Beckett, C., & Deuze, M. (2016). On the role of emotion in the future of journalism. *Social Media+ Society*, 2 (3), 1-6. <https://journals.sagepub.com/doi/full/10.1177/2056305116662395>
- de la Peña, N., Weil, P., Llobera, J., Spanlang, B., Friedman, D., Sanchez-Vives, M. V., & Slater, M. (2010). Immersive journalism: Immersive virtual reality for the first-person experience of news. *Presence*, 19(4), 291-301.
- Ford, J. B.; Mueller, B., & Mueller, S. (2023). Forty years of cross-cultural advertising research in the International Journal of Advertising: A bibliometric analysis. *International Journal of Advertising*, 42 (1), 119-127. <https://doi.org/10.1080/02650487.2022.2138149>
- Goutier, N., Haan, Y. D., Bruin, K. D., Lecheler, S., & Kruikemeier, S. (2021). From “cool observer” to “emotional participant”. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2021.1956364>
- Greber, H., Lecheler, S., Aaldering, L., De Haan, Y., Kruikemeier, S., Goutier, N., & De Bruin, K. (2023). Feeling the news? The differential effects of immersive journalism on emotional response. *Digital Journalism*, 11 (1), 39-60. <https://doi.org/10.1080/21670811.2022.2155205>
- Hermans, L., & Prins, T. (2022). Interest matters: The effects of constructive news reporting on Millennials’ emotions and engagement. *Journalism*, 23 (5), 1064-1081. <https://doi.org/10.1177/1464884920944741>

- Holton, A. E., Bélair-Gagnon, V., Bossio, D., & Molyneux, L. (2023). “Not their fault, but their problem”: Organizational responses to the online harassment of journalists. *Journalism Practice*, 17 (4), 859-874. <https://doi.org/10.1080/17512786.2021.1946417>
- Kantola, A., & Harju, A. A. (2023). Tackling the emotional toll together: How journalists address harassment with connective practices. *Journalism*, 24 (3), 494-512. <https://doi.org/10.1177/14648849211055293>
- Karlin, B., Kim, H. T. C., Kelly, R., Blakley, J., Brenner, C., & Riley, P. (2018). Does medium matter?. Technical Report. The Norman Lear Center, University of Southern California.
- Kleemans, M., Dohmen, R., Schlindwein, L. F., Tamboer, S. L., de Leeuw, R. N., & Buijzen, M. (2019). Children’s cognitive responses to constructive television news. *Journalism*, 20 (4), 568-582. <https://doi.org/10.1177/1464884918770540>
- Kotisova, J. (2019). The elephant in the newsroom: Current research on journalism and emotion. *Sociology Compass*, 13 (5), e12677. <https://doi.org/10.1111/soc4.12677>
- Lecheler, S. (2020). The emotional turn in journalism needs to be about audience perceptions: Commentary-virtual special issue on the emotional turn. *Digital Journalism*, 8 (2), 287-291. <https://doi.org/10.1080/21670811.2019.1708766>
- Lindgren, M. (2023). Intimacy and emotions in podcast journalism: A study of award-winning Australian and British podcasts. *Journalism Practice*, 17 (4), 704-719. <https://doi.org/10.1080/17512786.2021.1943497>
- Luenenborg, M., & Medeiros, D. (2021). Journalism as an affective institution. emotional labor and the discourse on fraud at der spiegel. *Journalism Studies*, 22 (12), 1720-1738. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2021.1873820>
- McIntyre, K. (2020). “Tell me something good”: Testing the longitudinal effects of constructive news using the Google Assistant. *Electronic News*, 14 (1), 37-54. <https://doi.org/10.1177/1931243120910446>
- Morehouse, J., & Saffer, A. J. (2018). A bibliometric analysis of dialogue and digital dialogic research: Mapping the knowledge construction and invisible colleges in public relations research. *Journal of Public Relations Research*, 30 (3), 65-82. <https://doi.org/10.1080/1062726X.2018.1498343>
- Moreno-Delgado, A., Gorraiz, J. & Repiso, R. (2021). Assessing the publication output on country level in the research field communication using Garfield’s Impact Factor. *Scientometrics*, 126, 5983–6000. <https://doi.org/10.1007/s11192-021-04006-w>
- Newman N., Fletcher R., Schulz A., Andi S., & Nielsen R. K. (2020). Reuters Institute digital news report 2020. [https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2020-06/DNR\\_2020\\_FINAL.pdf](https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2020-06/DNR_2020_FINAL.pdf)
- Orgeret, K. S. (2020). Discussing emotions in digital journalism. *Digital Journalism*, 8 (2), 292-297. <https://doi.org/10.1080/21670811.2020.1727347>
- Overgaard, C. S. B. (2021). Constructive journalism in the face of a crisis: The effects of social media news updates about COVID-19. *Journalism Studies*, 22 (14), 1875-1893. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2021.1971107>
- Parks, P. (2021). Joy is a news value. *Journalism Studies*, 22 (6), 820-838. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2020.1807395>
- Peters C (2011) Emotion aside or emotional side? Crafting an ‘experience of involvement’ in the news. *Journalism*, 12 (3), 297–316. <https://doi.org/10.1177/1464884910388224>

- Pfefferbaum B., Newman E., Nelson S. D., Nitiéma P., Pfefferbaum R. L., & Rahman A. (2014). Disaster media coverage and psychological outcomes: Descriptive findings in the extant research. *Current Psychiatry Reports*, 16 (9), 464. <https://doi.org/10.1007/s11920-014-0464-x>
- QS Dünya Üniversite Sıralaması 2022. <https://www.topuniversities.com/university-rankings/world-university-rankings/2022?&search=Helsinki>
- Rotmeijer, S. (2019). ‘Words that work?’ Practices of constructive journalism in a local Caribbean context. *Journalism*, 20 (4), 600-616.
- Rusch, R., Simon, E., Otto, K., & Flintz, D. (2022). The impact of constructive television journalism on the audience: Results from an online study. *Journalism Practice*, 16 (10), 2221-2241. <https://doi.org/10.1080/17512786.2021.1901599>
- Schäfer, S., Greber, H., Sülflow, M., & Lecheler, S. (2022). A matter of perspective: An experimental study on potentials of constructive journalism for communicating a crisis. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 1-23. <https://doi.org/10.1177/10776990221095751>
- Selvaduray, M., Bandara, Y. M., Zain, R. M., Ramli, A., & Mohd Zain, M. Z. (2022). Bibliometric analysis of maritime tourism research. *Australian Journal of Maritime & Ocean Affairs*, 15 (3), 330-356. <https://doi.org/10.1080/18366503.2022.2070339>
- Steinke, A. J., & Belair-Gagnon, V. (2021). “I know it when I see it”: Constructing emotion and emotional labor in social justice news. *What is News?* içinde (pp. 6-25). Routledge.
- Stupart, R. (2021). Tired, hungry, and on deadline: Affect and emotion in the practice of conflict journalism. *Journalism Studies*, 22 (12), 1574-1589. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2021.1873819>
- Stupart, R. (2022). Anger and the investigative journalist. *Journalism*, 1-18. <https://doi.org/10.1177/14648849221125980>
- Swijtink, N., & Hermans, L. (2023). ‘Under Construction’: Informing Young People in an Appropriate Way. *Tijdschrift voor Communicatiewetenschap*, 51 (2), 108-127. <https://doi.org/10.5117/TCW2023.2.002.SWIJ>
- Thomson, T. J. (2021). Mapping the emotional labor and work of visual journalism. *Journalism*, 22 (4), 956-973. <https://doi.org/10.1177/1464884918799227>
- Toff B., & Kalogeropoulos A. (2020). All the news that’s fit to ignore. *Public Opinion Quarterly*, 84 (S1), 366–390. <https://doi.org/10.1093/poq/nfaa016>
- Trabadela-Robles, J., Nuño-Moral, M.-V., Guerrero-Bote, V. P., & De-Moya-Anegón, F. (2020). Analysis of national scientific domains in the communication field (Scopus, 2003–2018). *El Profesional de La Información*. <https://doi.org/10.3145/epi.2020.jul.18>
- Van Antwerpen, N., Searston, R. A., Turnbull, D., Hermans, L., & Kovacevic, P. (2022). The effects of constructive journalism techniques on mood, comprehension, and trust. *Journalism*. <https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/14648849221105778>
- van Venrooij, I., Sachs, T., & Kleemans, M. (2022). The effects of constructive television news reporting on prosocial intentions and behavior in children: The role of negative emotions and self-efficacy. *Communications*, 47 (1), 5-31. <https://doi.org/10.1515/commun-2019-0151>
- Wahl-Jorgensen, K. (2020). An Emotional Turn in Journalism Studies?. *Digital Journalism*, 8 (2), 175-194. <https://doi.org/10.1080/21670811.2019.1697626>