

DİJİTAL DÖNÜŞÜMÜN İLETİŞİM ALANINDAKİ ARAŞTIRMALARA YANSIMASI: DOKTORA TEZLERİ ÜZERİNE BİBLİYOMETRİK BİR ANALİZ

Reflection Of Digital Transformation Into The Researches In The Field Of Communication: A Bibliometric Analysis On Doctoral Theses

Dr. Nilay AKGÜN AKAN

Erciyes Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü, Kayseri/TÜRKİYE

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-5706-7498>

ÖZET

Teknolojinin her geçen gün hızla ilerlemesi ile dijitalleşme ya da dijital dönüşüm her alanda kendini göstermeye başlamıştır. Toplumsal, ekonomik, sosyal ve siyasal gelişmeler ile entegre olan dijital değişim insan hayatını baş döndürücü bir şekilde etkilemektedir ki, disiplinlerarası bir yapıya sahip olan iletişim, bilgi teknolojilerindeki değişimden ve dijitalleşmeden en çok etkilenen alanlardan birisidir. Dolayısıyla dijital dönüşümün iletişim alanındaki araştırmalara nasıl yansıdığı tespit edilmesi, dijitalleşme ve iletişim ilişkisinin yönelimini anlayabilmek açısından önemlidir. Bu bağlamda lisansüstü tezler akademik alandaki araştırmaların yönelimini belirlemede önemli veriler sunmaktadır. Özellikle doktora tezleri alandaki detaylı açıklamaları belirli bir akademik yeterlilik çerçevesinde incelediği için çok önemli veri kaynaklarıdır. Bu çalışmada, dijital dönüşümün hız kazandığı yıl olarak ifade edilen 1998 ile 2019 yılları arasındaki toplam 309 doktora tezi bibliyometrik analiz ile incelenmiştir. Elde edilen veriler; yıllara göre dağılımları, üniversite, yazım dili, üretildikleri anabilim dalları, kullandıkları yöntem, veri toplama ve çözümleme teknikleri, çalışma konusu ve anahtar kelimeler çerçevesine detaylandırılarak analiz edilmiştir. Araştırma sonuçlarından bazıları göstermektedir ki, tez sayısı günümüze yaklaştıkça ciddi bir oranda artmaktadır ve iletişimin her alanına yayılmaktadır. Sosyal medya ve diğer dijital ortamlara ilişkin kullanım pratikleri en çok incelenen konu olurken, dijitalleşme ve sanat ilişkisi en az incelenen konu olarak karşımıza çıkmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Dijital dönüşüm, bibliyometrik analiz, doktora tezleri

ABSTRACT

With the rapid advancement of technology day by day, digitalization or digital transformation has begun to show itself in every field. Digital change, which is integrated with social, economic, social and political developments, affects human life in a dazzling way, and communication, which has an interdisciplinary structure, is one of the areas most affected by the change in information technologies and digitalization. Therefore, determining how digital transformation reflects on research in the field of communication is important to understand the orientation of the relationship between digitalization and communication. In this context, graduate theses provide important data in determining the orientation of research in the academic field. Especially doctoral theses are very important data sources since they examine the detailed extensions in the field within the framework of a certain academic qualification. In this study, a total of 309 doctoral theses between 1998 and 2019, which are expressed as the year in which digital transformation accelerated, were analyzed by bibliometric analysis. The data obtained has been analyzed by detailing within the framework of their distribution by years, university, writing language, the departments where they are produced, the method they use, data collection and analysis techniques, study subject and keywords. Some of the research results show that the number of theses is increasing significantly as we approach the present day and spreads to all areas of communication. While the use practices related social media and other digital media are the most studied topics, the relationship between digitalization and art is the least studied subject.

Keywords: Digital transformation, bibliometric analysis, doctoral theses

1. GİRİŞ

Dijital dönüşüm teknik bir olgunun ötesinde, toplumları; yaşam biçimleri, inançları, düşünceleri gibi çeşitli açılardan etkileyen bir süreç olduğu görülmektedir. Dijital dönüşüm, belirli aşamalardan geçerek ilerleyen ve sınırının nerede biteceği henüz kestirilemeyen bir süreç olarak karşımıza çıkmaktadır. İkel toplumdan itibaren aşama aşama ilerleyen insanlık, tarım toplumu, endüstri toplumu süreçlerinden geçerek bilgi toplumu sürecini yaşamaktadır. Bu bağlamda insanların hayatına hızla entegre olan, toplumları tüm yönleriyle etkileyen ve yapay zekâ, nesnelerin interneti (IoT), büyük veri (big data), makine öğrenmesi,

derin öğrenme gibi kavramları dahil eden bu süreç dijital dönüşüm olarak adlandırılmaktadır. Dolayısıyla dijital dönüşümü yalnızca bir programın, uygulamanın veya firmaların dijitalleşmesi olarak ifade etmek, bu değişim sürecini basitleştirmek anlamına gelmektedir.

Dijital dönüşüm özünde bir sayısallaştırma işlemidir. Bir şey 1 ve 0 rakamları ile kodlandığı zaman artık o işlem dijitalleşmekte ve onunla ilgili yapılacak işlemler sınırsızlaşmaktadır. Dar anlamda, sayısallaştırma ile yüksek verimlilik kazanımları ve düşük hata oranları ile birtakım tasarruflar sağlanabilmektedir ancak bu durum firmaların iş yapma şeklini, düşünce biçimini ve değerlerini etkilememektedir. Fakat geniş anlamda ifade edildiği üzere “dijital teknolojilerin sağladığı imkânlardan tam olarak faydalanmak için iş ve organizasyon faaliyetlerinin, süreçlerinin, yeterliliklerinin derin dönüşümü” (Gobble, 2018: 66) olarak değerlendirildiğinde, toplum üzerine etkileri olan stratejik bir yönetim süreci olarak karşımıza çıkmaktadır. Zira toplumbilim dijitalleşme sürecinde kendini; iletişim, kültürel çalışmalar, medya çalışmaları, internet, bilgi bilimi, dijital beşeri bilimler, dijital gazetecilik vs. gibi alanlarla birlikte ifade etmektedir (Gregory, Cottom ve Daniels, 2017: xix). Dijital iletişim alanında yaşanan gelişmelerin günlük yaşam biçimlerini şekillendirmesi sebebiyle özellikle sosyal, kültürel ve siyasi alanları dijitalleşirmesi açısından önemlidir. Aksi halde sadece mühendislik ve bilgisayar bilimlerinin alanında yer alan teknik bir konu olarak sınırlı kalması kaçınılmaz olarak ifade edilmektedir (Sassen, 2017: ix). Dolayısıyla, toplumu ve bireyleri her açıdan etkileyen ve aynı zamanda etkilenen bir süreç olan dijital dönüşüm, iletişim alanı ile yakın ilişki içerisinde bulunmaktadır.

Dijital iletişimin akademik olarak iletişim araştırmalarındaki yerinin yakın bir geçmişe sahip olduğu görülmektedir. Dünya ölçeğinde bakıldığında, Al Gore’un 1998’de Dijital Dünya’yı tanımlayarak hesaplamalı bilim, veri depolama, uydu görüntüleri, geniş ağ bantları, verinin birden çok sistem tarafından kullanılması, meta veri gibi birtakım teknolojiler hızla iş ve günlük hayatlara yerleştiğini ifade etmektedir. Aynı konuşmada Al Gore “bir çocuğun Dijital Dünya sergisine gittiğini hayal edin. Başına takılan bir ekranla Dünya’yı uzaydan görebilir ve veri eldivenleri ile istediği ayrıntıya inerek dünyayı inceleyebilir” (Gore, 1998: 89-90) demesinden kısa bir süre sonra bu hayaller gerçek olmuştur ve şu an bu düşünceler çok rahatlıkla ulaşılabilen, günlük hayatın bir parçası haline gelen teknolojilere dönüşmüş olduğu görülmektedir. Dolayısıyla, 22 yıllık ilerlemenin araştırma durumunu özetlemek ve potansiyel eğilimleri ortaya çıkarmak için yayınlamış literatürü incelemek önemli ve gerekli olduğu düşünülmektedir.

Bu bağlamda iletişim bilimleri alanında bir devrim niteliğinde olan dijital dönüşümün bilimsel araştırmalara nasıl yansdığına tespiti hem dijital iletişiminin yönelimini belirlemek hem de yapılacak araştırmalara yol göstermesi açısından önemli görülmektedir. Zira akademik bir alanın gelişimi ve yönelimleri o alanda gerçekleştirilen yayınların ve lisansüstü araştırmaların çözümlenmesi ile mümkün olmaktadır. Bu tür araştırmalar bibliyometrik analiz olarak literatürde yer almaktadır.

Bibliyometrik analiz 1917 yılından beri kullanılmaktadır ancak 1961 yılından sonra Bilimsel Atıf Dizini’nin başlamasıyla popülerlik kazandığı görülmektedir (Phelan, 2000: 347). İlk olarak Wyndham Hulme tarafından 1922’de “istatistiksel bibliyografya” olarak ifade edilen yöntem Pitchard tarafından “bibliyometri” ismi verilmiştir (1969: 348-349). Bu bağlamda bibliyometri, belirli bir dalda yapılan çalışmaların ve oluşan literatürün genel karakteristiğini belirlemede önemli bir yöntem olduğu görülmektedir. Öyle ki; bibliyometrik analiz ile literatür birikiminin tamamı veya belli bir kesiti ele alınarak, ilgili disiplinin zaman ve mekân devinimi hakkında somut veriler sunarak genelleme imkânı tanınmaktadır (İnceoğlu, 2014: 34). Bibliyometrik analiz yönteminin çeşitli disiplinler tarafından (tıp, sosyoloji, tarih, turizm, fen bilimleri, spor) kullanıldığı izlenmektedir.

Türkiye’de bibliyometrik analiz ile yapılan çalışmalara genel olarak bakıldığında, öncelikle belli bir alandaki yıllar içerisindeki çalışmaların (Şahin ve Ocak, 2019; Tekneci, 2013) ele alındığı görülmektedir. Ancak bunun yanı sıra tek bir derginin yıllara göre dağılımının konu ve içerik açısından incelendiği çalışmalar (Yılmazel, 2019; Öztürk 2014), bir yazarın atıflarının analize tabi tutularak incelendiği çalışmalar (Tektaş, Camgöz ve Metin, 2010; Al ve Doğan, 2012) veya bunları birlikte çeşitli kesitlerde uygulayan çalışmalar (Ak ve Gülmez, 2014) olduğu görülmektedir.

İletişim alanındaki bibliyometrik çalışmalara bakıldığında ise benzer çeşitlilikte araştırmalar bulunmaktadır. Bu bağlamda, Okay ve Okay’ın 1984-2007 yılları arasında halkla ilişkiler üzerine tamamlanmış tezleri inceledikleri çalışmada; konu, artış, üniversite, dil, cinsiyet, danışmanın alanı gibi bibliyometrik özelliklere bakmışlardır ve yazılan tezlerin işlevsel olduğu ancak teorik alana katkı sağlamadığı sonucuna ulaşmışlardır (2008: 5). Dursun tarafından 2004 yılında yapılan 1980-2003 yıllarını

kapsayan tezlerin incelenmesinde ise haber ideolojisi üzerine tezlerin yoğunlaştığı ancak izleyici çerçevesinde tezlerin az olduğu sonucuna varılmıştır (2004: 89). Tokgöz tarafından 2006 yılında yapılan 1988-2003 yılları arasındaki doktora tezlerini incelenmesini konu alan çalışmada Tokgöz örneklem kapsamındaki tezleri; konu, içerik, metodoloji, akademik kadroya katkısı gibi açılardan değerlendirmiştir ve genel olarak doktora tezlerinin yıllar itibariyle sayıca arttığını, akademik kadroların vakıf üniversitelerinde az olduğunu ve en çok çalışmanın halkla ilişkiler alanında olduğu sonucuna ulaşmıştır (2006: 11). Ayrıca sinema alanında İnceoğlu tarafından 2014 yılında yapılan 1985-2013 yılları arasındaki tezlerin incelediği araştırma Türkiye’deki literatür açısından önemli çalışmalar arasında yer almaktadır. Benzer şekilde Atabek ve Atabek tarafından 1992-2018 Türkiye’deki gazetecilik alanına yönelik yazılan makaleleri bibliyometrik analiz ile değerlendirildiği çalışmada; alanla ilgili en çok çalışmanın yer aldığı üniversite, atıflar, yöntem açısından çeşitli sonuçlara değinilmiştir. Yılmaz ve Uzoğlu tarafından yapılan çalışmada ise 1992-2001 yılları arasındaki halkla ilişkiler ve reklam alanındaki tezler incelenerek yeni eğilimler ortaya konulmaya çalışılmıştır.

Bu çalışma ise, dijital dönüşümün iletişim alanındaki çalışmalarda birikmekte olan literatürün çeşitli niteliklerine dair verileri analiz etmek, bu alanın eğilimini ortaya koyarak yeni araştırmalara kaynaklık etmesi bakımından faydalı olacaktır. Bu bağlamda Türkiye’de üretilen ve dijital içerikli olan iletişim alanındaki doktora tezleri incelemeye tabi tutulmuştur.

2. YÖNTEM

Araştırmada 1998 – 2019 Türkiye’de dijital içerikli yazılmış 309 adet doktora tezi incelenmiştir. Tezler bibliyometrik özellikleri bakımından analiz edilmiştir. Bibliyometrik çalışma daha önce ifade edildiği üzere farklı düzeylerde gerçekleştirilebilmektedir. Bu çalışmada yapılan analizde ise Türkiye’de dijital içerikli yazılmış doktora tezleri; yıllara göre dağılımları, üniversite ve yazım dili olarak belirlendikten sonra doktora tezleri ayrıca üretildikleri anabilim dalları, kullandıkları yöntem, çalışma konusu ve anahtar kelimeler çerçevesine detaylandırılarak analiz edilmişlerdir.

İncelenen tezlere Yüksek Öğretim Kurulu’na bağlı Ulusal Tez Merkezi internet veri tabanı üzerinden ulaşılmıştır. Yapılan araştırma ve inceleme sonucunda 309 adet iletişim alanında yapılmış doktora tezi belirlenmiş ve elde edilen bulgular analiz edilmiştir. Dijital içerikli çalışmalar çeşitli yayınlar eşliğinde devam etmektedir. Ancak bu çalışmada yalnızca iletişim alanında yapılan tezler dâhil edilmiştir. Dolayısıyla farklı alanlarda yapılan tez veya tez dışı dijital içerikli çalışmalar dahil edilmemiştir. Alan olarak da sadece İletişim Fakültelerinin lisansüstü programları baz alındığından İşletme veya Güzel Sanatlar Fakültelerinin lisansüstü programlarına dahil olan çalışmalar kapsam dışında tutulmuştur. Süre olarak ise dijital dönüşümün hız kazandığı yıl olarak ifade edilen 1998 ile 2019 yılları arasındaki tezler incelenmiştir.

Araştırmanın gerçekleştirildiği evrende yer alan tezlerin doğru yansıtılabilmesi için tamamına yer verilmesinin yanı sıra, çeşitli filtrelemeler ile veri tabanı taraması yapılarak ve tezler tek tek incelenerek dâhil edilmiştir. Bu bağlamda veri tabanı taraması dört aşamalı olarak gerçekleştirilmiştir. İlk aşamada “*dijital*” kelimesi tez başlığında yer alan çalışmalar incelenmiştir. Bu kapsamda 56 adet doktora tezine ulaşılmıştır. Tezler daha önce belirtilen çerçevede analiz edildiğinde; tezlerin dizin ve anahtar kelimelerinde “*çevrim içi*”, “*yeni medya*”, “*sosyal medya*” ve “*sanal*” kelimelerinin çoğunlukla yer aldığı görülmüştür. Bu nedenle ikinci aşamada bu kelimeler tez başlığında aranarak ve tek tek incelenerek araştırmaya dahil edilmiştir. Ancak sadece tez başlıklarının taranması yeterli olmayacağından 3. aşamada, belirtilen kelimeler gelişmiş tarama ile dizin, özet ve konu alanlarında da yapılarak toplamda 309 doktora tezine ulaşılmıştır. Son aşamada ise, detaylı aramada “anabilim dalı” sekmesine, gözden kaçan bir çalışma olmaması için, tüm alanlar tek tek yazılarak çıkan tezler hem isim hem dizin kısmına belirtilen kelimeler kapsamında incelenerek kaydedilmiştir. Ancak detaylı aramada belirtilen anabilim dalları İletişim Fakülteleri ve Sosyal Bilimler Enstitüsündeki örgütleniş şekillerine göre daha kapsayıcı bir biçimde birleştirilerek analizlerde kullanılmıştır. Dolayısıyla İletişim Bilimleri, Gazetecilik, Halkla İlişkiler Tanıtım ve Reklamcılık, Radyo Televizyon Sinema ve Medya İletişim/Medya Çalışmaları anabilim dalları olarak sınırlandırılarak ifade edilmiştir. Bu bağlamda belirtmek gerekir ki; dijital içerikli çalışmalar daha nice kelimeler etrafında şekillenmektedir. Ancak yapılan taramalarda kelimeler değişmesine karşın aynı tezlerin görülme oranının artması, sayı olarak belirli bir büyüklüğe ulaşılması sebebiyle bu kelimeler ile sınırlı tutulmuştur.

Sınırlılık açısından diğer bir nokta ise, çalışma bibliyometrik analizi hedeflemekle birlikte tam ve kapsamlı bir atıf analizi yer almamaktadır. Doktora tez çalışmalarının yoğun atıf içeren çalışmalar olması ve zaman sınırlılığı açısından kapsam dışında tutulmuştur.

Son sınırlılık olarak, 06/03/2018 tarihi itibari ile tezler gizlilik kararı alınmadıkça, bilime katkı sağlamak amacıyla Yükseköğretim Kurulu Ulusal Tez Merkezi tarafından elektronik ortamda erişime açılmıştır. Ancak bu tarihten önce yer alan tezlerden erişime izin verilmeyen ve içeriğine ulaşılamayan 5 adet tez incelemeye dâhil edilmemiştir. Elde edilen bulgular SPSS 25 programı ile analiz edilmiştir.

Çalışma dijital değişimin veya diğer bir ifade ile dijitalleşme sürecinin iletişim alanındaki doktora tezlerine nasıl yansıdığını ve bu yansımanın yıllar içindeki değişimini anlaşılmasına olanak verecek verilere ulaşmayı hedeflemektedir. Bu bağlamda iki araştırma sorusuna yanıtlamayı amaçlamaktadır.

Araştırma Sorusu 1: Türkiye’de dijital içerikli doktora tezlerinin genel bibliyometrik özellikleri nelerdir?

Araştırma Sorusu 2: Türkiye’de dijital içerikli doktora tezlerinin genel bibliyometrik özellikleri 1998-2019 yılları arasında nasıl değişmiştir?

3. BULGULAR

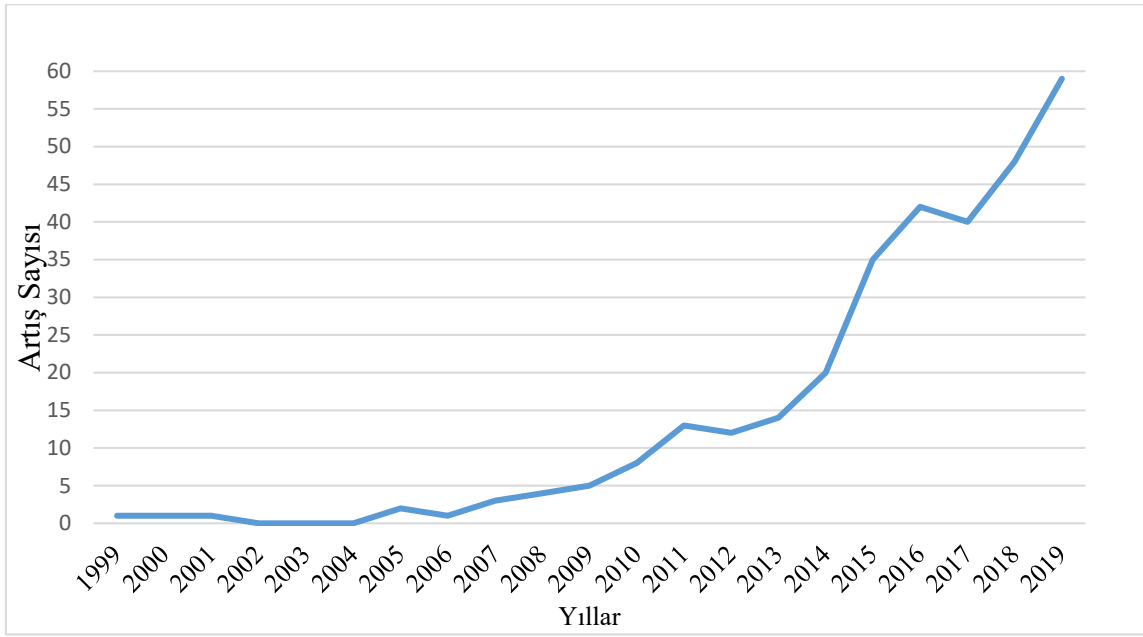
3.1 Dijital İçerikli Doktora Tezlerinin Yıllara Göre Dağılımı

Çalışmada değerlendirilen 1998-2019 yılları arasında yer alan dijital içerikli 309 tezin ilk aşamada yıllara göre dağılımları analiz edilmiştir.

Tablo 1. Tezlerin Yıllara Göre Dağılımları

Tezin Yayımlandığı Yıl	Frekans	Geçerli Yüzde %
1999	1	0,3
2000	1	0,3
2001	1	0,3
2005	2	0,6
2006	1	0,3
2007	3	1,0
2008	4	1,3
2009	5	1,6
2010	8	2,6
2011	13	4,2
2012	12	3,9
2013	14	4,5
2014	20	6,5
2015	35	11,3
2016	42	13,6
2017	40	12,9
2018	48	15,5
2019	59	19,1
Toplam	309	100

Tablo 1’de görüldüğü üzere dijital içerikli tezlerin üretimi yıllar içerisinde değişiklik göstermektedir. 1999-2001 yılları arası birer tez üretilirken, 2002-2004 arası bu kapsamda doktora tezi yayımlanmadığı görülmektedir. Ancak takip eden yıllarda tez sayısında artış görülmektedir. Özellikle 2009’dan itibaren belirgin bir biçimde artarak, 2011 yılı itibariyle çift haneli rakamlara ulaştığı gözlemlenmektedir. Tez sayısının en yüksek olduğu yıl ise 2019’dur. Dolayısıyla ilk on yıl nispeten daha az sayıda tez üretilmesine karşın son on yıl sayıların hızla arttığı görülmektedir. Zira belirlenen dönemde üretilen tezlerin yarısından fazlası (%61,5) 2015 yılı ve sonrasında denk gelmektedir. Dönemsel açıdan karşılaştırıldığında ise ilk on yıl yılda ortalama 1,8 tez yazılırken, son on yıl yılda 29,1 tez yazıldığı anlaşılmaktadır. Bu bağlamda dijital içerikli tezlerin Türkiye’de 1999 yılı itibariyle başladığı ancak artışın 2010 itibariyle gerçekleştiği, özellikle son beş yıla yoğunlaştığı görülmektedir. Bu durum grafik 1’de daha net olarak anlaşılmaktadır.



Grafik 1. Yıllara Göre Doktora Tez Sayıları (n=309)

3.2 Dijital İçerikli Doktora Tezlerinin Üniversitelere Göre Dağılımları

Çalışmada örnekleme giren tezlerin yayımlandığı üniversite dağılımı (tüm üniversitelere yer verilerek) Tablo 2’de gösterilmektedir. Bu kapsamda İstanbul, Marmara, İstanbul Bilgi, Bahçeşehir, Maltepe, Galatasaray, Yeditepe, İstanbul Ticaret, İstanbul Aydın, Anadolu, Ankara, Gazi, Hacettepe, Ege, Akdeniz, Selçuk, Erciyes, Sakarya, Kocaeli, Atatürk olmak üzere 20 üniversite yer almaktadır.

Tablo 2. Tezlerin Üniversitelere Göre Dağılımları

Tezin Yayımlandığı Üniversite	Frekans	Geçerli Yüzde %
Marmara Üniversitesi	67	21,7
İstanbul Üniversitesi	50	16,2
Ege Üniversitesi	31	10
Selçuk Üniversitesi	30	9,7
Anadolu Üniversitesi	27	8,7
Ankara Üniversitesi	21	6,8
Maltepe Üniversitesi	15	4,9
Gazi Üniversitesi	11	3,6
Atatürk Üniversitesi	9	2,9
Galatasaray Üniversitesi	8	2,6
Yeditepe Üniversitesi	8	2,6
Erciyes Üniversitesi	7	2,3
İstanbul Bilgi Üniversitesi	7	2,3
Akdeniz Üniversitesi	6	1,9
Kocaeli Üniversitesi	4	1,3
İstanbul Ticaret Üniversitesi	3	1,0
Bahçeşehir Üniversitesi	2	0,6
İstanbul Aydın Üniversitesi	1	0,3
Hacettepe Üniversitesi	1	0,3
Sakarya Üniversitesi	1	0,3
Toplam	309	100

Tablo 2’de görüldüğü üzere Marmara Üniversitesi 67 adet tez ile ilk sırada yer almaktadır. Toplamda üretilen tezlerin %21,7’sinin Marmara Üniversitesine ait olduğu görülmektedir. Ardından 50 adet (%16,2) tez ile İstanbul Üniversitesi yer alırken, 31 tez ile (%10) Ege Üniversitesi sıralamayı takip etmektedir. Özel üniversiteler açısından bakıldığında ise en yüksek tez sayısının (15 adet, %4,9) Maltepe Üniversitesine ait olduğu görülmektedir. Bu tablonun oluşumunda öğretim üyesi sayısı, doktora programlarının açılış yılları, kontenjan sayıları gibi etkenler söz konudur. Zira Davulcu ve Mazıcı tarafından yapılan çalışmada da 10

yıllık süreçte en çok iletişim alanında üretilen doktora tezlerinin benzer şekilde Marmara, İstanbul ve Ege sıralamasında olduğu anlaşılmaktadır (2018: 59).

3.3 Dijital İçerikli Tezlerinin Yazım Diline Göre Dağılımları

Bibliyometrik analiz çerçevesinde incelenen diğer bir veri yazım dilidir. Bu açıdan bakıldığında örneklem kapsamına giren tezlerde Türkçe ve İngilizce dillerinin kullanıldığı görülmektedir.

Tablo 3. Tezlerin Yazım Diline Göre Dağılımları

Tezin Yazım Dili	Frekans	Geçerli Yüzde %
Türkçe	289	93,3
İngilizce	20	6,7
Toplam	309	100

Dijital içerikli tezlerin yazımında %93 oranında Türkçe tercih edilmiştir. Üniversite bazında incelendiğinde, İngilizce olarak üretilen tezlerin 19'unun İstanbul Bilgi (7 adet), Galatasaray (5 adet), Yeditepe (5 adet), Bahçeşehir (2 adet) üniversitelerine ait olduğu gözlemlenmektedir. Bu bağlamda özel üniversitelerin nispeten daha çok İngilizce yazım dilini tercih ettikleri söylenebilmektedir.

3.4 Dijital İçerikli Doktora Tezlerinin Anabilim Dalına Göre Dağılımları

Yapılan araştırmada anabilim dalı olarak İletişim Bilimleri, Gazetecilik, Halkla İlişkiler Tanıtım ve Reklamcılık, Radyo Televizyon Sinema ve Medya ve İletişim/Medya Çalışmaları anabilim dalları olmak üzere kategorize edilmiştir. Bu açıdan yapılan inceleme tablo 4'de sunulmaktadır.

Tablo 4. Tezlerin Anabilim Dallarına Göre Dağılımları

Tezin Üretildiği Anabilim Dalı	Frekans	Geçerli Yüzde %
İletişim Bilimleri	77	24,9
Radyo, Televizyon ve Sinema	76	24,6
Halkla İlişkiler ve Tanıtım ve Reklamcılık	76	24,6
Gazetecilik	69	22,3
Medya ve İletişim/Medya Çalışmaları	11	2,6
Toplam	309	100

Tablo 4'te görüldüğü üzere Medya ve İletişim/Medya Çalışmaları anabilim dalı dışında diğerleri arasında dengeli bir dağılım söz konusudur. İletişim Bilimleri 77 adet tez ile ilk sırada yer alırken, Radyo-Televizyon-Sinema anabilim dalı ve Halkla İlişkiler ve Tanıtım ve Reklamcılık anabilim dalında eşit sayıda tez (76 adet) üretildiği görülmektedir. Gazetecilik anabilim dalında ise 68 adet tez yazıldığı görülmektedir. Bu bakımdan bu 3 alan arasında dengeli bir dağılım söz konusudur. Medya ve İletişim/Medya Çalışmaları anabilim dalında ise 11 adet tez yayımlandığı anlaşılmaktadır ki; bunun sebebinin diğer anabilim dalları gibi iletişim fakültelerinin genelinde yer almayan bir alan olması ve özellikle diğer alanlara nazaran daha geç dönemde açılan bir program olmasından kaynaklandığı düşünülmektedir. Zira bu alandaki tezlerin yıllara göre incelemesi yapıldığında 2013'den itibaren bu programda tez üretildiği görülmektedir.

3.5 Dijital İçerikli Doktora Tezlerinin Kullanılan Yönteme, Veri Toplama ve Çözümleme Tekniğine Göre Dağılımları

İletişim araştırmaları disiplinler arası doğası nedeniyle çeşitli yöntemler ve beraberinde çeşitli veri toplama/çözümleme teknikleri kullanılmaktadır. Örneklem kapsamına giren tezlerde öncelikle kullanılan yöntem incelenmiştir.

Tablo 5. Tezlerde Kullanılan Yönteme İlişkin Dağılım

Tezlerde Kullanılan Yöntem	Frekans	Geçerli Yüzde %
Nitel	148	47,9
Nicel	113	36,6
Karma (Nicel + Nitel)	48	15,5
Toplam	309	100

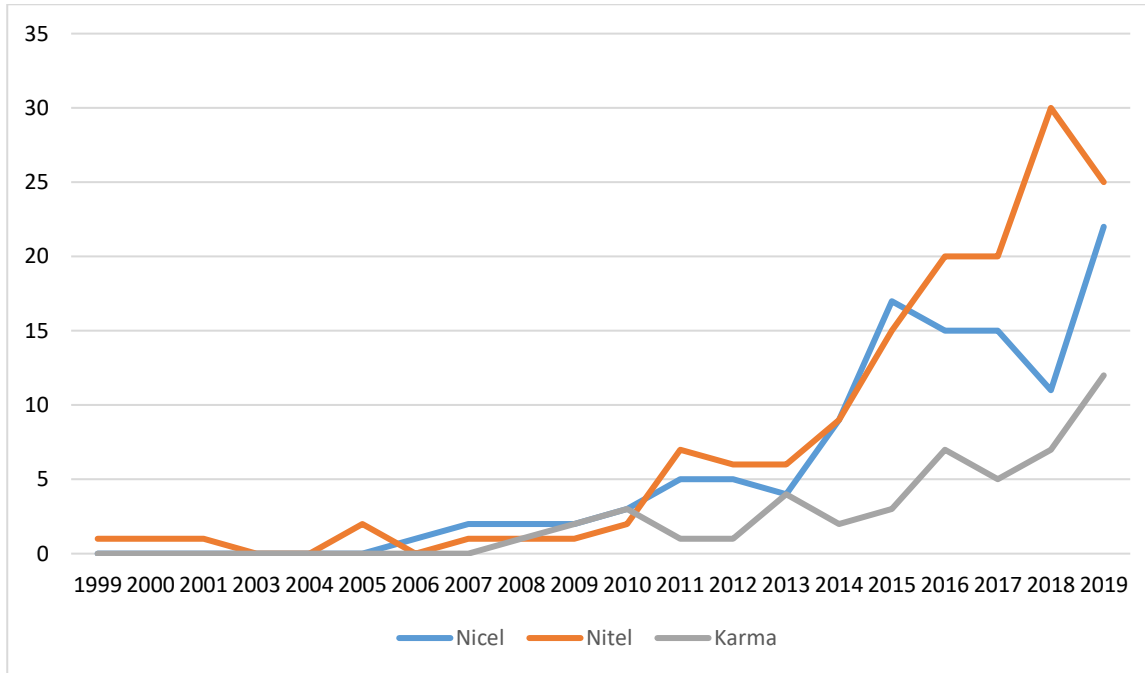
Tablo 5 incelendiğinde dijital içerikli iletişim alanında yapılan tezlerin çoğunlukla nitel araştırma yöntemini kullandığı anlaşılmaktadır. Üretilen tezlerin yarısına yakını (%47,9) nitel yöntemler kullanılarak oluşturulmuştur. Ardından %36,6 oranında nicel yöntemler kullanılırken, %15,5 oranında karma yöntem tercih edilmiştir. Toplumbilimlerde nicel ve nitel yöntem ayrımı

epistemolojik temellidir. Nicel yöntemler pozitivist epistemoloji ile ilgili olup, sayısal verilere dayalı analizleri kapsamaktadır. Nitel yöntemler ise “anlama” ilişkin dayalı veri toplama yöntemlerini kapsamaktadır (Marshall, 1999: 376). Ancak iletişim araştırmalarına genel olarak yöntem penceresinden bakıldığında, 1960’lı yılların sonundan günümüze kadar nitel yöntemlerin kullanıldığı ve hatta ana akım çalışmalarda da nicelden nitele kaydığı gözlenmektedir (Uyanık, 2016: 66). Bununla birlikte, karma yönteminde iletişim araştırmalarında kullanıldığı fark edilmektedir. Karma yöntem, insanların hayatlarını nasıl anlamlandırdıklarını ve deneyimlerini nasıl yorumladıklarını tarif etmek üzere her iki yöntemin değerli taraflarının kullanılması olarak ifade edilmektedir (Merriam, 2018: 15). Bu bağlamda çalışma genel görünüm ile benzerlik göstermektedir. İncelenen doktora tezlerindeki kullanılan yöntem anabilim dalı açısından bakıldığında ise genel görünümün bir nebze değiştiği anlaşılmaktadır.

Tablo 6. Tezlerde Kullanılan Yöntemin Anabilim Dallarına Göre Dağılımı

Yöntem/Anabilim Dalı	Halkla İlişkiler Tanıtım ve Reklamcılık	Gazetecilik	Radyo Televizyon ve Sinema	İletişim Bilimleri	Medya ve İletişim/Medya Çalışmaları	Toplam
Nicel	41	29	18	22	3	113
Nitel	22	35	47	39	5	148
Karma (Nicel + Nitel)	13	5	11	16	3	48
Toplam	76	69	76	77	11	309

Tablo 6’da görüldüğü üzere Gazetecilik, Radyo Televizyon ve Sinema, İletişim Bilimleri ve Medya ve İletişim/Medya Çalışmaları alanlarındaki doktora tezlerinde nitel çalışma ön planda iken, Halkla İlişkiler Tanıtım ve Reklamcılık alanında nicel çalışmaların daha çok tercih edildiği fark edilmektedir. Benzer durum, 1999-2008 yılları arasında yayımlanan Halkla İlişkiler alanı ile ilgili makalelerin incelendiği çalışmada da görülmektedir ki, araştırmada niceliksel araştırma yöntemi kullanan çalışmaların sayısının yıllar itibariyle arttığı ifade edilmektedir (Atabek ve Atabek, 2009: 8). Bununla beraber karma yöntem kullanımının da dijital içerikli iletişim araştırmalarda arttığı gözlemlenmektedir. Zira 2008 yılından itibaren kullanılmaya başlanan bu yöntem, günümüze yaklaştıkça daha çok tercih edilir hale gelmiştir. Dijital içerikli doktora tezlerinde genel olarak nitel araştırmanın tercih edildiği görülmesine karşın, son iki yılda nitel araştırmaların düşüşe geçtiği, nicel ve karma yöntemlerin yükseldiği anlaşılmaktadır. Son yıllardaki tez sayılarının artması sebebiyle bu değişimin önemli olduğu düşünülmektedir.



Grafik 2. Yıllara Göre Yöntem Kullanımı

Doktora tezlerinde kullanılan veri toplama ve çözümleme teknikleri incelenmesinde; anket, görüşme, görsel çözümleme, söylem çözümleme, nitel içerik çözümlemesi, nicel içerik çözümlemesi, örnek olay çözümleme, literatür taraması, alımlama analizi, film analizi, haber çerçeveleme, netnografi, model oluşturma, karma teknikler ve yorumsamacı yöntem kullanıldığı görülmektedir.

Tablo 7. Tezlerin Veri Toplama ve Çözümleme Tekniğine Göre Dağılımları

Tezlerde Kullanılan Veri Toplama ve Çözümleme Tekniği	Frekans	Geçerli Yüzde %
Anket	82	26,5
Görüşme	53	17,2
Karma Teknikler	51	16,5
Nicel İçerik Çözümlemesi	34	11,0
Nitel İçerik Çözümlemesi	20	6,5
Netnografi	14	4,5
Söylem Çözümlemesi	13	4,2
Görsel Çözümleme	11	3,6
Örnek Olay Çözümlemesi	11	3,6
Literatür Taraması	9	2,9
Film Analizi	4	1,3
Model Oluşturma	2	0,6
Alımlama Analizi	2	0,6
Yorumsamacı Yöntem	2	0,6
Haber Çerçeveleme	1	0,3
Toplam	309	100

Kullanılan veri toplama ve çözümleme teknikleri incelendiğinde %26,5 oranıyla anketin ilk sırada yer aldığı görülmektedir. Bu oranı %17,2 ile görüşme izlerken, karma teknikler %16,5 ile üçüncü sırada bulunmaktadır. Karma teknikler farklı veri toplama ve çözümleme tekniklerinin bir arada kullanılması anlamına gelmektedir ki, bu açıdan iki ve daha fazla tekniğin bir arada kullanıldığı gözlemlenmektedir. Bu nedenle karma tekniklerin içerisinde kullanılan veri toplama ve çözümleme tekniklerinin ifade edilmesi gerekliliği doğmaktadır.

Tablo 8. Karma Tekniklerde Kullanılan Veri Toplama ve Çözümleme Tekniklerinin Dağılımı

Karma Tekniklerde Kullanılan Veri Toplama ve Çözümleme Teknikleri	Frekans	Geçerli Yüzde %
Görüşme	33	32,8
Anket	30	29,9
Nicel İçerik Çözümlemesi	17	16,8
Nitel İçerik Çözümlemesi	8	7,9
Söylem Çözümleme	6	5,9
Görsel Çözümleme	4	3,9
Netnografi	2	1,9
Sosyal Ağ Analizi	1	0,9
Toplam	101	100

Karma teknik kullanan doktora tezlerindeki dağılıma bakıldığında %32,8 oranında görüşme tekniğinin kullanıldığı görülmektedir. Ardından %29,9 ile anket gelirken nicel içerik çözümlemesi %16,8 ile üçüncü sırada yer almaktadır. Bu açıdan bakıldığında karma teknik kullanan tezlerin çoğunlukla anket ve görüşme modelini tercih ettiği söylenebilir. Zira incelenen 48 adet tezin 23'ü anket ve görüşme tekniklerini bir arada kullanmışlardır. Ancak bunun yanı sıra; görsel çözümleme ve söylem analizi, anket ve nitel içerik çözümleme, görüşme ve nicel içerik analizi, netnografi ve nicel içerik analizi vb. ikili yöntemlerde bulunmaktadır. Ayrıca yukarıda belirtildiği gibi anket, görüşme ve görsel çözümleme gibi üç tekniğin; nicel içerik analizi, nitel içerik analizi, söylem analizi, anket ve görüşme şeklinde beş tekniğin kullanıldığı çalışmalarda mevcuttur. Dolayısıyla iletişim alanındaki dijital içerikli doktora tezlerinde iki ve daha fazla tekniğin bir arada kullanılması önemli hale gelmektedir.

3.6 Dijital İçerikli Doktora Tezlerinin Konularına Göre Dağılımları

Doktora tezlerinin konularına göre dağılımını ortaya koymak için öncelikle her doktora tezinin konusu incelenmiştir. Bu şekilde 40 civarı farklı başlıklar altında tez konuları saptanmıştır. Daha sonra bu kategoriler kendi içlerinde birleştirilerek daha genel hatları ifade edecek şekilde; dijital ortamlar ve kullanım pratikleri, dijital halkla ilişkiler uygulamaları ve dijital marka çalışmaları, dijital gazetecilik,

dijital kültür, dijital toplum içerikli çalışmalar, dijital teknoloji içerikli çalışmalar, dijital aktivizm, dijital oyun, dijital ortamlar ve siyasal iletişim, dijital pazarlama ve tüketim, dijital eğitim ve öğrenme, dijital reklam, dijital radyo ve televizyon yayıncılığı, dijital sinema, dijital sağlık ve dijital bağımlılık, dijital film ve fotoğrafçılık, dijital ortamlarda gizlilik- güvenlik- mahremiyet, dijital diplomasi, dijital sanat olmak üzere 19 adet kategori belirlenerek analiz edilmiştir.

Tablo 9. Tezlerinin Konularına Göre Dağılımları

Tezlerin Konularına Göre Dağılımları	Frekans	Geçerli Yüzde %
Dijital Ortamlar ve Kullanım Pratikleri	43	13,9
Dijital Halkla İlişkiler Uygulamaları ve Dijital Marka Çalışmaları	35	11,3
Dijital Gazetecilik	27	8,7
Dijital Kültür	25	8,1
Dijital Toplum İçerikli Çalışmalar	20	6,5
Dijital Teknoloji İçerikli Çalışmalar	20	6,5
Dijital Aktivizm	17	5,5
Dijital Oyun	16	5,2
Dijital Ortamlar ve Siyasal İletişim	14	4,5
Dijital Pazarlama ve Tüketim	13	4,2
Dijital Eğitim ve Öğrenme	13	4,2
Dijital Reklam	12	3,9
Dijital Radyo ve Televizyon Yayıncılığı	10	3,2
Dijital Sinema	10	3,2
Dijital Sağlık ve Dijital Bağımlılık	9	2,9
Dijital Film ve Fotoğrafçılık	8	2,6
Dijital Ortamlarda Gizlilik, Güvenlik ve Mahremiyet	7	2,3
Dijital Diplomasi	6	1,9
Dijital Sanat	4	1,3
Toplam	309	100

Tablo incelendiğinde dijital ortamlar ve kullanım pratikleri %13,9 oranı ile ilk sırada yer almaktadır. Bu çalışmalar kapsamında; sosyal medya uygulamaları ve sosyal medya kullanımına ilişkin çalışmalar, sosyal medya dışındaki dijital medya kullanımı ve buna ilişkin izleyici araştırmaları, dijital medyadaki değişim yer almaktadır. Sosyal medya bu alandaki çalışmaların büyük bir kısmını oluşturduğundan bu kategorideki çalışmaların sayıca fazla olmasına sebep olmuştur. Zira iletişim araştırmalarındaki sosyal medya araştırmaları her geçen gün artmaktadır. Batu ve Ayaz tarafından yapılan çalışmada, 2007-2017 yılları arasında sosyal medya alanında üretilen doktora tezlerinin 59 olduğu ve günümüze yaklaştıkça arttığı belirtilmektedir (Batu ve Ayaz, 2018: 295). Dolayısıyla dijital içerikli çalışmalarda sosyal medya ve dijital medya kullanım pratiklerinin önemli bir alanı kapsaması bu çalışmada da teyit edilmektedir.

Dijital halkla ilişkiler uygulamaları ve marka çalışmaları %11,3 oranı ile ikinci sırada yer almaktadır. Bu kapsamda; kamu ve özel kurum ya da kuruluşlardaki halkla ilişkiler çalışmaları, itibar yönetimi, marka çalışmaları, halkla ilişkilerde sosyal medya ve örgütsel iletişimde dijital uygulamalar konulu çalışmalar yer almaktadır.

Dijital gazetecilik çalışmaları ise %8,7 ile üçüncü sırada yer almaktadır. Bu alandaki çalışmalar ise çoğunlukla; dijital habercilik, dijital uygulamalar ile değişen gazetecilik pratikleri, dijital gazetelerdeki iş modelleri, veri gazeteciliği, dijital basın ekonomisi içerikli araştırmalardan oluşmaktadır. İlk üç konuda yapılan çalışmalar iletişim alanında yapılan doktora tezlerinin yaklaşık üçte birini (% 33,9) oluşturmaktadır. Ayrıca dijital kültür çalışmaları kapsamında yer alan kültürel alandaki değişim, dijital ortamlardaki kimlik ve benlik sunumu, kültürel ve kentsel bellek, online din, dijitalizasyon konulu çalışmalar; dijital toplum içerikli çalışmalar kategorisinde yer alan toplumun gündelik hayat pratikleri, dijital temsil çalışmaları (kadın, beden), göçmenler ve dezavantajlı gruplar ile ilgili araştırmalar; dijital teknoloji kategorisindeki dijital teknolojilerin (qr kod, giyilebilir teknoloji, nesnelerin interneti, dijital para, dijital kentsel sistemler) kullanımı, büyük veri (big data) yöntemlerinin çeşitli alanlardaki etkinliği, inovasyon, dijital ortamların trafiği konulu tezlerinde geri kalan kategorilere nazaran çok sayıda çalışıldığı görülmektedir. Zira ilk altı kategori örneklem dahilinde yer alan tezlerin % 55'ine tekabül etmektedir. Dijital sanat kategorisinde yer alan dijital ortamlarda üretilen sanatsal faaliyetler ve bunlardaki etkileşimsellik 1,3 ile en az çalışılan konu olduğu anlaşılmaktadır.

Tablo 10. Dijital İçerikli Tezlerin Konu ve Yıllara Göre Dağılımı

Konu/Yıl	1999	2000	2001	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	Toplam
Dijital Ortamlar ve Kullanım Pratikleri	-	-	-	-	-	1	-	-	-	2	2	2	4	5	2	5	7	13	43
Dijital Halkla İlişkiler Uygulamaları ve Dijital Marka Çalışmaları	-	-	-	-	-	1	1	-	1	2	3	3	2	5	2	2	7	6	35
Dijital Gazetecilik	-	-	1	-	-	-	-	2	1	1	2	2	1	3	5	1	4	4	27
Dijital Kültür	-	-	-	-	-	-	-	1	-	-	2	-	-	2	1	7	6	6	25
Dijital Toplum İçerikli Çalışmalar	-	-	-	-	-	-	-	-	-	2	1	-	-	2	3	4	4	4	20
Dijital Teknoloji İçerikli Çalışmalar	-	1	-	1	-	-	-	1	2	1	-	-	2	0	3	3	2	4	20
Dijital Aktivizm	-	-	-	-	1	-	-	-	1	-	-	-	1	3	2	4	3	2	17
Dijital Oyun	-	-	-	-	-	-	-	-	1	-	1	-	3	1	2	1	3	4	16
Dijital Ortamlar ve Siyasal İletişim	-	-	-	-	-	-	1	-	-	-	-	1	2	4	3	1	1	1	14
Dijital Pazarlama ve Tüketim	-	-	-	-	-	-	1	-	-	1	-	1	3	1	2	2	1	1	13
Dijital Eğitim ve Öğrenme	1	-	-	-	-	-	-	-	1	2	-	2	-	1	1	2	1	2	13
Dijital Reklam	-	-	-	-	-	-	-	-	-	2	-	-	1	-	3	2	1	3	12
Dijital Radyo ve Televizyon Yayıncılığı	-	-	-	-	-	-	1	-	-	-	-	-	-	1	4	2	2	-	10
Dijital Sinema	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	1	-	1	2	2	1	2	10
Dijital Sağlık ve Dijital Bağımlılık	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	-	2	2	-	-	4	9
Dijital Film ve Fotoğrafçılık	-	-	-	1	-	-	-	1	-	-	-	-	-	1	-	1	4	-	8
Dijital Ortamlarda Gizlilik, Güvenlik ve Mahremiyet	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	1	1	1	1	1	1	7
Dijital Diploması	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	4	-	-	1	6
Dijital Sanat	-	-	-	-	-	1	-	-	1	-	-	-	-	1	-	-	-	1	4
Toplam	1	1	1	2	1	3	4	5	8	13	12	14	20	35	42	40	48	59	309

Tezlerin konularına ve yıllarına göre dağılımları incelendiğinde; hemen hemen tüm çalışma konularının günümüze yaklaştıkça ve yıllar itibarıyla sayılarının arttığı görülmektedir. Dağılımın bu şekilde olması özünde dijital dönüşüm konularının gitgide daha fazla önem kazanması ve araştırılması olduğu söylenebilir. Ancak ilk çalışmaya başlanılan alan dijital eğitim ve öğrenme kategorisindeki çalışmadır. Ardından dijital teknoloji içerikli çalışmalar ile dijital gazetecilik alanında doktora tezleri yapıldığı görülmektedir. Bu bağlamda dijital diploması kategorisinin en geç (2015) çalışmaya başlanılan konu olduğu görülmektedir. 2019 yılı özelinde bakıldığında ise dijital radyo televizyon yayıncılığı ve dijital film ve fotoğrafçılık konulu araştırma olmadığı görülmektedir. Ancak bu konuların seyrinin nasıl devam ettiğinin anlaşılabilmesi için daha çok yıllara ihtiyaç duyulmaktadır. Zira çalışma her ne kadar son 20 yıllık dönemi içermesine karşın özünde hareketliliğin son 5 yıllık süreçte gerçekleştiği görülmektedir.

3.7 Dijital İçerikli Doktora Tezlerinde Kullanılan Anahtar Kelimelere İlişkin Analiz

Tez yazarlarının çalışmalarında belirtmiş oldukları anahtar kelimeler ele alındığında oldukça çok sayıda anahtar kelime kullanıldığı görülmektedir. Bu nedenle çalışmada en çok kullanılan ilk 10 anahtar kelime sunulmuştur. Bu kapsamda en çok kullanılan kelimelerin sosyal medya, yeni medya, internet, dijital medya, dijital iletişim, sanal, dijital teknoloji, çevrim içi iletişim, çevrim içi topluluklar, dijitalleşme/sayısallaşma olduğu tespit edilmiştir. Ancak bunlara ilişkin bir oranlama verilememiştir. Çünkü tezlerde 3-5 arası kelime kullanıldığından ve bazı anahtar kelimelerin tek tezde yer alması sebebiyle 309 teze göre oranlaması yapılamamıştır.

Tablo 11. Tezlerinde Kullanılan Anahtar Kelimelere İlişkin Dağılım

Anahtar Kelimelere Göre Dağılım	Frekans
Sosyal medya	105
Yeni medya	84
İnternet	82
Sanal	37
Dijital	13
Dijital iletişim	24
Dijital Teknoloji	14
Dijitalleşme/ sayısallaşma	11
Çevrim içi topluluklar	12
Çevrim içi iletişim	10

Tablo 11’de sıralaması yapılarak en çok kullanılan ilk 10 kelimeye bakıldığında öne çıkan kelimelerin iletişim alanındaki dijitalleşmeyi anlatan ifadeler olduğu görülmektedir. Elbette ki, devamında tezin konusunda yönelik anahtar kelimeler bulunmaktadır ancak ilk 10 kelimedede genel itibariyle iletişim alanındaki dijital içeriği anlatan sözcüklerden oluşmaktadır. Dijital içerikli çalışmaların çoğunluğunda sosyal medyanın kullanılması anahtar kelimelerin kullanımında da belirmektedir.

4. TARTIŞMA VE SONUÇ

Türkiye’de 1998-2019 yılları arasında tamamlanmış 309 adet doktora tezi üzerine bibliyometrik bir çözümleme yapılan bu çalışmada, iletişim alanında doktora düzeyindeki dijital içerikli araştırmaların genel özellikleri ve yönelimleri ortaya koyulmaya çalışılmıştır. Bu bağlamda “Türkiye’de dijital içerikli doktora tezlerinin genel bibliyometrik özellikleri nelerdir?” ve “Türkiye’de dijital içerikli doktora tezlerinin genel bibliyometrik özellikleri 1998-2019 yılları arasında nasıl değişmiştir?” şeklindeki iki araştırma sorusuna yanıt aranmıştır.

Araştırmaya göre genel bibliyometrik özellikler bakımından öncelikle yıllara göre durumu incelendiğinde; iletişim alanında dijital içerikli çalışmaların hem sayısal olarak hem de çeşitlilik olarak yıllar içerisinde arttığı görülmektedir. Özellikle 2015 yılı itibariyle araştırmaların sayısının önemli oranda arttığı ve bu artışın her konuya yayıldığı anlaşılmaktadır. Zira örneklem kapsamına giren tezlerin, 21 yıllık bir zaman dilimine yayılmasına karşın, artışın son 4 yılda hız kazanması ve bu yıldan itibaren belirlenen 19 çalışma konusundan hemen hepsinde tez üretilmesi bu durumu kanıtlamaktadır.

Ayrıca en çok araştırma yapan üniversitesinin Marmara Üniversitesi olduğu anlaşılırken, yazım dili olarak üniversitelerin genel olarak Türkçeyi tercih edildiği görülmektedir. Ancak yazım diline vakıf üniversiteleri bazında bakıldığında çoğunlukla İngilizce olduğu görülmektedir. Bununla beraber anabilim dalı olarak; Halkla İlişkiler Tanıtım ve Reklamcılık, Gazetecilik, Radyo Televizyon Sinema ve İletişim Bilimleri arasında dikkat çekici bir farklılığın olmadığı, yakın oranlarda araştırmalar yapıldığı ve bununla birlikte Medya ve İletişim/ Medya Çalışmaları alanında çok daha az sayıda çalışma olduğu gözlemlenmektedir. Bu durumun üniversitelerin doktora programına başlama yılları ile ilişkili olduğu düşünülmektedir. Fakat uzun yıllardır mezun veren programlar arasındaki dengelik, iletişim alanındaki dijital içerikli araştırmalara ilginin belirli anabilim dallarına yoğunlaşmadığı ve genel olarak her anabilim dalının ilgisinin olduğunu göstermektedir.

Öte yandan, tezlerde nitel yöntemin daha çok tercih edildiği görülmesine karşın, son yıllardaki (2018-2019) yönelimin nicel ve karma yöntemlere doğru olduğu bulgulanmaktadır. Özellikle Halkla İlişkiler Tanıtım ve Reklamcılık anabilim dalında nicel yöntem ön plandadır. Diğer anabilim dallarında nitel yöntem daha çok tercih edilirken, aradaki farkın en fazla olduğu anabilim dalı Radyo Televizyon Sinema anabilim dalıdır. Dolayısıyla nitel araştırmanın en çok tercih edildiği anabilim dalı Radyo Televizyon Sinema olduğu söylenebilir. Veri toplama tekniği olarak anket en çok kullanılan teknik olarak karşımıza çıkmaktadır.

Konular bazında bakıldığında ise dijital ortamlar ve kullanım pratikleri, içerisinde sosyal medyaya ilişkin kullanımları barındırması sebebiyle, en çok incelenen konu olarak karşımıza çıkmaktadır. Ardından dijital hakla ilişkiler ve marka çalışmaları ile dijital gazetecilik çalışmaları gelmektedir. En az araştırma yapılan konular ise; dijital ortamlarda gizlilik-güvenlik ve mahremiyet, dijital diploması ve dijital sanat olduğu görülmektedir. Bu durum anahtar kelimelerde kendini göstermektedir. Zira en çok kullanılan anahtar kelimenin sosyal medya olması, dijital içerikli çalışmaların sosyal medya eğilimli olduğuna işaret etmektedir.

Tüm bu değerlendirmeler göstermektedir ki, Türkiye’deki iletişim alanında üretilen dijital içerikli doktora tezlerinin; üretildikleri yıl, üniversite, anabilim dalı, kullanılan yöntem ve veri toplama-çözümleme teknikleri, çalışma konuları ve bunların yıllar itibariyle değişimi bakımından anlamlı bir yönelimi bulunmaktadır.

Bu bağlamda, iletişim alanındaki dijital içerikli araştırmaların yönü gelecekte yapılacak araştırmalar bakımından önemlidir. Ancak bu noktada araştırma sayısı ve çeşitliliğinin 2015 yılı itibariyle artması nedeniyle, ileriki yıllarında incelemeye dahil edilerek takip edilmesinin, belirlenen konuların daha özele indirgenerek incelenmesinin ve bu değişimin haritasının çıkarılmasının (her geçen gün hayatlarımıza hızla entegre olan dijital dönüşümün etkilerinin anlaşılmasında) toplumsal fayda açısından oldukça değerli olacağı düşünülmektedir.

KAYNAKÇA

- Ak, M., & Gülmez, A. (2014). "Türkiye'nin Uluslararası Yayın Performansının Analizi", Akademik İncelemeler Dergisi, 1(1): 22-49.
- Al, U., & Doğan, G. (2012). "Hacettepe Üniversitesi Bilgi ve Belge Yönetimi Bölümü Tezlerinin Atıf Analizi", Türk Kütüphaneciliği, 26(2): 349-369.
- Batu, M., & Ayaz, Y. Y. (2018). "Bilimsel Araştırmalarda Sosyal Medya İle İlgili "Yeni" Bulmak:Lisansüstü Tezlerine Yönelik Bir İnceleme", Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, 30: 284-301.
- Daniels, J., Gregory, K., & Cottom, T. M. (2017). Digital Sociologies, Policy Press, Bristol.
- Davulcu, E., & Mazıcı, E. T. (2018). "İletişim Araştırmalarında 2006-2016 Yılları Arasında Yapılan Doktora Tezlerine İlişkin Bir Durum Değerlendirmesi", Karadeniz Teknik Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi, 5(15): 55-73.
- Dursun, Ç. (2004). "Türkiye'de Haber ve Habercilik Çalışmalarının Genel Bir Değerlendirmesi (1980-2003)", (Ed. Çiler Dursun), Haber Hakikat ve İktidar İlişkisi, ss. 89-147, Elips Kitapları, Ankara.
- Gobble, M. M. (2018). "Digital Strategy and Digital Transformation", Research-Technology Management, 61(5): 66-71.
- Gore, A. (1998). "The Digital Earth", Australian Surveyor, 43(2): 89-91.
- İnceoğlu, Ç. (2014). "Türkiye'de Sinemayı Konu Alan Doktora Tezleri Üzerine Bibliyometrik Bir Çözümleme", İleti-ş-im, 21: 31-50.
- Marshall, G. (1999). Sosyoloji Sözlüğü, Bilim Sanat Yayınları, İstanbul.
- Merriam, S. B. (2018). Nitel Araştırma, (Çev.: Selahattin Turan), Nobel Yayıncılık, Ankara.
- Okay, A., & Okay, A. (2008). "Undergraduate and Graduate Public Relations Education in Turkey: A Quantitative Study of Dissertations Contributions to Public Relations Field (1984-2007)", Selçuk İletişim Dergisi, 5(2): 1-14.
- Phelan, T. (2000). "Bibliometrics and The Evaluation of Australian Sociology", Journal of Sociology, 36(3): 345-363.
- Pritchard, A. (1969). "Statistical Bibliography or Bibliometrics", Journal of Documentation, 25(4): 348-349.
- Sassen, S. (2017). "Preface", (Ed. Jassie Daniels, Karen Gregory ve Tressie Cottom), Digital Sociologies, ss. viii-ix, Policy Press, Bristol.
- Şahin, T., & Ocak, S. (2019). "Türkiye'de Sağlık Yönetimi Disiplininde Yürütülen Tezlerin Bibliyometrik Analizi", Hacettepe Sağlık İdaresi Dergisi, 22(3): 543-558.
- Tekneçi, P. (2013). "Türkiye Adresli Spor Alanındaki Bilimsel Yayınların Bibliyometrik Analizi", Pamukkale Spor Bilimleri Dergisi, 4(3): 76-91.
- Tektaş, Ö. Ö., Camgöz, M. S., & Metin, İ. (2010). "Akademik Atıf Tarzı: Türkiye ve İngiltere Karşılaştırması", Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi, 21(1): 17-26.
- Tokgöz, O. (2006). "Türkiye'de İletişim Araştırmalarında İletişim Eğitiminin Rolü ve Önemi", Küresel İletişim Dergisi, 1: 1-12.
- Uyanık, E. (2016). "İletişim Araştırmalarının Tarihçesine Bakış", İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi 42: 58-76.
- Yılmaz, R. A., & Uzoğlu, S. (2003). "An Analysis of Thesis And Dissertations On Advertising And Public Relations In Turkey" 1th International Symposium Communication in the Millennium, University of Texas at Austin, Anadolu Üniversitesi, İstanbul Üniversitesi, 403-416, Austin.
- Yılmazel, Ö. (2019). "Anadolu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi'nin Bibliyometrik Analizi", Anadolu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 20(1): 1-13.