

Web Of Science Veri Tabanında Sosyal Medya Dünyasında, Rekreatif Etkinlikler ve Turizm Konulu Makalelerin Bibliyometrik Analizi

Sude KILINÇ^{1*}, Lukman ÖNEN², Nahide Betül ÖZKAN³, Mehmet DEMİREL⁴

¹Turizm Fakültesi, Necmettin Erbakan Üniversitesi, Konya, Türkiye, sudekilinc@outlook.com, ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-6473-0374>

²Turizm Fakültesi, Necmettin Erbakan Üniversitesi, Konya, Türkiye, onen.lukman@gmail.com, ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-4082-9107>

³Turizm Fakültesi, Necmettin Erbakan Üniversitesi, Konya, Türkiye, nahidebetulozkan@gmail.com, ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-8245-6532>

⁴Turizm Fakültesi, Necmettin Erbakan Üniversitesi, Konya, Türkiye, mehmetdemirel78@gmail.com, ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-1454-022X>

Özet

Teknolojinin baş döndürücü bir hızla gelişmesi, bireylerin günlük yaşam pratiklerinin olduğu kadar boş zaman faaliyetlerini de önemli ölçüde etkilemiştir. Bu bağlamda, internet, sosyal medya ve mobil uygulamalar aracılığıyla bireylerin rekreatif etkinliklere erişimi artmış; bu etkinlikleri keşfetme, deneyimleme ve paylaşma süreçleri daha kolay ve yaygın hale gelmiştir. Dijitalleşmenin bu yönü, hem bireysel hem de toplumsal düzeyde rekreatif anlayışının dönüşmesine neden olmuştur. Bu çalışma, 2015-2025 yılları arasında Web of Science (WoS) veri tabanında yer alan “recreation”, “social media” ve “tourism” anahtar kelimeleriyle taranan 324 makaleye dayanmaktadır. Çalışmanın temel amacı, rekreatif ile sosyal medya etkileşiminin tarihsel sürecini ortaya koymak ve bu alandaki akademik üretimi bibliyometrik analiz yöntemiyle değerlendirmektir. Yeni araştırma konularını tespit edebilmeyi mümkün kılan bibliyometrik analizler, araştırmacılar arasında iş birliğinin artırılmasına da olanak tanımaktadır. Bu yöntemle, literatürdeki boşluklar net bir şekilde belirlenebilmekte ve gelecekte yapılacak çalışmalara yön verilebilmektedir. Bu doğrultuda çalışmada, VOSviewer yazılımı kullanılarak yayınların yıllara, ülkelere, dergilere, anahtar kelimelere, atıf sayılarına, yazarlara ve kurumlara göre dağılımı analiz edilmiştir. 2020 yılı sonrası yayın sayısında belirgin bir artış gözlenmiş, bu artış pandemi süreciyle birlikte dijital platformların kullanımındaki yükselişle ilişkilendirilmiştir. Yayınların menşei ülkelerine göre atıf ağ haritası oluşturulmuş; en fazla atıf alan ülkeler ABD, İngiltere ve İtalya olarak belirlenmiştir. En çok yayın yapan yazarlar saptanarak bu alandaki öncü araştırmacı ağları haritalandırılmıştır. Anahtar kelime analizinde “social media”, “tourism”, “outdoor recreation” gibi kavramlar ön plana çıkmıştır. Ayrıca, iş birliği analizleri sayesinde yazarlar arasındaki ortak çalışma ağları ve bu ağların hangi temalar etrafında yoğunlaştığı belirlenmiştir. Bu veriler, disiplinler arası çalışmaların arttığını ve sosyal medya ile rekreatif konularının farklı akademik alanlarla kesiştiğini göstermektedir. Dergiler bazında yapılan incelemelerde, en fazla yayına ev sahipliği yapan yayın organları ile yüksek atıf alan makalelerin yayımlandığı dergiler belirlenmiştir. Kullanılan anahtar kelimelerin eş-zamanlı analizleriyle oluşturulan tematik kümeler, alandaki güncel eğilimleri ve gelecekte öne çıkabilecek araştırma konularını ortaya koymuştur. Sonuç olarak bu çalışma, hem içerdiği bibliyometrik analizlerle sosyal medya, turizm ve rekreatif alanındaki akademik gelişimi nicel olarak değerlendirmekte hem de araştırmacılar için yönlendirici nitelikte veriler sunmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Rekreatif, Sosyal Medya, Turizm

Bibliometric Analysis of Articles About Recreational Activities and Tourism in the Social Media World in the Web of Science Database

ABSTRACT

The rapid advancement of technology has significantly influenced not only individuals' daily life practices but also their leisure activities. In this context, access to recreational activities has increased through the internet, social media, and mobile applications, and the processes of discovering, experiencing, and sharing these activities have become easier and more widespread. This aspect of digitalization has led to a transformation in the understanding of recreation at both individual and societal levels. This study is based on 324 articles scanned in the Web of Science (WoS) database between 2015 and 2025 using the keywords "recreation," "social media," and "tourism." The main aim of the study is to reveal the historical process of the interaction between recreation and social media and to evaluate the academic output in this field through bibliometric analysis.

Bibliometric analyses, which make it possible to identify new research topics, also enable increased collaboration among researchers. Through this method, gaps in the literature can be clearly identified, thereby guiding future studies. Accordingly, in this study, the distribution of publications by year, country, journal, keyword, citation count, author, and institution was analyzed using the VOSviewer software. A notable increase in publication numbers was observed after 2020, which is interpreted in relation to the rise in the use of digital platforms during the pandemic. A citation network map was created based on the countries of origin of the publications; the countries receiving the most citations were identified as the USA, the UK, and Italy. The authors with the highest number of publications were determined, and the leading research networks in the field were mapped. The keyword analysis revealed that terms such as "social media," "tourism," and "outdoor recreation" were prominent. Furthermore, collaboration analyses identified the co-authorship networks among researchers and the themes around which these networks are concentrated. These findings indicate that interdisciplinary studies are increasing and that the subjects of social media and recreation intersect with various academic fields. In journal-based analyses, the journals hosting the highest number of publications and the journals in which the most-cited articles were published were identified. The co-occurrence analysis of keywords helped form thematic clusters, revealing current trends and potential future research topics in the field. In conclusion, this study not only quantitatively evaluates the academic development in the fields of social media, tourism, and recreation through bibliometric analysis but also provides guiding data for future researchers

Keywords: Recreation, Social Media, Tourism.

Giriş

Günümüzde hızla büyüyen ve sürekli gelişen teknolojiyle birlikte ortaya çıkan sosyal medya platformları, bireylerin günlük yaşam alışkanlıklarından tüketim pratiklerine, eğlence tercihlerinden, seyahat planlamalarına kadar pek çok alanda etkili olmakta ve çeşitli değişimlere yol açmaktadır. Gelenekselleşen turizm anlayışının, internet ve sosyal medya platformlarının kullanımının artması sonucunda değişime uğradığı bu yeni dönemde bireyler artık sosyal medya platformlarında gördükleri paylaşımlar ve içerikler hakkında daha rahat bilgiye ulaşip etkilendikleri gibi, kendi paylaşımlarıyla da başka bireyleri etkileyerek farklı destinasyonlar ve etkinliklerin dolaylı olarak tanıtımını gerçekleştirmektedirler (Xiang & Gretzel, 2010). Özellikle Instagram, Facebook, Youtube ve TikTok gibi görsel ağırlıklı sosyal medya platformlarının bireylerin tercihleri üzerinde oldukça önemli rol oynadığı görülmektedir.

Turizm ve rekreasyon, bireylerin boş zamanlarını değerlendirme biçimlerini ifade eden iki önemli kavramdır. (Buzlu, 2015) rekreasyonu, bireylerin zorunlu iş ya da ihtiyaçları dışında kalan zamanlarında, hiçbir baskı olmaksızın, tek veya grup halinde katılım gösterdikleri fiziksel veya zihinsel olarak “yenilenmek”, “yeniden yapılanmak” ve “güzel zaman geçirmek” amaçları ile katılım sağladıkları etkinlikler, şeklinde tanımlamıştır. Turizm ise, bireylerin boş zaman, iş veya diğer amaçlarla, genellikle bir yıldan az süreyle ikamet ettikleri yerin dışına yaptıkları seyahatleri ve bu süreçteki faaliyetleri kapsar (Yaylı, 2019). Turizm genellikle seyahat ve konaklama gibi unsurları içerirken, rekreasyon daha çok bireyin bulunduğu çevrede, kısa süreli ve sürekliliği olan etkinlikleri kapsar. Bu nedenle, turizm ve rekreasyon birbirini tamamlayan, ancak farklı özelliklere sahip iki kavramdır (Karaküçük, 2019).

Geleneksel rekreasyon etkinlikleri arasında doğa yürüyüşleri, spor aktiviteleri, kültürel ve sanatsal faaliyetler yer alırken; dijitalleşmenin etkisi ile günümüzde sanal turlar, çevrim içi kültürel etkinlikler, artırılmış gerçeklik deneyimleri gibi birçok yeni nesil rekreasyon türlerinin de ortaya çıktığı görülmektedir. Bu noktada, bireylerin sosyal medya kullanım motivasyonları, Kullanımlar ve Doyumlar Teorisi (Uses and Gratifications Theory UGT) çerçevesinde değerlendirildiğinde, bilgi edinme, toplumsal aidiyet, eğlenme ve kişisel tatmin gibi çeşitli nedenlerle sosyal medyayı aktif biçimde kullandıkları görülmektedir (Katz et al., 1973).

Sanal turlar aracılığı ile bireyler dünyanın farklı noktalarındaki tarihi mekanları ve müzeleri gezebilmekte; online bireysel veya grup spor derslerine katılım sağlayabilmekte, sosyal medya aracılığı ile çeşitli topluluklar ile etkileşim içerisine girebildikleri bir akıllı turizm ortamını da ortaya çıkarmıştır. Yeni bir tür olarak karşımıza çıkan Akıllı Turizm Modeli (Smart Tourism Framework), dijital teknolojilerin turizm deneyimlerini planlama, yaşama ve paylaşma süreçlerinde nasıl bir

dönüşüm yarattığını açıklamaya çalışan bütüncül bir teorik zemin, yenilikçi ve dönüştürücü katkıları tanımlayan bir kavramdır (Gretzel et al., 2015).

Bu değişim ve dönüşüm sadece bireylerin boş zaman aktivitelerini değil aynı zamanda turizm ve rekreasyon sektörünü derinden etkilemekte ve yeniden şekillendirdiği görülmektedir. Turistlerin dijital teknolojilere olan adaptasyonu, destinasyonların dijitalleşmeye uyum süreçleri, sosyal medyanın turistik pazarlamadaki rolü ve dijital rekreasyonun yaygınlaşması gibi konular, akademide giderek artan bir şekilde ilgi görmektedir. Bu bağlamda son yıllarda sosyal medyanın turizm ve rekreasyon tercihleri üzerindeki rolü, akademik çalışmaların yoğunlaştığı başlıca konular arasında yer almaktadır (Sigala & Gretzel, 2017).

Literatürdeki “recreation” “social media” “tourism” konulu yayınların sayısında belirgin bir artış gözlenmekle birlikte, bu üretimin yönelimlerini, ağ yapılarını, tematik kümelerini ve öncül kaynaklarını sistematik olarak haritalayan çalışmaların sayısı sınırlıdır. (Sökmen & Özkanlı, 2018) Bibliyometrik analizin temel amacının herhangi bir disiplin ya da yazılı belgenin gelişimini birtakım parametrelere göre analiz etmek olduğunu belirtmiştir. Akademik literatür haritalaması sağlayan bibliyometrik analizler, yalnızca var olan bilgi birikimini görselleştirmekle kalmamakta, aynı zamanda gelecekteki araştırmalara yön verecek temaları, iş birliklerini ve araştırma boşluklarını da açığa çıkarmaktadır (Donthu et al., 2021); (Zupic & Čater, 2015).

Bu doğrultuda, yapılacak bibliyometrik analizlerin literatüre hem metodolojik katkı sunacağı hem de disiplinler arası iş birliklerini ortaya çıkaracağı düşünülmektedir. Mevcut literatürde sosyal medya ile turizm ve rekreasyon ilişkisini bütüncül olarak ele alan analizlerin dağınık olması, bu alanda kapsamlı bir bibliyometrik haritalamaya olan ihtiyacı ortaya koymaktadır.

Çalışmanın temel amacı; 2015–2025 yılları arasında Web of Science veri tabanında “recreation”, “social media” ve “tourism” anahtar kelimeleriyle indekslenmiş akademik yayınları bibliyometrik analiz yöntemiyle inceleyerek, bu alanlardaki bilimsel yönelimleri, iş birliği yapılarını, etkili yazar ve yayınları, anahtar kelime kümelenmelerini ve tematik gelişim alanlarını ortaya koymaktır. Böylece hem alana ilişkin mevcut eğilimler sayısal temelde haritalanacak hem de sosyal medya eksenli dijital dönüşümün turizm ve rekreasyon disiplinlerine yansısı daha açık bir biçimde analiz edilebilecektir.

Gereç ve Yöntem

Araştırmanın Modeli

Bu araştırma, betimsel bir nitelik taşıyan bibliyometrik analiz çalışmasıdır. Web of Science veri tabanından yararlanılarak gerçekleştirilen bu çalışmada 3 adet değişken ele alınmıştır. Bu değişkenler

“rekreasyon”, “sosyal medya” ve “turizm” (“recreation”, “social media” and “tourism”) anahtar kelimelerinden oluşmaktadır. Bu bağlamda sosyal medyanın, rekreasyon ve turizm ile olan etkileşimini konu alan makaleler araştırmanın temelini oluşturmaktadır.

Araştırmada 2015-2025 yılları arasında “rekreasyon ve sosyal medya” “rekreasyon ve turizm” “sosyal medya ve turizm” ile ilgili makaleler incelenerek bibliyometrik analize tabi tutulmuştur. Bu tarama sonucunda toplam 324 akademik yayın belirlenmiş ve bibliyometrik analiz sürecine dahil edilmiştir. Verilerin analizinde Vosviewer programından yararlanılmış olup, yayınların yıllara göre dağılımı, araştırma alanlarına göre sınıflandırılması, yayın türlerinin belirlenmesi gibi temel bibliyometrik göstergeler değerlendirilmiştir. Buna ek olarak; ortak yazar analizi, ülkelerin atıf bağları, en sık kullanılan anahtar kelimeler, eserlerin ve yazarların bibliyografik eşleşme bağları ile ortak atıf yapılan yazarlar arasındaki ilişkiler analiz edilmiştir. Bu analizler aracılığıyla, alandaki bilimsel üretimin genel görünümü ortaya konmuş; iş birliği ağları, araştırma eğilimleri ve literatürde öne çıkan çalışma odakları hakkında veriler sunulmuştur.

Evren ve Örneklem

Araştırmanın evrenini Web of Science veri tabanında bulunan makaleler oluştururken, araştırmanın örneklemi 2015-2025 yılları arasında “rekreasyon ve sosyal medya” “rekreasyon ve turizm” “sosyal medya ve turizm” ile ilgili çalışmalar oluşturmaktadır.

Veri Toplama Araçları

Bu çalışmada kullanılan veriler, Web of Science (WoS) Core Collection veri tabanından elde edilmiştir. Araştırmanın amacına uygun olarak, konuya ilişkin üç anahtar kelime belirlenmiştir: “recreation”, “social media” ve “tourism”. Bu kavramlar Boolean operatörleri ile birleştirilerek TS = (“recreation” AND “social media” AND “tourism”) sorgusu oluşturulmuş ve arama işlemi gerçekleştirilmiştir. Bu sorgu, ilgili kelimelerin başlık, özet ve anahtar kelime alanlarında geçtiği yayınları kapsamış ve konu bütünlüğü sağlanmıştır.

Elde edilen kayıtlar belirli filtreleme kriterlerine göre sınırlandırılmıştır. Sadece İngilizce dilinde yayımlanan ve “Article, Early Access, Review Article, Proceeding Paper, Book Chapter, Editorial Material, Retracted Publication” türündeki akademik çalışmalar analize dahil edilmiştir. Diğer dillerde yayımlanmış veya farklı türdeki yayınlar dışarıda bırakılmıştır. Bu doğrultuda toplam 324 yayın seçilmiş ve bibliyometrik analiz için uygun format olan “Tab-delimited (Win)” biçiminde dışa aktarılmıştır.

Verilerin Analizi

Toplanan veriler, bibliyometrik analiz yöntemiyle değerlendirilmiştir. Bibliyometrik analiz, belirli bir araştırma alanındaki bilimsel üretimi yapılandırmak, eğilimleri tespit etmek ve araştırma ağlarını görselleştirmek için etkili bir yaklaşımdır (Zupic & Čater, 2015). Yayın sayıları, anahtar kelime dağılımları ve atıf ilişkileri gibi unsurların analizi, alanyazındaki gelişmeleri sistematik bir biçimde inceleme olanağı sunar (Donthu et al., 2021). Analiz sürecinde, bibliyometrik analiz yazılımı olan VOSviewer kullanılmıştır. Bu yazılım, Web of Science, Scopus ve PubMed gibi büyük akademik veri platformlarından elde edilen verilerle çalışabilmekte ve çok boyutlu bibliyometrik haritalar oluşturabilmektedir. VOSviewer ile üç farklı analiz türü gerçekleştirilebilmektedir: ağ görselleştirme, yoğunluk görselleştirme ve yıllara göre haritalandırma (Bulut et al., 2024). Bu çalışma kapsamında ağ görselleştirme yöntemi tercih edilmiş; elde edilen veriler aracılığıyla yazarlar, ülkeler ve anahtar kelimeler arasındaki ilişkiler görselleştirilerek araştırma alanlarının yapısı ortaya konulmuştur.

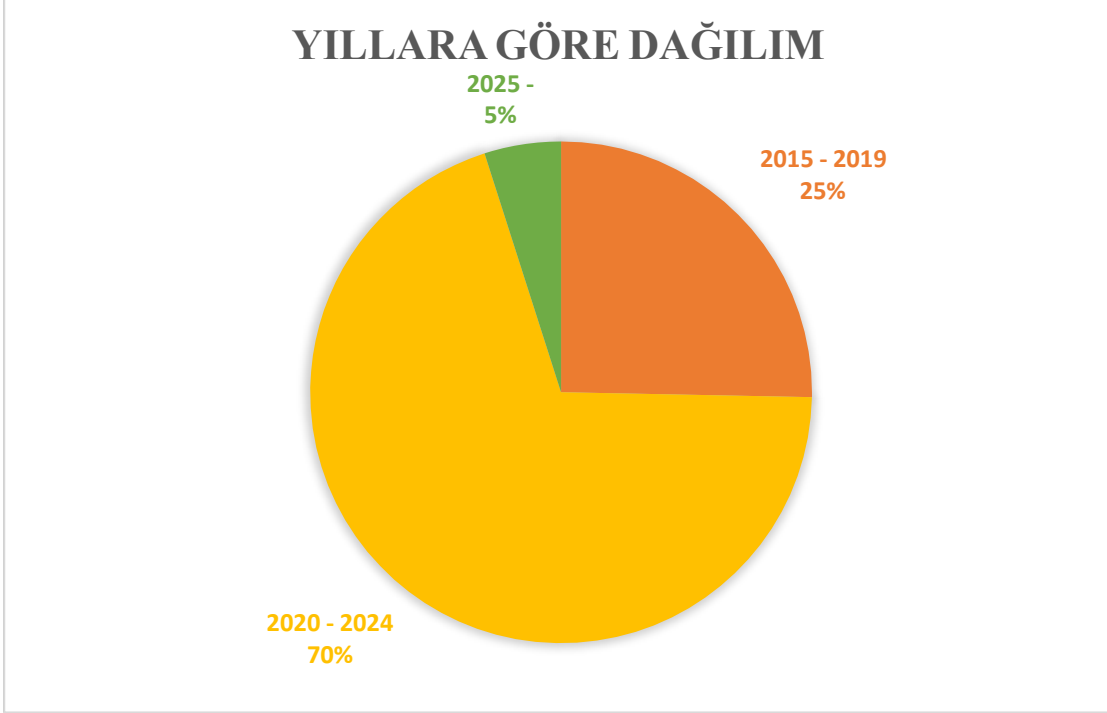
Araştırmanın Etiği

“Web of Science Veri Tabanında Sosyal Medya Dünyasında, Rekreatyonel Etkinlikler ve Turizm Konulu Makalelerin Bibliyometrik Analizi” başlıklı çalışmanın, etik kurul izni gerektirmeyen çalışmalar arasında yer aldığını beyan ederiz.

Bulgular

Araştırma bulguları dahilinde öncelikli olarak Web Of Science platformu üzerinde yayımlanan makalelerin dağılımları ele alınmaktadır. Rekreatyon, Sosyal Medya ve Turizm etkileşimlerini görebilmek amacıyla çalışmalar 5 yıllık periyodlara göre incelenmiştir. Nitekim son periyod 2025 yılı Nisan ayı dahil 10 yıl 4 aylık bir süreyi kapsamaktadır. Çalışmanın bulguları değerlendirilirken son periyodun süresi göz önünde bulundurulması gereken bir durumdur.

Şekil 1. Yıllara Göre Dağılım



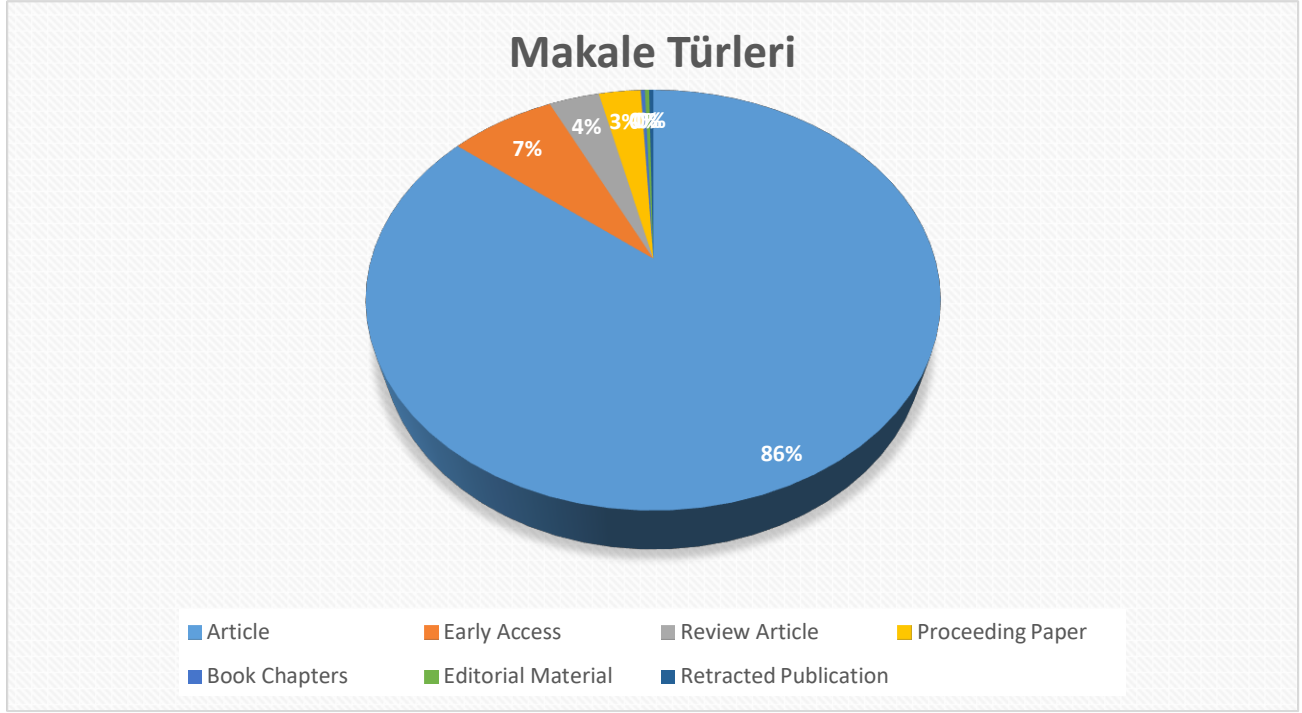
Şekil 1 incelendiğinde Web of Science veri tabanındaki yıllık yayın dağılımı, 2015–2019 yılları arasında toplam 82 yayına ulaşılırken, 2020–2024 yılları arası bu sayı 226’ya yükselmiştir. 2025 yılına ait Nisan ayına kadar olan veriler 16 yayımla sınırlı olup, yılın henüz tamamlanmamış olması bu durumu açıklayabilmektedir. Özellikle 2020 ve 2024 yıllarında yayın sayısında dikkat çekici bir artış gözlemlenmiştir. Bu dağılım, sosyal medya, turizm ve rekreasyon ilişkisine yönelik akademik ilginin son beş yılda belirgin biçimde yükseldiğini ortaya koymaktadır.

Tablo 1. Araştırma Alanlarına Göre Dağılım

Araştırma Alanları	
Misafirperverlik, Rekreasyon (Boş Zaman), Spor Turizmi	183
Çevre Çalışmaları	53
Çevre Bilimleri	51
Ekoloji	25
Coğrafya	20
Yeşil ve Sürdürülebilir Bilim ve Teknoloji	15
Yönetim	11
Disiplinler arası Bilimler	11
Bölgesel Şehir Planlaması	11
Şehir Çalışmaları	11
Biyolojik Çeşitlilik Koruma	10
Fiziksel Coğrafya	10
Ormanlık Alanlar / Ormancılık	7
Sosyoloji	7
Uluslararası İlişkiler	5
Mimarlık	4
İşletme	4
Sosyal Bilimler Disiplinlerarası	4
Su Kaynakları	4
Bilgisayar Bilimleri ve Bilgi Sistemleri	3
Ekonomi	3
Eğitim ve Eğitim Araştırmaları	3
Deniz ve Tatlısu Biyolojisi	3
Okyanus Bilimi	3
Kamu Çevre ve İş Sağlığı	3
Bilgisayar Bilimleri Disiplinler arası Uygulamalar	2
Bilgisayar Bilimleri Teorisi ve Yöntemleri	2
İnşaat ve Yapı Teknolojisi	2
Kalkınma Çalışmaları	2
Çevre Mühendisliği	2
Jeo Bilimler Disiplinler arası	2
İnsan Bilimleri Disiplinler arası	2
Bitki Bilimleri	2
Uzak Algılama	2
Diğer	17

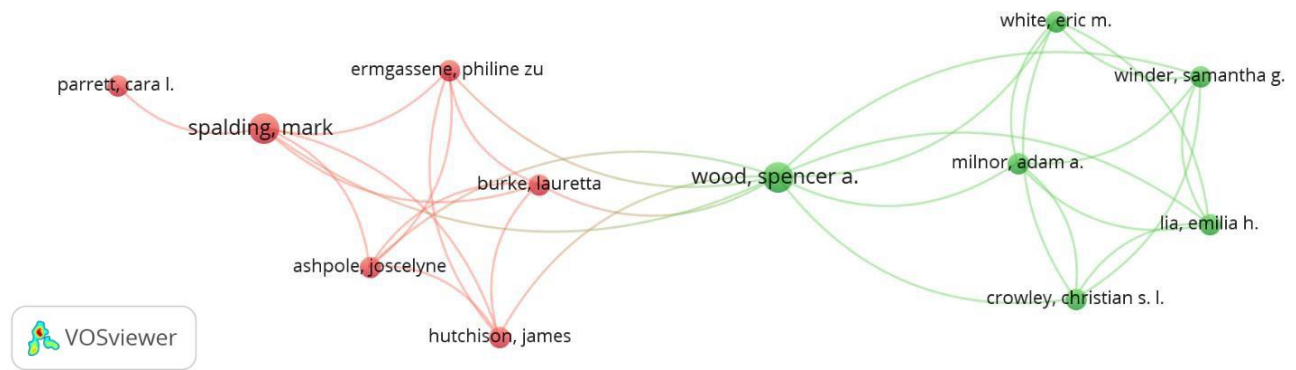
Tablo 1. İncelendiğinde Web of Science veri tabanından elde edilen sonuçlara göre, çalışmaların büyük çoğunluğu “Misafirperverlik, Rekreasyon (Boş Zaman), Spor Turizmi” alanında yoğunlaşmaktadır (183 yayın). Bunu sırasıyla “Çevre Çalışmaları” (53), “Çevre Bilimleri” (51), “Ekoloji” (25) ve “Coğrafya” (20) gibi alanlar takip etmektedir. Toplam sayı, makale sayısına göre olduğu için bu durum her bir yayının birden fazla disiplinle ilişkilendirildiğini göstermektedir. Bu dağılım, sosyal medya, turizm ve rekreasyon konularının yalnızca sosyal bilimler değil; çevre çalışmaları, coğrafya ve ekoloji gibi farklı disiplinlerde de ele alındığını göstermekte; böylece çalışmanın disiplinler arası yapısını açıkça ortaya koymaktadır.

Şekil 2. Makale Türleri



Şekil 2’de sunulan verilere göre, sosyal medya, turizm ve rekreasyon konularında yayımlanan belgelerin büyük çoğunluğu hakemli makale “article” türündedir (301). Bunu sırasıyla “early access” (25) ve “review article” (12) türleri takip etmektedir.

Şekil 3. Ortak Yazar Analizi (Co-authorship of Authors)



Ortak Yazar Analizi (Co-authorship of Authors)

Ortak yazarlık analizi kapsamında, en az bir yayın ve bir atıf ilkesine dayanarak oluşturulan iş birliği ağı, alandaki etkileşim düzeyini ortaya koymaktadır. Atıf sayısına göre en etkili yazarlar sırasıyla Spalding Mark (478), Wood, Spencer A. (429) ve Ashpole, Joscelyne (367) olarak öne çıkmaktadır. Bağlantı gücü açısından en güçlü yazarlar ise Taczanowska, Karolina (11), Wood, Spencer A. (10) ve Smith, Jordan W. (8) şeklinde sıralanmaktadır. Bu sonuçlar hem bilimsel etki hem de ağ içerisindeki yapısal konum açısından belirgin katkı sağlayan yazarları göstermektedir.

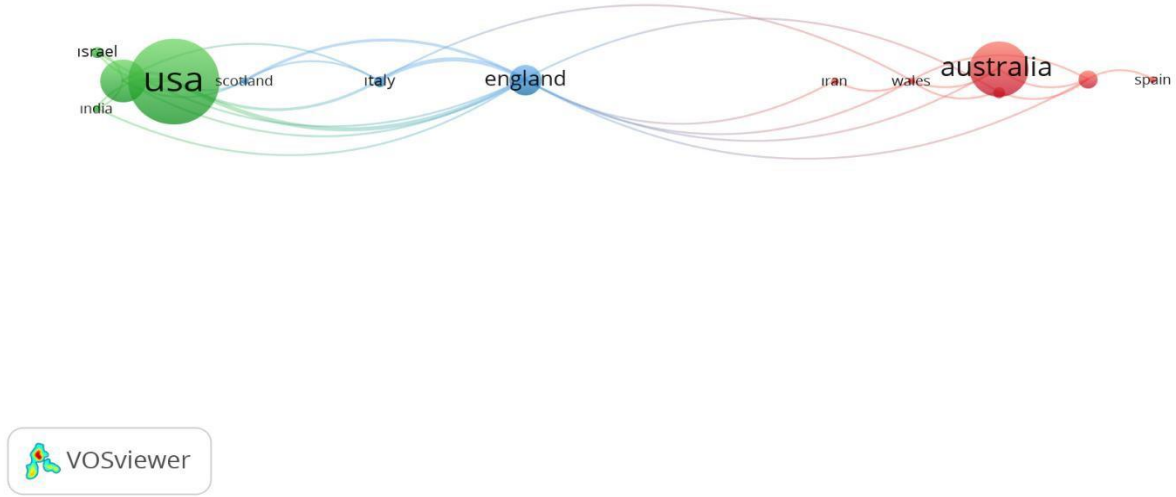
Şekil 4. Yazarların Atıf Bağları



Yazar Atıf Analizi (Citation Of Authors)

Yazar atıf analizi kapsamında, en az bir yayın ve bir atıf ilkesine dayanarak oluşturulan atıf ağı, alandaki akademik etkinin dağılımını ortaya koymaktadır. Atıf sayısına göre öne çıkan isimler arasında Spalding, Mark (478), Wood, Spencer A. (429) ve Ashpole, Joscelyne (367) yer almaktadır. Toplam bağlantı gücü açısından ise Spalding, Mark en yüksek bağlantı gücüne sahipken, onu Wood, Spencer A. izlemektedir. Bu sonuçlar, yalnızca atıf sıklığı açısından değil, aynı zamanda alandaki yapısal etki bakımından da söz konusu yazarların öne çıktığını göstermektedir.

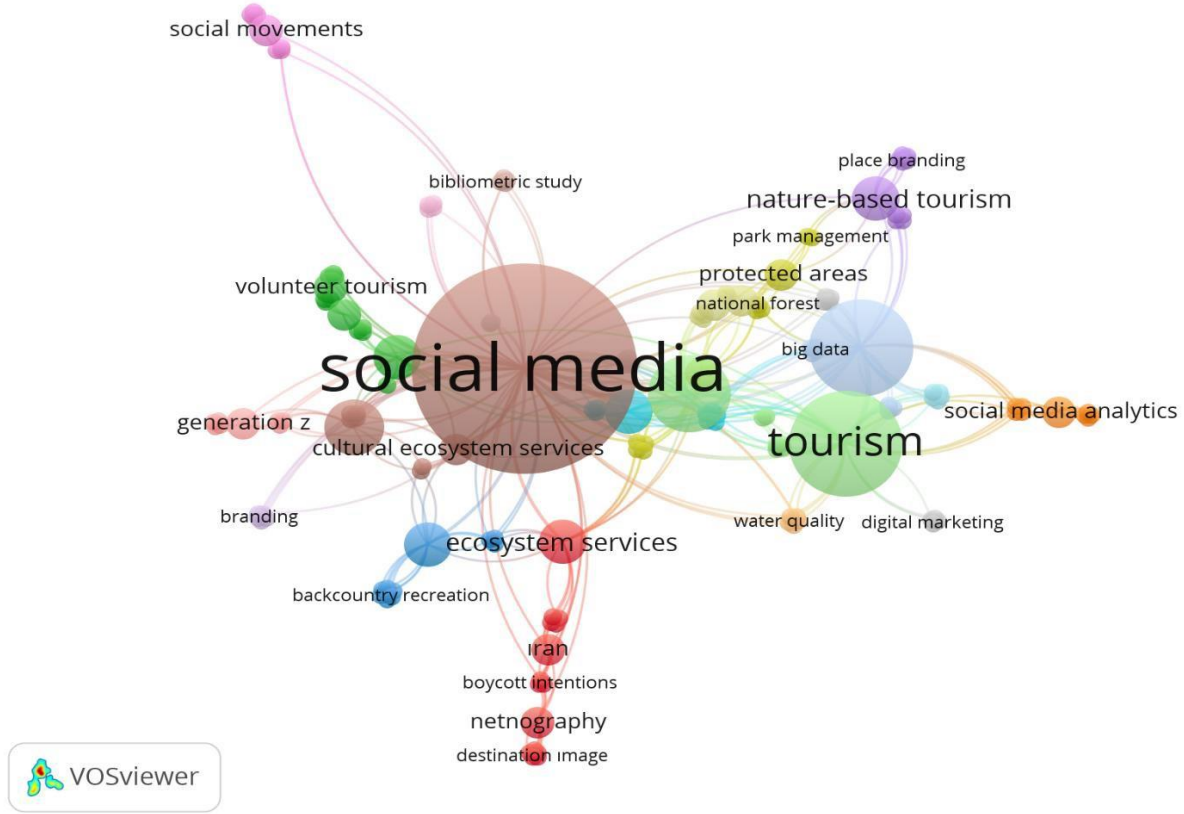
Şekil 5. Ülkelerin Atıf Bağları



Ülkelerin Atıf Analizi (Citation of Countries)

Ülkeler arası bilimsel katkıyı değerlendirmek amacıyla, en az bir yayın ve bir atıf ilkesine dayanarak ülkelere ilişkin atıf ağı oluşturulmuştur. Atıf sayıları açısından öne çıkan ülkeler ABD (769), İngiltere (603) ve İtalya (478) olurken; toplam bağlantı gücüne göre sıralama İngiltere, ABD ve İtalya şeklindedir. Yayın sayısı bakımından ise ABD (14), Avustralya (9) ve Çin (7) ilk üç sırada yer almaktadır. Bu veriler, yalnızca yayın üretimini değil, aynı zamanda yayınların alandaki etkisi ve uluslararası iş birliği boyutları açısından da ülkelerin konumlarını ortaya koymaktadır.

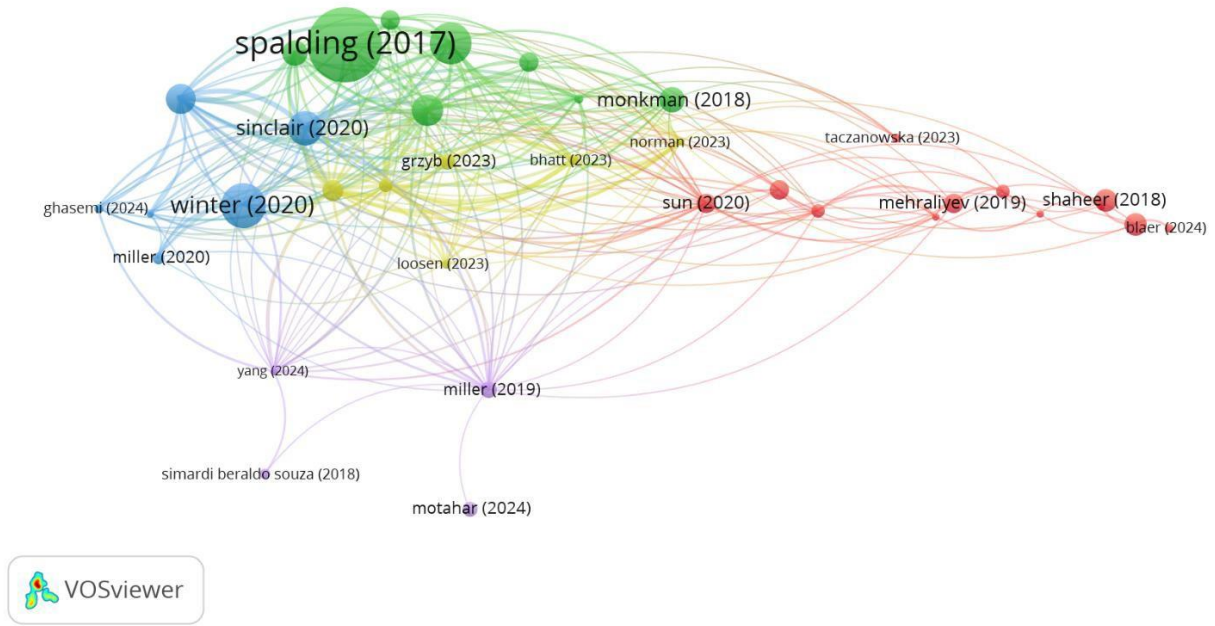
Şekil 6. En Sık Kullanılan Anahtar Kelime Bağları



Anahtar Sözcük Analizi (Co-occurrence of All Keywords)

Tüm anahtar kelimeler temel alınarak oluşturulan eş-oluşum analizine göre, en sık tekrar eden kavramlar arasında Social Media (21), Tourism (9) ve Outdoor Recreation (8) öne çıkmaktadır. Bu anahtar sözcükler, aynı zamanda en yüksek toplam bağlantı gücüne sahip kavramlar olarak analiz haritasının merkezinde konumlanmaktadır. Bu durum, araştırmaların sosyal medya, turizm ve açık hava etkinlikleri arasındaki ilişkiye odaklandığını ve bu üçlü ekseninde kümелendiğini göstermektedir.

Şekil 7. Eserlerin Bibliyografik Eşleşme Bağları

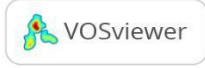
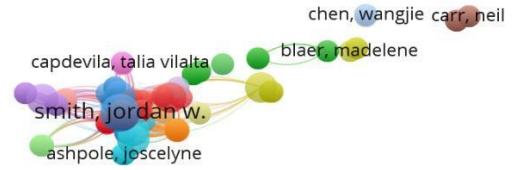


Metinlerin Bibliyografik Eşleşme Analizi (Bibliographic Coupling of Documents)

Bibliyografik eşleşme, iki farklı çalışmanın aynı kaynağa atıf yapması durumunda ortaya çıkan ortak referans ilişkisini ifade etmektedir (Dirik et al., 2023). Analiz sonuçlarına göre, en yüksek eşleşme sayısına sahip yayınlar arasında Spalding (2017) (367), Winter (2020) (133) ve Spalding (2019) (11) yer almaktadır. Toplam bağlantı gücü açısından öne çıkan çalışmalar ise Wood (2020), Zhang (2021) ve Sinclair (2020) olarak tespit edilmiştir. Bu bulgular, söz konusu eserlerin hem alıntı yoğunluğu hem de literatürdeki merkezi konumları açısından önemli bir etkiye sahip olduklarını göstermektedir.

Şekil 8. Yazarların Bibliyografik Eşleşme Bağları

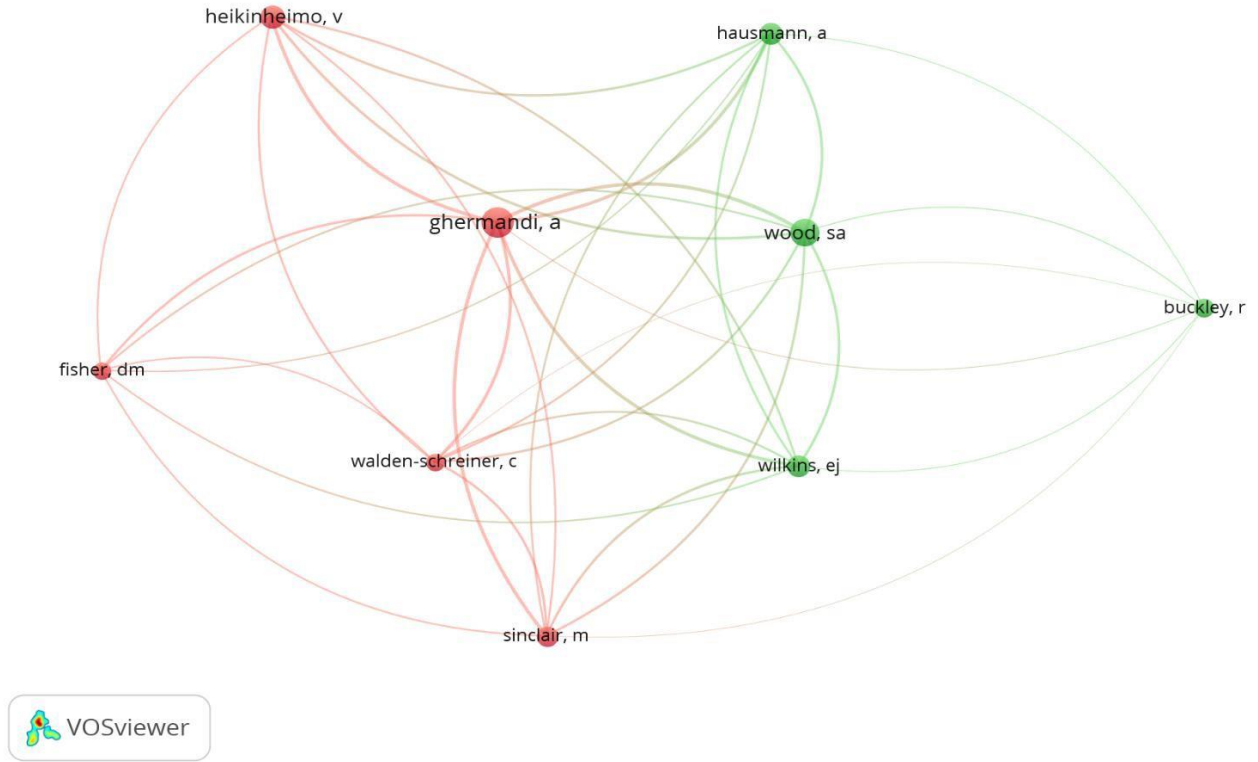
motahar, pooya saeidi



Yazarların Bibliyografik Eşleşme Analizi (Bibliographic Coupling of Authors)

Yazarların bibliyografik eşleşme analizine göre, en yüksek alıntı sayısına sahip isimler Spalding, Mark (478), Wood, Spencer A. (429) ve Ashpole, Joscelyne (367) olarak öne çıkmaktadır. Bağlantı gücü açısından ise Wood, Spencer A. (1117) en yüksek değere ulaşırken, onu Spalding, Mark (757) ve Ashpole, Joscelyne (432) takip etmektedir. Bu bulgular, Wood'un yalnızca atıf sayısı ile değil, aynı zamanda diğer yazarlarla kurduğu bibliyografik ilişki ağıyla da merkezi bir konumda yer aldığını ortaya koymaktadır.

Şekil 9. Ortak Atıf Yapılan Yazarlar Arası Bağlar



Yazarların Ortak Atıf Analizi (Co-citation of Co-authors)

Bir yayında atıf yapılan farklı kaynaklar co-citation (ortak atıf) olarak adlandırılmaktadır (Dirik et al., 2023). En az 10 atıf kriteriyle gerçekleştirilen analizde, öne çıkan yazarlar Ghermandi, A. (29; bağlantı gücü = 168), Wood, S.A. (23; bağlantı gücü = 116) ve Heikinheimo, V. (16; bağlantı gücü = 95) şeklinde sıralanmıştır. Bu sonuçlar, söz konusu yazarların araştırma alanında referans alınan temel çalışmalar üretmiş olduklarını ve literatürdeki kavramsal kümelerin oluşumuna yön verdiklerini göstermektedir.

Tartışma ve Sonuç, Öneriler

Bu araştırma, sosyal medya, rekreasyon ve turizm kavramlarının bibliyometrik yöntemlerle nasıl yapılandığını inceleyerek, literatürdeki ilişkisel bağlarını haritalamayı amaçlamıştır. Web of Science veri tabanında gerçekleştirilen taramalar sonucunda elde edilen bulgular, ilgili temalara yönelik akademik ilginin özellikle son beş yılda belirgin bir artış gösterdiğini ortaya koymaktadır. Bu durum, teknolojik gelişmelerin ve dijital platformların etkilerinin akademik düzeyde daha fazla tartışılmaya başlandığını göstermektedir.

Yayınların yıllara göre dağılımı, 2020 sonrası dönemde literatürde bariz bir yoğunlaşmaya işaret etmektedir. Bu eğilim, sadece dijitalleşmenin hız kazanmasıyla değil, aynı zamanda COVID-19 pandemisiyle birlikte seyahat ve boş zaman pratiklerinin radikal biçimde dönüşmesiyle de açıklanabilir. Nitekim pandeminin bireysel hareketliliği kısıtlaması, sosyal medya üzerinden seyahat deneyimi aktarımlarını daha merkezi hâle getirmiştir (Gretzel et al., 2020). Bu bağlamda, sosyal medyanın yalnızca bir iletişim aracı değil, aynı zamanda bir “rekreasyon alanı” olarak işlev gördüğü söylenebilir. Xiang & Gretzel, (2010) bu süreci, sosyal medya platformlarının destinasyon imajı oluşturmada oynadığı dönüştürücü rol ile açıklamışlardır.

Araştırma alanlarının disiplinler arası çeşitliliği de dikkat çekicidir. Bibliyometrik analiz sonuçlarına göre “Sosyal Bilimler” alanı en yoğun üretimin gerçekleştiği disiplin olurken, “Çevre Çalışmaları”, “Çevre Bilimleri”, “Ekoloji” ve “Coğrafya” gibi alanlar da bu üretime katkı sunmuştur. Bu durum, sosyal medya ve rekreasyon konularının yalnızca teknolojik değil; çevresel, ekonomik ve kültürel boyutlarının da akademik mercek altına alındığını göstermektedir (Munar & Jacobsen, 2014; Pilelienè et al., 2024)

Anahtar kelime eş-oluşum analizinde öne çıkan kavramlar, çalışmanın disiplinler arası niteliğini destekler niteliktedir. “Social Media”, “Tourism” ve “Outdoor Recreation” gibi yüksek bağlantı gücüne sahip terimlerin öne çıkması, araştırmacıların bu temalar etrafında yoğunlaştığını ortaya koymaktadır. "Social Media" teriminin açık ara en fazla tekrarlanan anahtar sözcük olması; bireylerin dijital platformlar üzerindeki davranışlarının turistik ve boş zaman faaliyetleri üzerinde akademik ilginin arttığını göstermektedir. Aynı zamanda “Outdoor Recreation” gibi daha özel alanların dikkat çekmesi, doğa temelli etkinliklerin dijitalleşme bağlamında yeniden ele alındığını düşündürmektedir. Teknoloji destekli turizm deneyimleri, yalnızca bilgilendirme değil, aynı zamanda katılımı artıran ve deneyim derinliğini genişleten bir yapı sunmaktadır (Neuhofer et al., 2014).

Yazar iş birliği ve yazar atıf analizleri, alanda öne çıkan akademik aktörlerin ve ağ yapılarının tespit edilmesine olanak sağlamıştır. Spalding, Wood ve Ashpole gibi isimlerin hem atıf düzeyinde hem de iş birliği düzeyinde yüksek etkileşim sergilemesi, bu yazarların sosyal medya, rekreasyon ve turizm literatürünün merkezinde yer aldığını göstermektedir. Literatürde bu yazarların çalışmalarının ağırlıklı olarak doğa temelli turizm, koruma alanları ve toplumsal katılım gibi temalarda yoğunlaştığı görülmektedir. Bibliyografik eşleşme analizinde de bu yazarların birbirine sıkı biçimde bağlı olduğu görülmektedir. Nitekim (Pilelienè et al., 2024b) yaptıkları çalışmada, turizm alanında yapıların belirginleştiğini çevresel, sosyal ve kültürel konuların merkezî konuma geldiğini vurgulamaktadır.

Ülke ve kurum düzeyindeki analizlerde ise ABD, İngiltere ve Avustralya gibi ülkelerin akademik üretimde ön planda olduğu saptanmıştır. Bu ülkeler yalnızca makale sayısı değil, aynı zamanda atıf gücü ve bağlantı gücü açısından da baskın konumdadır. Bu durum, dijital teknolojilerin turizm ve boş zaman pratikleri üzerindeki etkilerinin daha çok gelişmiş ülkeler tarafından üretildiğini, gelişmekte olan ülkelerin ise literatürde nispeten daha az temsil edildiğini ortaya koymaktadır. Literatürdeki bu dengesizlik, gelecekte yapılacak çalışmalar için önemli bir açılım alanı sunmaktadır. (Moyle et al., 2020) tarafından da vurgulandığı üzere, turizm alanı üzerinde yapılan çalışmalarda epistemolojik dengesizliklerin hâlâ mevcut olduğunu göstermektedir.

Co-citation analizleri de alandaki epistemolojik kümelenmeleri anlamak açısından kritik önem göstermektedir. Ghermandi, Wood ve Heikinheimo gibi isimlerin birlikte atıf aldığı yapılar, sosyal medya kullanımının hem çevresel koruma hem de katılımcı planlama alanları ile ilişkilendirildiğini belirtmektedir. Bu da bize sosyal medyanın yalnızca tüketici davranışlarını değil, aynı zamanda çevresel sürdürülebilirlik ve toplumsal farkındalık gibi alanlarını da etkileme potansiyeline sahip olduğunu göstermektedir (Hausmann et al., 2018).

Son olarak, çalışmanın ortaya koyduğu tematik kümelenmeler, sosyal medya, rekreasyon ve turizmin giderek daha iç içe geçen, çok katmanlı bir yapı oluşturduğunu göstermektedir. Bu kümelenmeler, gelecekte disiplinler arası daha bütüncül analizlerin gerekliliğini ortaya koymakta; sosyal medya etkileşimlerinin yalnızca bireysel tercihler değil, aynı zamanda kolektif kültürel kodlarla nasıl şekillendiğine dair araştırmaların zeminini hazırlamaktadır.

Bu araştırma, sosyal medya, rekreasyon ve turizm kavramlarının birbirleriyle olan etkileşimlerinin bilimsel yazındaki temsiline ışık tutmak amacıyla bibliyometrik analiz yöntemleriyle gerçekleştirilmiştir. Web of Science veri tabanından elde edilen 324 yayının analizine dayanarak, bu üç kavramın akademik düzlemde giderek daha fazla kesişim kümesi oluşturduğu ve disiplinler arası bir araştırma alanına dönüştüğü görülmektedir. Elde edilen sonuçlar, sosyal medya platformlarının yalnızca bir iletişim aracı değil, aynı zamanda bireylerin boş zaman deneyimlerini şekillendiren, yönlendiren ve temsil eden dijital kamusal alanlar haline geldiğini göstermektedir.

Analizler, 2020 sonrası dönemde yayın hacminde gözlemlenen hızlı artışa dikkat çekmektedir. Bu artış hem dijitalleşme sürecinin hızlanması hem de pandemi koşullarının bireysel davranışlar üzerindeki etkileriyle birlikte ele alınmalıdır. Sosyal medya, özellikle görsel tabanlı platformlar aracılığıyla, kullanıcıların destinasyon seçiminden deneyim aktarımına kadar birçok noktada karar alma süreçlerini etkilemektedir. Bu bağlamda çalışma hem turizm karar mekanizmalarının dijitalleşmesini hem de rekreasyonel pratiklerin sosyal medya aracılığıyla temsilini görünür kılmaktadır.

Araştırma alanlarının çeşitliliği, sosyal medya–rekreasyon–turizm etkileşiminin yalnızca teknolojik değil, çevresel, ekonomik ve kültürel boyutlarla da ilişkilendirildiğini ortaya koymuştur. Özellikle “Social Media”, “Tourism” ve “Outdoor Recreation” gibi temaların literatürde güçlü kavramsal kümeler oluşturduğu belirlenmiştir. Bu durum, sosyal medya kullanımının sadece bireysel tercihlere değil, aynı zamanda kolektif bilinç, çevresel farkındalık ve kültürel aktarım gibi alanlara da etki ettiğini göstermektedir. Dolayısıyla çalışma, dijital rekreasyon alanlarının yalnızca tüketim bağlamında değil, aynı zamanda katılım, aidiyet ve sürdürülebilirlik açısından da ele alınması gerektiğini vurgulamaktadır.

Yazar, ülke ve kurum düzeyindeki analizlerde ise literatürel merkezlerin özellikle gelişmiş ülkelerin akademik çevrelerinde yoğunlaştığı tespit edilmiştir. Bu bulgu, küresel bilgi üretiminde yaşanan asimetrik dağılıma işaret etmekte ve gelişmekte olan ülkelerin bu literatürde daha görünür kılınması gerektiğini ortaya koymaktadır. Özellikle Türkiye bağlamında sosyal medya, rekreasyon ve turizm ilişkisine dair daha fazla ampirik ve kavramsal çalışmaya ihtiyaç vardır.

Bu araştırma, yalnızca Web of Science veri tabanına dayanmakta ve belirli anahtar kelimelerle sınırlı bir arama stratejisi izlemektedir. Bu durum, konuyla dolaylı olarak bağlantılı olan veya diğer veri tabanlarında yer alan çalışmaları dışarıda bırakmaktadır. Ayrıca analizde, yayınların içerik düzeyine dair nitel bir değerlendirme yapılmamış; yalnızca yapısal bağlar (atıf, eş-yazarlık vb.) dikkate alınmıştır. Bu sınırlılıklar, çalışmanın genel eğilimlerinin haritalandırılmasında etkili olmasını sağlasa da derinlemesine içerik çözümlemeleriyle desteklenmesi gerektiğini göstermektedir.

Gelecek Çalışmalar İçin Öneriler

- Sosyal medya, rekreasyon ve turizm türlerine göre alan ayrıştırması yapılması
- Veri tabanı çeşitliliği ve kullanılan akademik dil çeşitliliğinin artırılması
- Çalışmanın kapsamı, gelecekteki araştırmalarda konuya ilişkin eğilimlerin daha sağlıklı izlenebilmesi adına en az 10 yılı kapsayan daha uzun dönemli veri setlerinin kullanılması
- İçerik analizi ve söylem çözümlemesi gibi nitel yöntemlerle, çalışmanın derinliğinin artırılması

Sonuç olarak bu çalışma, sosyal medya, rekreasyon ve turizm etkileşimini çok katmanlı bir yapı içinde analiz ederek literatüre disiplinlerarası bir katkı sunmakta ve bu dinamik alanın gelecekteki akademik yönelimleri için önemli bir temel oluşturmaktadır.

Etik Kurul İzin Bilgileri

Anket, mülakat, odak grup çalışması, gözlem, deney, görüşme teknikleri kullanılarak katılımcılardan veri toplanmasını gerektiren nitel ya da nicel yaklaşımlarla yürütülen her türlü araştırmalar, insan ve hayvanların (materyal/veriler dahil) deneysel ya da diğer bilimsel amaçlarla kullanılması, insanlar üzerinde yapılan klinik araştırmalar, hayvanlar üzerinde yapılan araştırmalar, kişisel verilerin korunması kanunu gereğince retrospektif çalışmalar için Etik Kurul İzni gerekmektedir.

“Web of Science Veri Tabanında Sosyal Medya Dünyasında, Rekreatyonel Etkinlikler ve Turizm Konulu Makalelerin Bibliyometrik Analizi” başlıklı çalışmanın etik kurul izni gerektirmeyen çalışmalar arasında yer aldığını beyan ederiz.

Araştırmacıların Katkı Oranları Beyanı

Araştırmacıların çalışmaya katkı oranları birbirleriyle eşittir.

Çatışma Beyanı

Yazarların arasında bu çalışma ile ilgili herhangi bir çatışma ya da çıkar bulunmamaktadır.

Kaynakça

- Buzlu, M. Ö. (2015). Rekreasyon Araştırmaları ve Rekreasyon Bölümleri İçin Araştırma ve Müfredat Kapsamı Önerisi: Bilimetric Bir Çalışma. *Mersin Üniversitesi, Yüksek Lisans Tezi*.
- Dirik, D., Eryılmaz, İ., & Erhan, T. (2023). Post-Truth Kavramı Üzerine Yapılan Çalışmaların VOSviewer ile Bibliyometrik Analizi. *Sosyal Mucit Academic Review*, 4(2), 164–188. <https://doi.org/10.54733/SMAR.1271369>
- Donthu, N., Kumar, S., Mukherjee, D., Pandey, N., & Lim, W. M. (2021). How to conduct a bibliometric analysis: An overview and guidelines. *Journal of Business Research*, 133, 285–296. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2021.04.070>
- Gretzel, U., Fuchs, M., Baggio, R., Hoepken, W., Law, R., Neidhardt, J., Pesonen, J., Zanker, M., & Xiang, Z. (2020). e-Tourism beyond COVID-19: a call for transformative research. *Information Technology and Tourism*, 22(2), 187–203. <https://doi.org/10.1007/S40558-020-00181-3/METRICS>
- Gretzel, U., Sigala, M., Xiang, Z., & Koo, C. (2015). Smart tourism: foundations and developments. *Electronic Markets*, 25(3), 179–188. <https://doi.org/10.1007/s12525-015-0196-8>
- Hausmann, A., Toivonen, T., Slotow, R., Tenkanen, H., Moilanen, A., Heikinheimo, V., & Di Minin, E. (2018). Social Media Data Can Be Used to Understand Tourists' Preferences for Nature-Based Experiences in Protected Areas. *Conservation Letters*, 11(1), e12343. <https://doi.org/10.1111/CONL.12343>
- Karaküçük, S. (2019). Rekreasyon. *Türkiye Turizm Ansiklopedisi, Türk Turizminin Hafızası*.
- Katz, E., Blumler, J. G., & Gurevitch, M. (1973). Uses and gratifications research. *Public Opinion Quarterly*, 37(4), 509–523. <https://doi.org/10.1086/268109/2/37-4-509.PDF.GIF>
- Moyle, B., Moyle, C. Lee, Ruhanen, L., Weaver, D., & Hadinejad, A. (2020). Are we really progressing sustainable tourism research? A bibliometric analysis. *Journal of Sustainable Tourism*, 29(1), 106–122. <https://doi.org/10.1080/09669582.2020.1817048>; WEBSITE: WEBSITE: TFOPB; PAGEGROUP: STRING: PUBLICATION
- Munar, A. M., & Jacobsen, J. K. S. (2014). Motivations for sharing tourism experiences through social media. *Tourism Management*, 43, 46–54. <https://doi.org/10.1016/J.TOURMAN.2014.01.012>
- Neuhöfer, B., Buhalis, D., & Ladkin, A. (2014). A Typology of Technology-Enhanced Tourism Experiences. *International Journal of Tourism Research*, 16(4), 340–350. <https://doi.org/10.1002/jtr.1958>
- Pileliën, L., Grigaliūnaitė, V., & Bogoyavlenska, Y. (2024a). A Bibliometric Review of Innovations in Sustainable Tourism Research: Current Trends and Future Research Agenda. *Sustainability* 2024, Vol. 16, Page 7124, 16(16), 7124. <https://doi.org/10.3390/SU16167124>
- Pileliën, L., Grigaliūnaitė, V., & Bogoyavlenska, Y. (2024b). A Bibliometric Review of Innovations in Sustainable Tourism Research: Current Trends and Future Research Agenda. *Sustainability*, 16(16), 7124. <https://doi.org/10.3390/su16167124>
- Sigala, M., & Gretzel, U. (2017). *Advances in Social Media for Travel, Tourism and Hospitality* (M. Sigala & U. Gretzel, Eds.). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315565736>
- Sökmen, C., & Özkanlı, O. (2018). Gastronomi Turizmi Alanyazının Gelişimi: Journal of Tourism and Gastronomy Studies Dergisinde Yayımlanan Makaleler Üzerine Bir İnceleme (Development of The Gastronomy Tourism Literature: A Research on Journal of Tourism and Gastronomy Studies s Articles). *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 6(2), 99–127. <https://doi.org/10.21325/jotags.2018.204>
- Xiang, Z., & Gretzel, U. (2010). Role of social media in online travel information search. *Tourism Management*, 31(2), 179–188. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2009.02.016>
- Yaylı, A. (2019). *Rekreasyonel Turist*.
- Zupic, I., & Čater, T. (2015). Bibliometric Methods in Management and Organization. *Organizational Research Methods*, 18(3), 429–472. <https://doi.org/10.1177/1094428114562629>