

Spor ve Sosyal Medya Araştırmalarının Bibliyometrik Analizi: Disiplinlerarası Bir Bakış

Bibliometric Analysis of Sports and Social Media Research: An Interdisciplinary Perspective

AXIS World

Journal of Applied Cross-disciplinary
Insights

Cilt / Volume: 2

Sayı / Issue: 1

Nisan / April 2026

Makale ilk gönderim tarihi / Received (First):
10.02.2026

Revizyon / Revision:
25.02.2026

Makale kabul tarihi / Accepted:
10.03.2026

¹Corresponding Author: Asst. Prof. Dr.,
Çukurova University, Faculty of Sports
Sciences, Türkiye, e-mail: mehmetin01@
hotmail.com

²Çukurova University Faculty of Sports
Sciences, Türkiye

Anahtar Kelimeler: Sosyal Medya, Spor,
Bibliyometrik Analiz.

JEL Kodu: L82, L83, C88

Keywords: Social Media, Sports,
Bibliometric Analysis.

JEL Codes: L82, L83, C88

Citation / Atıf: Metin, M. & Zor, S. (2026).
Spor ve Sosyal Medya Araştırmalarının
Bibliyometrik Analizi: Disiplinlerarası Bir
Bakış. *Axis World Journal of Applied Cross-
disciplinary Insights*, 2(1), 1-12. [https://doi.
org/10.71284/axisw.20262101](https://doi.org/10.71284/axisw.20262101)

Axis World Journal is a journal of the Academic Studies Group.
<https://journals.academicianstudies.com/axis>





<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>

Telif Hakkı & Lisans | Copyright & License

The copyright of the works published in our journal remains with the authors, while the journal retains the rights for commercial use. All published works are made available as open access under the *Creative Commons Attribution-NonCommercial-NoDerivatives (CC BY-NC-ND)* license.

Dergimizde yayımlanan çalışmaların telif hakları yazarlara, ticari kullanım hakkı dergimize aittir. Yayımlanan çalışmalar CC-BY-NC-ND lisansı altında açık erişim olarak yayımlanmaktadır.

Mehmet Metin¹  

Saadettin Zor²  

Öz

Bu çalışma, 2010-2025 yılları arasında Web of Science (WoS) veri tabanında yer alan spor ve sosyal medya konulu 1441 akademik yayını bibliyometrik analiz yöntemiyle incelemeyi amaçlamıştır. VOSviewer yazılımı kullanılarak yapılan analizler; tematik evrim, yazarlar, kurumlar, ülkeler, atıf ve yayın eğilimleri üzerine odaklanmıştır. Bulgular, alanın başlangıçta “sosyal medya” ve “spor” anahtar kelimeleri etrafında şekillendiğini, ancak zamanla spor pazarlaması, yönetimi, taraftar katılımı, sporcu refahı ve ileri analitik yöntemlere doğru tematik bir çeşitlenme gösterdiğini ortaya koymuştur. Coğrafi olarak ABD, Avustralya ve İngiltere lider konumda olup; kurumsal düzeyde Griffith University, Indiana University ve Massey University öne çıkmaktadır. Michael Naraine ve Ann Pegoraro en üretken yazarlar olarak belirlenirken, Michelle Hayes ve Andrea N. Eagleman ise en fazla atıf alan araştırmacılar arasında yer almıştır. Özellikle dikkat çeken bir bulgu, “Sport Sciences” kategorisinin 208 yayın ile (%21,18) üçüncü sırada yer almasıdır. Bu, alanın disiplinler arası doğasını vurgulamakta ve sosyal medyanın sporcu performansı, psikolojisi ve sağlığı gibi geleneksel spor bilimi alanlarıyla kesiştiğini göstermektedir. Çalışma, alanın hızlı büyümesine karşın, coğrafi yoğunlaşma, metodolojik sınırlılıklar ve teorik derinlik eksikliği gibi kısıtları olduğunu da ortaya koymaktadır. Gelecek araştırmalar için disiplinler arası işbirliklerinin geliştirilmesi, Batı-dışı bağlamlara odaklanması, ileri analitik yöntemlerin kullanımının yaygınlaştırılması ve spor bilimi perspektifinin güçlendirilmesi önerilmektedir. Bu çalışma, alanın mevcut panoramasını çizerek gelecekteki araştırmalar için kapsamlı bir yol haritası sunmaktadır.

Abstract

This study aimed to examine 1,441 academic publications on sports and social media in the Web of Science (WoS) database between 2010 and 2025 using bibliometric analysis methods. Analyses conducted using VOSviewer software focused on thematic evolution, authors, institutions, countries, citation, and publication trends. The findings reveal that the field initially took shape around the keywords "social media" and "sports," but over time showed a thematic diversification towards sports marketing, management, fan engagement, athlete welfare, and advanced analytical methods. Geographically, the US, Australia, and the UK are in the lead, while at the institutional level, Griffith University, Indiana University, and Massey University stand out. Michael Naraine and Ann Pegoraro were identified as the most prolific authors, while Michelle Hayes and Andrea

N. Eagleman were among the most cited researchers. A particularly noteworthy finding is that the "Sport Sciences" category ranks third with 208 publications (21.18%). This highlights the interdisciplinary nature of the field and shows that social media intersects with traditional areas of sports science such as athlete performance, psychology, and health. The study also reveals that, despite the rapid growth of the field, there are limitations such as geographical concentration, methodological constraints, and a lack of theoretical depth. For future research, it is recommended to develop interdisciplinary collaborations, focus on non-Western contexts, promote the use of advanced analytical methods, and strengthen the perspective of sports science. By outlining the current panorama of the field, this study provides a comprehensive roadmap for future research.

GİRİŞ

Teknolojide yaşanan hızlı dönüşüm, küresel iletişim paradigmalarını temelden değiştirmiş (Reyhan vd., 2025) ve bu değişimin en somut yansıması sosyal medya platformlarında görülmüştür. Başlangıçta bireysel etkileşim araçları olarak ortaya çıkan bu platformlar, zamanla kurumsal stratejilerin ayrılmaz bileşenleri haline gelmiştir (Şirin vd., 2025; Abeza, 2023; Lee ve Na, 2024; Nölleke ve Birkner, 2019). Geleneksel medya sınırlarını aşan Facebook, Twitter (X) ve Instagram gibi platformlar, özellikle spor iletişimi alanında vazgeçilmez bir konuma yerleşmişlerdir (Nölleke ve Birkner, 2019).

Spor, evrensel bir dil olmasının ötesinde, günümüzde küresel çapta milyarlarca dolarlık ekonomik bir endüstriye dönüşmüştür (Şirin; 2021). Bu dönüşümde iletişim ve pazarlamanın rolü yadsınamazdır. Özellikle son yılların en etkili iletişim mecrası olan sosyal medya, spora olan ilgiyi katlanarak artırmış ve spor endüstrisiyle simbiyotik bir ilişki tesis etmiştir (Akkaya, 2016; Filo vd., 2015). Sosyal medya; sporun pazarlama, halkla ilişkiler, taraftar deneyimi, spor medyası ve sporcu kimliği gibi pek çok boyutunu yeniden şekillendirerek, modern spor ekosisteminin merkezinde konumlanmıştır (Metin ve Özoruç, 2024; Abeza, 2023; Sanderson, 2023).

Bu dinamik ve disiplinler arası etkileşim, zengin ve hızla büyüyen bir akademik literatürü beraberinde getirmiştir. Araştırmacılar, sosyal medya-spor kesişimini, "Kullanımlar ve Doyumlar Teorisi", "Sosyal Kimlik Teorisi" gibi çeşitli teorik perspektiflerden incelemiş; spor kulüpleri, sporcular, taraftarlar ve medya gibi farklı paydaşların bu platformları nasıl benimsediği ve dönüştürdüğünü analiz etmiştir. Bununla birlikte, bu ilişkinin ortaya çıkardığı fırsatlar kadar, medya güvenilirliği algısı, spor bahisleri, beden algısı ve sosyal medya bağımlılığı gibi karmaşık etik ve psikososyal zorluklar da literatürde önemli bir yer

tutmaktadır (Brown-Devlin vd., 2025; Holbert ve Holbert, 2025; Klier vd., 2022).

Sosyal medyanın spor alanındaki bu çok katmanlı etkisine dair birikim, alanın metodolojik ve teorik eğilimlerinin, öne çıkan tematik odakların ve gelecek araştırma yönelimlerinin sistematik bir biçimde haritalandırılmasını gerekli kılmaktadır. Mevcut literatür değerlendirmeleri, araştırmaların büyük ölçüde belirli platformlara (özellikle Twitter/X) ve nicel içerik analizi yöntemlerine odaklandığını, teorik çerçevelerin ise çoğunlukla betimleyici düzeyde kullanıldığını göstermektedir (Abeza, 2023; Abeza vd., 2015). Bu bağlamda, spor ve sosyal medya ilişkisine dair yayınlanan çalışmaların gelişimini, tematik yoğunlaşmalarını, önde gelen araştırmacı, kurum ve ülkeleri ortaya koyacak kapsamlı bir bibliyometrik analiz, alanın panoramasını çizmek ve gelecekteki araştırmalar için sağlam bir zemin oluşturmak adına kritik bir boşluğu doldurmayı hedeflemektedir.

Bu çalışmanın temel amacı, Web of Science (WoS) veri tabanında indekslenen, spor ve sosyal medya kesişimini konu alan akademik yayınları bibliyometrik analiz yöntemiyle inceleyerek:

Web of Science Kategorileri değerlendirmek,

Alanın tematik evrimini ve anahtar araştırma kümelerini belirlemek,

En etkili yayınları, yazarları, kurumları ve ülkeleri tespit etmek,

Metodolojik ve teorik eğilimleri değerlendirmek,

Mevcut literatürdeki boşlukları tespit ederek gelecekteki araştırma gündemine yönelik öneriler sunmaktır.

1. METOT

1.1. Araştırma Modeli

Araştırmada nitel araştırma yaklaşımları kapsamında bibliyometrik analiz yöntemi tercih edilmiştir. Bibliyometrik kavramı, kökenini Yunanca “kitap” anlamına gelen biblio ile “ölçme” anlamındaki metric sözcüklerinin birleşiminden almaktadır. Bibliyometrik analiz; bilimsel çalışmaların gelişimini destekleyen, farklı disiplinler arasında karşılaştırma yapmaya imkân tanıyan temel bir yöntem olarak ifade edilmektedir (Çebi, 2025; Samiee ve Chabowski, 2012). Bununla birlikte bu yöntem, akademik yayınların sayısal göstergeler aracılığıyla ölçülmesini ve sistematik biçimde analiz edilmesini sağlayan etkili bir araştırma tekniği olarak öne çıkmaktadır (Metin ve Arslan, 2025; Krauskopf, 2018).

1.2. Veri Toplama Yöntemi

Araştırmada analiz edilen makaleler WoS veri tabanından 2026 yılı 2 Ocak günü elde edilmiştir. WoS veri tabanında “Social Media” ve “sports” anahtar sözcüğü kullanılarak 2010-2025 yıllar arasındaki makaleler taranmıştır. “Sosyal medya” ve “spor” anahtar kelimesi program dilinin İngilizce olması ve uluslararası literatür taraması yapıldığı için “Social Media” and “sports” olarak programa kodlanmıştır “ («social media” (Topic) and «sport (Topic). Tarama sonucunda 1441 yayınlanmış makaleye ulaşılmıştır. Bu çalışmanın bulguları, veri toplama stratejisi gereği, yalnızca Web of Science veri tabanında indekslenen yayınlarla sınırlandırılmıştır; Scopus, ERIC veya disipline özgü diğer veri tabanlarında yer alan çalışmalar analiz kapsamına dâhil edilmemiştir. Bu metodolojik tercihin temel dayanağı, Web of Science’ın uyguladığı titiz indeksleme kriterleri ve yüksek atıf etkisine sahip dergileri kapsayan yapısının, sosyal medya ve spor kesişimindeki akademik literatürün merkezi/çekirdek bilgi üretimini temsil etmede daha tutarlı ve nitelik odaklı bir örneklem sunduğu varsayımdır. Ancak, bu durum aynı zamanda çalışmanın genel geçerliliğini belirli ölçüde sınırlayan bir unsur olarak not edilmelidir.

Öte yandan, benimsenen bibliyometrik analiz yöntemi, bireysel çalışmaların kuramsal derinliği veya içerik detaylarını doğrudan incelemese de, alandaki araştırma yoğunluğu, işbirliği ağları, tematik evrim ve entelektüel yapı gibi makro düzeydeki eğilimleri ve yapısal örüntüleri nesnel ve sistematik bir biçimde ortaya koyma kapasitesi ile güçlü bir metodolojik perspektif sunmaktadır.

1.3. Verilerin Analizi

Araştırma kapsamında elde edilen veriler, VOSviewer (1.6.20) yazılımı aracılığıyla analiz edilmiştir. VOSviewer, “Visualization of Similarities (Benzerliklerin Görselleştirilmesi)” kavramına dayanan bir analiz tekniğini ifade etmekte olup, bu yöntem 2010 yılında Van Eck ve Waltman tarafından geliştirilmiştir. Analiz sonucunda belirlenen 1441 makale; ortak anahtar kelimeler, ortak yazarlık ilişkileri, atıf sayıları, kurumlar, yıllar, ülkeler ve indexler başlıkları altında değerlendirilmiştir. VOSviewer analizleri sonucunda elde edilen görsellerde yer alan düğümlerin büyüklüğü, ilgili unsurun görülme sıklığını temsil etmektedir. Düğümler arasındaki mesafenin azalması ise, yayınlar içerisinde tekrar eden anahtar kelimelerin birlikte kullanılma düzeyinin arttığını göstermektedir.

2. BULGULAR

Araştırmadan elde edilen bulgulardan ilki “sosyal medya” ve “spor” konulu araştırmaların Web of Science Categories dağılımlarına ilişkindir.

Tablo 1. Sosyal Medya ve Spora İlişkin Yayınların Web of Science Kategorileri Bazlı Dağılımı

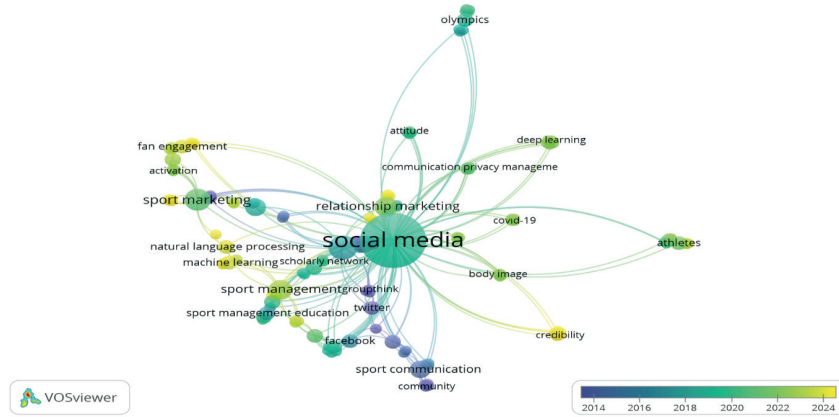
Web of Science Kategorileri	Yayın Sayısı	Yüzde (%)
Hospitality Leisure Sport Tourism	584	59.470%
Communication	312	31.772%
Sport Sciences	208	21.181%
Management	164	16.701%
Sociology	132	13.442%

Tablo 1’ e göre makalelerden 584’ü Hospitality Leisure Sport Tourism (Konaklama, eğlence, spor, turizm), 312’ si Communication (İletişim), 208’i Sport Sciences (Spor Bilimleri), 164’ ü Management (Yönetim) olup 132’si ise Sociology (Sosyoloji) alanında yer almaktadır.

2.1. Anahtar kelimelerin analizi

Anahtar kelime analizi için, ‘tüm anahtar kelimeler’ seçeneği kullanılmış ve minimum oluşum eşiği 5 olarak belirlenmiştir. Benzerlik ölçütü olarak ‘bağlantı kuvveti’ (association strength) seçilmiş ve haritalandırmada VOSviewer’ın varsayılan kümeleme algoritması uygulanmıştır. Görselleştirmede, ağırlıklandırma ‘oluşum sayısı’na göre yapılmıştır.

Şekil 1. Anahtar sözcüklerin bibliyometrik analizi



Yapılan bibliyometrik analiz sonucunda en az 1 defa tekrar edilen anahtar sözcük kriterini sağlayan 179 anahtar sözcüğe ulaşılmıştır. En az 1 defa veya daha fazla tekrar edilen 5 anahtar kelimenin sırasıyla; sosyal medya (n:31, toplam bağlantı gücü:131), spor (n:6, toplam bağlantı gücü:24), facebook (n:3, toplam bağlantı gücü:19), spor pazarlaması (n:5, toplam bağlantı gücü:18) ve spor yönetimi (n:4, toplam bağlantı gücü:17) olduğu görülmektedir (Şekil 1). Toplam bağlantı gücü anahtar sözcüklerin diğer yayınlarda kullanılan anahtar sözcükler ile kaç defa eşleştiği anlamını taşımaktadır.

Zamansal overlay görselleştirmesi, «sosyal medya ve spor» araştırma alanının dinamik ve çok katmanlı evrimini ortaya koymaktadır. Harita, merkezinde yer alan ve erken dönemlerde (2014-2018) yoğunlaşan «sosyal medya» ve «spor» ana düğümlerinden, üç ana tematik kümeye doğru yayılan bir yapı sergilemektedir. Bunlar; pazarlama, yönetim ve iletişim odaklı kavramlardan («spor pazarlaması», «tarafat katılımı», «güvenilirlik»), sporcu refahı ve toplumsal bağlamsal temalardan («sporcular», «beden algısı», «covid-19») ve özellikle turuncu-sarı tonlarda (2020-2024) belirginleşen, ileri analitik ve yapay zeka metodolojilerinden (“makine öğrenmesi”, “derin öğrenme”, “doğal dil işleme”) oluşmaktadır. Bu renk dağılımı, alanın kurumsal ve tanımlayıcı bir evreden, teknoloji odaklı, hesaplamalı ve tahmine dayalı bir paradigmaya doğru keskin bir dönüşüm geçirdiğine işaret etmektedir.

2.3. Yazarların atıf ve yayın analizi

Bibliyometrik analiz sonucunda en az 1 yayın ve 1 atıf sayısı kriterlerine uygun 113 yazar analiz edilmiştir.

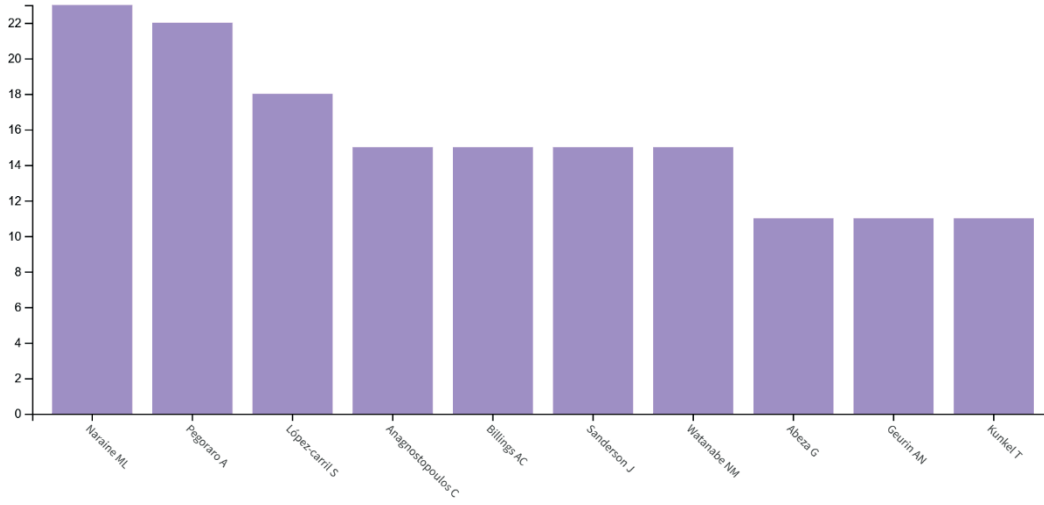
Tablo 2. Sosyal Medya ve Spora İlişkin Atıfların Araştırmacı Bazlı Dağılım Verileri

Araştırmacı	Yayın sayısı	Atıf sayısı	Bağlantı gücü
Michelle Hayes	5	143	12
Andrea N. Eagleman	2	122	3
Constantino Stavros	2	99	6
Kate Westberg	2	99	6
Galen Clavio	2	98	2

Tablo 2 verileri, “sosyal medya ve spor” literatüründeki katkı dağılımının yoğunlaştığı belirli araştırmacıları ortaya koymaktadır. İlk beş araştırmacının yayın sayıları nispeten düşük

olmakla birlikte (2-5 arası), aldıkları atıf sayıları oldukça yüksektir. Bu durum, söz konusu araştırmacıların alanında etkili ve temel kabul gören çalışmalar ürettiğine işaret etmektedir. Özellikle, M. Hayes hem en fazla yayın sayısına (5) hem de en yüksek atıf sayısına (143) sahip olarak literatüre önemli katkı sağladığını göstermektedir. Bağlantı gücü (muhtemelen işbirlikçi ağdaki merkezilik veya ortak yazarlık bağlantı sayısını ifade ediyor) verisi ise araştırmacıların bilgi akışındaki konumlarına dair fikir vermektedir. Hayes (12) ve Stavros ile Westberg (6'şar) yüksek bağlantı gücüne sahipken, Eagleman (3) ve Clavio (2) daha düşük değerlere sahiptir. Bu, bazı araştırmacıların yüksek etkiye sahip az sayıda odaklanmış çalışmayla (Eagleman gibi) katkı verirken, bazılarının (Hayes gibi) hem yayın hem de işbirlikleri aracılığıyla alana daha geniş bir entegrasyonla katkıda bulunduğunu düşündürmektedir.

Şekil 2. Yazarların yayın sayısı



En fazla yayın üreten ilk beş araştırmacıya ait veriler, incelenen alandaki akademik üretimin ve işbirliklerinin merkezinde yer alan kilit aktörleri ortaya koymaktadır; Michael Naraine (n=23) ve Ann Pegoraro (n=22) açık ara ile en üretken yazarlar olarak öne çıkarak alandaki bilgi birikimine en sürekli katkıyı sağladıklarını göstermekte, onları izleyen S. Samuel Lopez-Carril (n=18) ile Christos Anagnostopoulos ve Andrew C. Billings (her biri n=15) ise oldukça yüksek ve birbirine yakın yayın sayılarıyla literatürde oldukça etkin ve görünür bir konumda olduklarını işaret etmektedir. Bu dağılım, alandaki akademik faaliyetin ve muhtemelen işbirlikçi ağların, üretkenliği belirgin şekilde yüksek bir grup lider araştırmacı etrafında yoğunlaştığını gösterir.

2.4. Kurum atıf ve yayın sayısı analizi

Spor ve Sosyal Medya konularında yapılan araştırmaların kurumsal düzeydeki dağılımını belirlemek amacıyla gerçekleştirilen bibliyometrik analizde, en az bir yayın ve bir atıf kriterini karşılayan 71 kurum incelenmiştir.

Tablo 3. Kurumların atıf sayısı

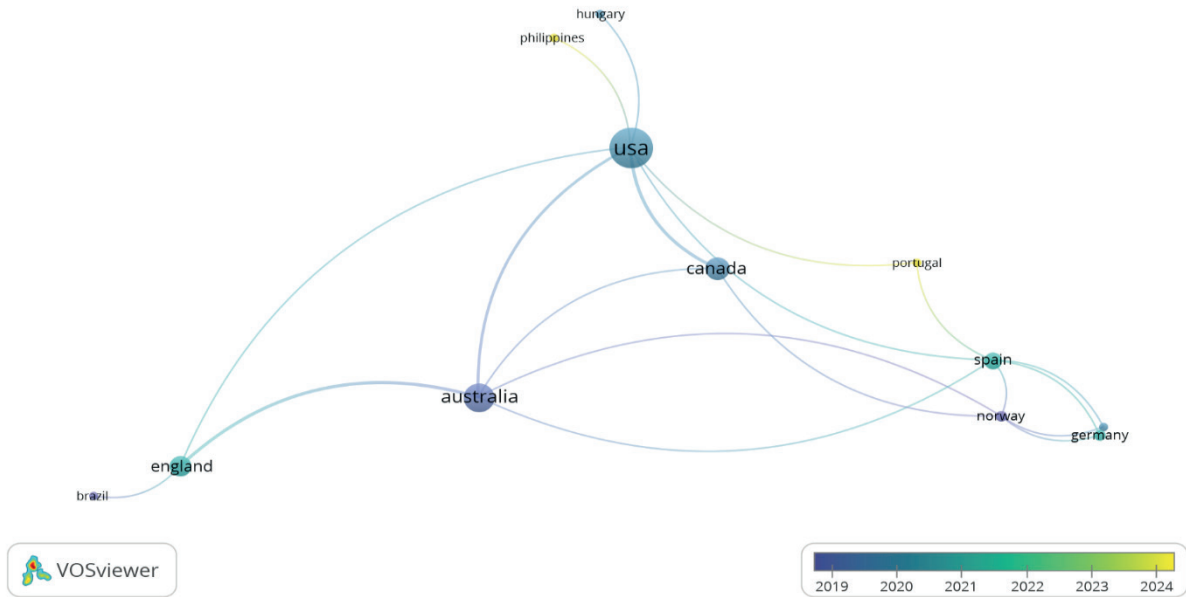
Kurumlar	Atıf sayısı	Yayın sayısı	Bağlantı gücü
Griffith University	143	6	4,00
Indiana University	128	3	2,00
Massey University	122	2	0,00
RMIT University	99	2	2,00
Syracuse University	86	1	1,00

Bibliyometrik analiz sonucunda en fazla atıf sayısına sahip ilk 5 kurum sırasıyla; “Griffith University” (n:6 yayın, n:143 atıf, toplam bağlantı gücü:5), ikinci sırada; “Indiana University” (n:3 yayın, n:128 atıf, toplam bağlantı gücü:2), üçüncü sırada “Massey University” (n:2 yayın, n:122 atıf, toplam bağlantı gücü:0), dördüncü sırada “RMIT University” (n:2 yayın, n:100 atıf, toplam bağlantı gücü:2) ve beşinci sırada “Syracuse University” (n:1 yayın, n:86 atıf, toplam bağlantı gücü:1) olduğu saptanmıştır.

2.5. Ülkelerin yayın ve atıf sayısı analizi

Ülkelerin yayın ve atıf sayısı belirlenirken en az 1 yayın ve 1 atıf oranına göre analiz edilmiş ve sonucunda 21 ülke analize dâhil edilmiştir.

Şekil 3. Ülkelerin yayın sayısı bağlantısı

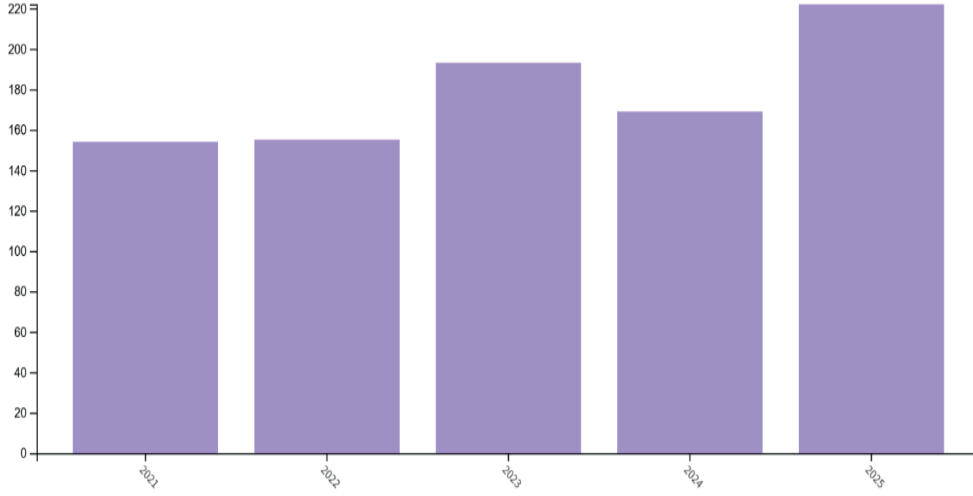


Analiz sonucu en fazla yayın sayısına sahip ilk 5 ülke sırasıyla; Amerika (n:24 yayın, n: 404 atıf, toplam bağlantı gücü:11), Avustralya (n:13 yayın, n:339 atıf, toplam bağlantı gücü:10), Yeni Zelanda (n:2 yayın, n:122 atıf toplam bağlantı gücü:0), Kanada (n:7 yayın, n:104 atıf, toplam bağlantı gücü:6) ve İngiltere (n:6 yayın, n:90 atıf, toplam bağlantı gücü:6) olduğu görülmektedir (Şekil 3).

2.6. Yıllara göre yayın sayısı analizi

Yıllara göre yayın sayısını belirlemek amacıyla gerçekleştirilen bibliyometrik analiz sonuçları Şekil 4’ te yer almaktadır.

Şekil 4. Son 5 Yıla göre yayın sayılarının değişimi

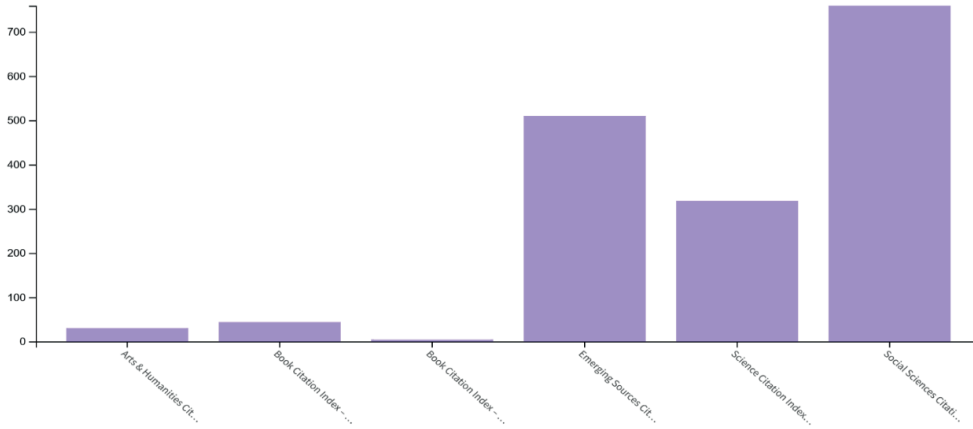


WoS veri tabanında yapılan analiz sonucuna göre sosyal medya ve spor ile ilgili yayınların son 5 yıldaki analiz sonucu 2021 yılında (n:154), 2022 yılında (n:155), 2023 yılında (n:193), 2024 yılında (n:169) ve 2025 yılında (n:219) şeklindedir. Elde edilen sonuçların yıllara göre dağılımı aşağıdaki grafikte sunulmuştur.

2.7. Yayın indexleri analizi

Spor ve Sosyal Medya konularında yapılan araştırmaların yayın index dağılımını belirlemek amacıyla gerçekleştirilen bibliyometrik analiz sonuçları Şekil 5' de yer almaktadır.

Şekil 5. Yayınların İndeks Dağılımı



Analiz edilen yayınların bibliyometrik dağılımı, araştırma alanının ağırlıklı ve baskın bir şekilde sosyal bilimler temelinde (SSCI, n=752) şekillendiğini, ancak önemli ölçüde disiplinlerarası bir karakter sergilediğini ortaya koymaktadır; ikinci sıradaki ESCI (n=501) yayınların dinamik ve gelişmekte olan yayın kanallarında da yer aldığını, SCI-EXPANDED (n=317) ve A&HCI'deki (n=29) kayda değer temsil ise konunun fen ve beşeri bilimler perspektifleriyle kesişimini, diğer indeks (n=48) ise monografik ve derinlemesine teorik katkıların rolünü göstermektedir.

3. SONUÇ ve ÖNERİLER

Bu bibliyometrik analiz çalışması, spor ve sosyal medya kesişiminde üretilen akademik bilginin yapısını, evrimini ve eğilimlerini sistematik bir şekilde ortaya koymayı amaçlamıştır. 2010–2025 yılları arasında Web of Science veri tabanında indekslenen 1441 yayının incelenmesi, alanın hızla genişleyen, disiplinler arası ve dinamik bir araştırma sahası olduğunu göstermiştir.

Anahtar kelime analizleri, alanın tematik merkezinde “sosyal medya” ve “spor” kavramlarının yer aldığını, ancak zaman içinde bu merkezden “spor pazarlaması”, “tarafat katılımı”, “spor yönetimi”, “sporcu refahı” ve “makine öğrenmesi” gibi uzmanlaşmış tematik kümeler doğru bir yayılma gösterdiğini ortaya koymuştur. Özellikle 2020 sonrasında, turuncu ve sarı tonlarda temsil edilen “yapay zeka”, “doğal dil işleme” ve “derin öğrenme” gibi ileri analitik ve hesaplamalı yöntemlere dayalı çalışmaların belirginleşmesi, alanın betimleyici ve kurumsal odaktan, tahmine dayalı ve teknoloji merkezli bir paradigmaya doğru kaymakta olduğunu işaret etmektedir.

Araştırmanın bulguları, spor ve sosyal medya literatüründe belirgin bir coğrafi ve kurumsal yoğunlaşma olduğunu desteklemektedir. Amerika Birleşik Devletleri, hem mutlak yayın sayısı hem de atıf etkisi açısından açık ara lider konumdadır. Avustralya, İngiltere ve Kanada gibi İngilizce konuşulan ülkeler de alana önemli katkı sağlamaktadır. Bu durum, araştırma üretiminin dil, akademik altyapı, finansman olanakları ve spor endüstrisinin gelişmişliği gibi faktörlerle yakından ilişkili olduğunu düşündürmektedir. Kurumsal düzeyde ise Griffith University, Indiana University ve Massey University gibi köklü üniversiteler, yüksek atıf sayılarıyla alandaki bilgi üretiminin ve yayılmasının merkezinde yer almaktadır. Bu yoğunlaşma, alanın küresel bilgi üretiminde merkez-çevre dinamiğine tabi olduğunu göstermekte; Batı-dışı bağlamın, yerel spor kültürleri ve sosyal medya kullanım pratiklerine rağmen literatürde yeterince temsil edilmediğine işaret etmektedir.

Özellikle Web of Science kategorileri analizi, spor ve sosyal medya araştırmalarının disiplinler arası karakterini net bir şekilde ortaya koymaktadır. “Sport Sciences” (Spor Bilimleri) kategorisi, toplam yayınlar içinde 208 makale ile (%21.18) üçüncü sırada yer almaktadır. Bu bulgu, sosyal medya olgusunun sadece iletişim, pazarlama veya yönetim perspektiflerinden değil, aynı zamanda spor bilimlerinin fizyolojik, psikolojik, biomekanik ve antrenman bilimi gibi geleneksel alt disiplinleriyle de kesiştiğini göstermektedir. “Sport Sciences” kategorisindeki yayınların, muhtemelen sosyal medyanın sporcu performansı, motivasyonu, mental sağlığı, beslenme alışkanlıkları, sakatlanma sonrası rehabilitasyon süreçleri ve antrenör-sporcu iletişimi üzerindeki etkilerini incelediği düşünülebilir. Bu kategori altındaki çalışmalar, sosyal medyanın sadece bir pazarlama veya iletişim aracı olmanın ötesinde, sporcunun bedensel ve zihinsel performansını doğrudan veya dolaylı olarak etkileyen bir çevresel faktör olarak ele alındığını işaret etmektedir. Bu durum, spor ve sosyal medya araştırmalarının odağının, kurumsal ve tüketici odaklı bakış açılarından, bireysel sporcu deneyimi ve refahına doğru genişlediğinin önemli bir göstergesidir.

Yazarlar ve işbirlikçi ağlar analizi, alanda iki tip öne çıkan araştırmacı profili olduğunu göstermiştir. Bir yanda Michael Naraine ve Ann Pegoraro gibi yüksek yayın sayısına sahip, üretken ve muhtemelen işbirlikçi ağların merkezinde yer alan araştırmacılar; diğer yanda ise Michelle Hayes ve Andrea N. Eagleman gibi nispeten daha az sayıda ancak yüksek atıf etkisine sahip, alanın teorik ve kavramsal temellerine odaklanan araştırmacılar bulunmaktadır. VOSviewer görselleştirmeleri, bu araştırmacılar arasında güçlü ortak yazarlık bağlantıları olduğunu ortaya koymuştur. Bu yoğun işbirlikleri, bilginin hızla dolaşıma girmesini ve metodolojik yaklaşımların paylaşılmasını sağlayarak alanın dinamik gelişimini besleyen önemli bir faktör olarak değerlendirilebilir.

Metodolojik eğilimlerin incelenmesi, mevcut literatürün ağırlıklı olarak nicel içerik analizi ve anket yöntemlerine dayandığını, teorik çerçevelerin ise çoğunlukla betimleyici düzeyde kullanıldığını göstermiştir. Bu bulgu, Abeza (2023) ve diğerlerinin alandaki metodolojik sınırlılıklara yönelik eleştirileriyle örtüşmektedir. Ancak, 2020 sonrası yayınlarda makine öğrenmesi, ağ analizi ve büyük veri yaklaşımlarının artan görünürlüğü, metodolojik çeşitlilik ve sofistikasyon yönünde umut verici bir eğilime işaret etmektedir. Yayınların indeks dağılımı ise alanın ağırlıklı olarak sosyal bilimler (SSCI) içinde konumlandığını, ancak ESCI, SCI-EXPANDED ve A&HCI gibi farklı disiplinler indekslerde de temsil edildiğini göstermektedir. Bu da spor ve sosyal medya araştırmalarının özünde disiplinler arası bir nitelik taşıdığının bir göstergesidir. "Sport Sciences" kategorisinin varlığı, bu disiplinler arasılığın önemli bir ayağını oluşturmakta ve gelecekteki araştırmalar için spor bilimi metodolojilerinin (deneysel tasarımlar, fizyolojik ölçümler, hareket analizi vb.) sosyal medya çalışmalarına daha fazla entegre edilmesi gerektiğine işaret etmektedir.

Bu bibliyometrik analiz çalışması, yalnızca Web of Science veri tabanında indekslenen İngilizce makalelerle sınırlandırılmış olup, 2010-2025 yılları arasını kapsamakta ve diğer veri tabanları (Scopus, PubMed, ERIC), farklı dillerdeki yayınlar, kitap bölümleri ile konferans bildirileri analiz dışı bırakılmıştır. Ayrıca bibliyometrik yöntemin doğası gereği, bireysel çalışmaların kuramsal derinliği ve metodolojik kalitesi değerlendirilememiş; tarama stratejisinde kullanılan "social media" ve "sports" anahtar kelimeleri, alandaki tüm nüansları (platform veya spor dalı özelleşmeleri) kapsayamamıştır. Veriler 2 Ocak 2026'da toplandığından bu tarihten sonraki yayınlar analize dahil edilmemiş olup, VOSviewer'daki bağlantı gücü değerleri işbirliklerinin niteliği hakkında doğrudan yorum yapma imkânı sunmamaktadır.

Sonuç olarak, bu çalışma spor ve sosyal medya literatürünün hızlı büyüme, tematik çeşitlenme ve metodolojik bir geçiş süreci içinde olduğunu ortaya koymaktadır. Alan, geleneksel iletişim ve pazarlama sorularından, veri odaklı, teknoloji merkezli ve sosyo-etik boyutları derinlemesine inceleyen bir araştırma gündemine doğru evrilmektedir. "Sport Sciences" kategorisinin güçlü temsili, bu evrimin bir parçası olarak, sosyal medyanın sporunun fiziksel ve psikolojik dünyası üzerindeki somut etkilerinin bilimsel olarak araştırılması gerekliliğini vurgulamaktadır. Ancak, bu evrim coğrafi dengesizlikler, teorik derinlik eksikliği ve belirli platformlara/paydaşlara odaklanma gibi sınırlılıklarla birlikte ilerlemektedir. Gelecekteki araştırmalar, bu sınırlılıkları aşmak için eleştirel teorileri daha fazla benimseyebilir, karşılaştırmalı kültürel çalışmaları artırabilir, nitel ve karma yöntemlere daha fazla yer verebilir ve yükselen sosyal medya platformları ile marjinalleşmiş sporcu/tafihtar gruplarını incelemeye odaklanabilir. Ayrıca, "Sport Sciences" perspektifinden yapılacak çalışmaların, sosyal medya kullanımının sporcu performans metrikleri, sakatlanma riskleri, uyku kalitesi ve stres düzeyleri ile olan ilişkisini boylamsal ve deneysel desenlerle incelemesi, alana benzersiz ve uygulamaya dönük katkılar sağlayacaktır. Bu bibliyometrik haritalama, mevcut bilgi birikiminin yapısını anlamak ve söz konusu gelecek yönelimleri şekillendirmek için sağlam bir temel sağlamaktadır.

Etik Onay

Bu çalışma insan katılımcıları, hayvanları veya herhangi bir kişisel veriyi içermemektedir. Bu nedenle etik kurul onayı gerekmemiştir.

Ethical Approval: This study does not involve human participants, animals, or any personal data. Therefore, ethical approval was not required.

Bilgilendirilmiş Onam

Bu çalışma insan katılımcılar, anket veya deneysel veri toplama süreçleri içermediğinden bilgilendirilmiş onam alınmasını gerektirmemektedir.

Informed Consent

Not applicable. This study does not involve human participants, surveys, or experimental data collection; therefore, informed consent was not required.

Finansman

Bu çalışma herhangi bir kurum veya kuruluş tarafından maddi olarak desteklenmemiştir.

Financial Support

The authors received no financial support for the research, authorship, and/or publication of this article.

Çıkar Çatışması Beyanı

Yazarlar, bu makale ile ilgili herhangi bir akademik, finansal, ticari veya kişisel çıkar çatışması bulunmadığını beyan eder. Makalenin hazırlanma sürecinde hiçbir kurum veya kişi tarafından sonuçları etkileyecek nitelikte destek alınmamıştır.

Conflicts of Interest

The author(s) declare that there is no academic, financial, commercial, or personal conflict of interest related to this article. No support that could influence the results was received during the preparation of this study.

Yazar Katkıları

Kavramsallaştırma: [M.M] ve [S.Z], Metodoloji ve Yazılım: [M.M, S.Z.], Doğrulama: [M.M], Biçimsel Analiz: [S.Z], Araştırma: [M.M], Kaynaklar ve Veri Derleme: [M.M] ve [S.Z], Yazım – Orijinal Taslak Hazırlama, İnceleme ve Düzenleme: [M.M] ve [S.Z]. Tüm yazarlar makalenin son halini okumuş ve onaylamıştır.

Author Contributions

Conceptualization: [M.M] and [S.Z], Methodology & Software: [M.M,S.Z.], Validation: [M.M], Formal Analysis: [S.Z], Investigation:

[M.M], Resources & Data Curation: [M.M] and [S.Z], Writing – Original Draft Preparation, Review & Editing: [M.M] and [S.Z]. All authors have read and agreed to the final version of the manuscript.

Veri Erişilebilirliği Beyanı

Bu çalışmanın bulgularını destekleyen veriler, talep üzerine ilgili yazardan temin edilebilir.

Data Availability Statement

The data that support the findings of this study are available from the corresponding author upon reasonable request.

KAYNAKÇA

Abeza, G. (2023). Social media and sport studies (2014–2023): A critical review. *International Journal of Sport Communication*, 16(3), 251–261.

Abeza, G., O'Reilly, N., Séguin, B., & Nzindukiyimana, O. (2015). Social media scholarship in sport management research: A critical review. *Journal of Sport Management*, 29(6), 601–618.

Brown-Devlin, N., Tao, J., Imbrogno, C., Butterbaugh, N., Liu, X., Memon, L., Acaf, Y., & Anderson, J. (2025). Examining sports media credibility, bias, political identification, and fandom using a repeated cross-sectional survey. *Communication & Sport*. Gelişmiş çevrimiçi yayın. <https://doi.org/10.1177/21674795241293600>

Çebi, B. (2025). Erken çocukluk döneminde dijital okuryazarlık araştırmalarının yapısal ve tematik görünümü: Web of Science tabanlı bir bibliyometrik inceleme (2006-2025). *Axis World Journal of Applied Cross-disciplinary Insights*, 1(1), 43-55.

Filo, K., Lock, D., & Karg, A. (2015). Sport and social media research: A review. *Sport Management Review*, 18(2), 166–181.

Holbert, R. L., & Holbert, L. G. (2025). Social media news as a predictor of sports gambling salience, attitudes, and behaviors in the United States. *Communication & Sport*, 13(3), 398–418.

Klier, K., Rommerskirchen, T., & Brixius, K. (2022). #fitspiration: A comparison of the sport-related social media usage and its impact on body image in young adults. *BMC Psychology*, 10(1), 320. <https://doi.org/10.1186/s40359-022-01028-8>

Krauskopf, E. (2018). A bibliometric analysis of the Journal of Infection and Public Health: 2008–2016. *Journal of Infection and Public Health*, 11(2), 224–229. <https://doi.org/10.1016/j.jiph.2017.12.011>

Lee, Y., & Na, S. (2024). Fear of missing out: An antecedent of online fan engagement of sport teams' social media. *Communication & Sport*, 12(5), 908–937.

Metin, T., & Arslan, İ. (2025). Satın alma davranışına ilişkin yayınların Vosviewer ile bibliyometrik analizi. *Akademik Araştırmalar ve Çalışmalar Dergisi (AKAD)*, 17(32), 294–305. <https://doi.org/10.20990/kilisiibfakademik.1510740>

Metin, M. & Özoruç, S. (2024). Sporda teknolojik değişim: Dijital çağın sporla buluşması. G. Özen (Eds.), *Spor & Bilim 2024-I*, 35-50. Efe Akademi.

Nölleke, D., & Birkner, T. (2019). Bypassing traditional sports media? Why and how professional volleyball players use social networking sites. *Studies in Communication and Media*, 8(3), 287–310.

Reyhan, S., Özoruç, S., & Çınar, Y. (2025). Examination of high school students' nomophobia and adolescent self-confidence levels. *Mediterranean Journal of Sport Science*, 8(3), 513-525, <https://doi.org/10.38021/asbid.1690789>

Samiee, S., & Chabowski, B. R. (2012). Knowledge structure in international marketing: A multi-method bibliometric analysis. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 40(2), 364–386. <https://doi.org/10.1007/s11747-011-0296-8>

Sanderson, J. (2023). Critiquing the social media scholarship in sport studies: Looking beyond content and adopting critical approaches. *International Journal of Sport*

Communication, 16(3), 262–265.

Şirin, T. (2021). Futbol eğitim ve istihdam. M. Kaldırımçı & O. Mızrak (Eds.), *Bilimsel spor 2* (1. bs., ss. 39-53). Gece Kitaplığı.

Şirin, T., Eryılmaz, F., Eratlı Şirin, Y., Aydın, Ö., & Metin, M. (2025). Social media analysis in the context of the social responsibility approach of football fan groups. *Frontiers in Psychology*, 16, 1521688. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2025.1521688>

Van Eck, N. J., & Waltman, L. (2010). Software survey: VOSviewer, a computer program for bibliometric mapping. *Scientometrics*, 84(2), 523–538. <https://doi.org/10.1007/s11192-009-0146-3>