DİJİTAL DÖNÜŞÜMÜN EKSENİNDE: YAPAY ZEKÂ VE SOSYAL MEDYA KONULU ÇALIŞMALARIN BİBLİYOMETRİK ANALİZİ

AT THE AXIS OF DIGITAL TRANSFORMATION: A BIBLIOMETRIC ANALYSIS OF RESEARCH ON ARTIFICIAL INTELLIGENCE AND SOCIAL MEDIA

Melis KARAKUŞ

144

Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi
Yıl: 2026, Sayfa: 1-14

Makale Türü: Araştırma Makalesi

DOI: 10.35379/cusosbil.1696717

Geliş Received: **10.05.2025**
Kabul Accepted: **04.11.2025**

DİJİTAL DÖNÜŞÜMÜN EKSENİNDE: YAPAY ZEKÂ VE SOSYAL MEDYA KONULU ÇALIŞMALARIN BİBLİYOMETRİK ANALİZİ

AT THE AXIS OF DIGITAL TRANSFORMATION: A BIBLIOMETRIC ANALYSIS OF RESEARCH ON ARTIFICIAL INTELLIGENCE AND SOCIAL MEDIA

Melis KARAKUŞ [1]

Anahtar Kelimeler:
Yapay Zeka,
Sosyal Medya,
Bibliyometrik Analiz,
Deepfake,
Nefret Söylemi.

Keywords:
Artificial Intelligence,
Social Media,
Bibliometric Analysis,
Deepfake,
Hate Speech.

ÖZ

Dijitalleşmenin ivme kazandığı günümüz bilgi toplumunda, yapay zekâ teknolojileri yaşamın çeşitli alanlarına entegre olurken, sosyal medya platformları da bireylerin gündelik pratiklerinin ayrılmaz bir parçası haline gelmiştir. Yapay zekâ ile sosyal medya teknolojilerinin giderek daha fazla etkileşim içine girmesi, bu iki alanın kesişim noktasında yürütülen akademik çalışmaların da artmasına neden olmuştur. Bu çalışma, yapay zekâ ve sosyal medya temalı bilimsel yayınların genel eğilimlerini, yapısal ilişkilerini ve odaklandıkları konuları ortaya koymak amacıyla bibliyometrik bir analiz olarak gerçekleştirilmiştir. Çalışmada, Web of Science veri tabanında yer alan ve 2376 araştırma makalesinden oluşan veri seti bibliyometrik yöntemle incelenmiş; VOSviewer yazılımı aracılığıyla sözcük ağları ve işbirliği haritaları oluşturulmuştur. Elde edilen bulgular, özellikle Amerika Birleşik Devletleri ve Birleşik Krallık gibi ülkelerdeki araştırmacıların bu alana yoğun ilgi gösterdiğini ve bu ülkelerin literatürde belirleyici aktörler olduğunu ortaya koymaktadır. Alan dağılımı açısından bakıldığında, çalışmaların büyük ölçüde bilgisayar bilimleri ve mühendislik disiplinlerinde yoğunlaştığı, yayımlanan makalelerin ve bunlara yapılan atıfların son yıllarda belirgin biçimde artış gösterdiği tespit edilmiştir. Ortak anahtar kelime analizleri sonucunda, çalışmaların genel olarak teknik ve uygulamalı konulara odaklandığı, ancak "sahte haber", "deepfake" ve "nefret söylemi" gibi yapay zekâ ve sosyal medya kesişiminde yer alan önemli toplumsal meselelerin araştırmalarda yeterince temsil edilmediği gözlemlenmiştir.

ABSTRACT

In today's rapidly digitalizing world, artificial intelligence (AI) technologies are being increasingly integrated into various aspects of daily life, while social media platforms have become indispensable components of everyday practices. As AI and social media technologies converge, academic interest in the intersection of these two domains has significantly intensified. This study was conducted as a bibliometric analysis to reveal the general trends, structural relationships, and thematic focuses of scientific publications addressing artificial intelligence and social media. This study conducts a bibliometric analysis of 2,376 research articles indexed in the Web of Science database, employing VOSviewer software to generate co-authorship and keyword co-occurrence network maps. The findings reveal that researchers from countries such as the United States and the United Kingdom are leading contributors to this field, reflecting their prominent position in shaping the global literature. In terms of disciplinary focus, the studies are predominantly situated within the domains of computer science and engineering, and a noticeable increase in both publication and citation numbers has been observed in recent years. Keyword co-occurrence analysis indicates a prevailing focus on technical and applied research areas. However, critical societal issues at the intersection of AI and social media -such as fake news, deepfakes, and hate speech - remain underrepresented in the existing body of literature.

[1] Dr. Öğretim Üyesi, Uşak Üniversitesi, İletişim Fakültesi, melis.karakus@usak.edu.tr, Orcid No. 0000-0002-5758-7792

Alıntılamak için/Cite as: Karakuş M. (2026). Dijital Dönüşümün Ekseninde: Yapay Zekâ Ve Sosyal Medya Konulu Çalışmaların Bibliyometrik Analizi, Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, s.1-14.

GİRİŞ

Sanayi Devrimi'nden bu yana teknoloji alanında kayda değer bir dönüşüm yaşanmıştır. Özellikle 20. yüzyılın ikinci yarısından itibaren dijitalleşmenin ivme kazanmasıyla birlikte insan gücüne dayalı birçok emek yoğun ve karmaşık işlev, otomasyon teknolojileri aracılığıyla makinelere devredilmiştir. Bu teknolojik dönüşümün en dikkat çekici bileşenlerinden biri olan Yapay Zekâ (YZ), başta üretim ve hizmet sektörleri olmak üzere birçok alanda insan emeğiyle gerçekleştirilen görevlerin yerini alabilecek sistemlerin geliştirilmesini mümkün kılmıştır. YZ, insan zekâsı gerektiren görevleri yerine getirebilen akıllı makineler ve yazılımlar geliştirmeyi hedefleyen, disiplinlerarası nitelikte bir bilimsel ve teknolojik araştırma alanıdır (Russell ve Norvig, 2021).

YZ sistemleri, insanın gerçekleştirdiği çeşitli bilişsel işlevleri – algı, öğrenme, muhakeme ve karar alma gibi – taklit edebilme kapasitesine sahiptir. Bu bağlamda, büyük veri (big data), algoritmik öğrenme, sinir ağları ve doğal dil işleme gibi bileşenler aracılığıyla çok boyutlu bir performans düzeyine ulaşmaktadır (Goodfellow, Bengio ve Courville, 2016). Tarihsel olarak yalnızca bilim kurgu metinlerinde yer alan ya da teknolojinin toplumsal etkilerine ilişkin teorik tartışmalarda gündeme gelen bu kavram, günümüzde gündelik yaşamın ayrılmaz bir parçası haline gelmiştir. Özellikle üretim, sağlık, ulaşım, güvenlik ve eğitim gibi stratejik sektörlerde temel bir rol üstlenen YZ sistemleri, insan kapasitesinin sınırlarını aşan işlevler üstlenerek verimlilik, doğruluk ve hız açısından kayda değer kazanımlar sağlamaktadır (Anjila, 2021; Öztürk, 2024).

Bununla birlikte, YZ alanının doğasına ilişkin teorik ve tanımsal netlik hâlâ tartışmalıdır. Zekâ kavramının felsefi ve bilişsel bağlamlarda hâlâ bütüncül bir uzlaşıya kavuşmamış olması, yapay zekânın sınırlarını belirlemeyi güçleştirmektedir (Fetzer, 1990; Searle, 1980). Bu nedenle, YZ genellikle teknik bir inşa süreci sonucunda bilişsel özellikler kazandırılmış sistemler bütünü olarak değerlendirilmektedir. Bu sistemlerin "yapay" niteliği, doğal ya da evrimsel süreçlerle değil, insan müdahalesiyle tasarlanmış olmalarından kaynaklanmaktadır.

YZ araştırmaları, 1956'da düzenlenen Dartmouth Konferansı ile kurumsal bir nitelik kazanmış ve o tarihten itibaren hem kuramsal hem de uygulamalı düzeyde hızla gelişmiştir (McCarthy ve diğerleri, 2006). Disiplin, özellikle 21. yüzyılın başından itibaren makine öğrenimi, derin öğrenme, doğal dil işleme ve bilgisayarla görme gibi alt alanların ilerlemesiyle daha geniş bir uygulama alanı kazanmıştır. Bu bağlamda YZ, sadece teknik bir gelişme değil, aynı zamanda toplumsal ve kültürel dönüşümlerin de tetikleyicisi haline gelmiştir.

Bu dönüşümün en görünür olduğu alanlardan biri ise sosyal medya platformlarıdır. YZ, sosyal medya algoritmalarının kullanıcı davranışlarını analiz etme, içerik önerme, otomatik etiketleme, bot yönetimi ve duygu analizi gibi çeşitli işlevlerini yönlendiren temel teknolojik bileşen olarak öne çıkmaktadır (Kaplan ve Haenlein, 2019; Kietzmann ve diğerleri, 2011). Özellikle yapay zekâ destekli algoritmaların, sosyal medya kullanıcılarının veri temelli profillemesini yaparak kişiselleştirilmiş içerik sunması, kamusal alanın şekillenmesinde belirleyici bir faktöre dönüşmüştür (Zuboff, 2019). Bu durum hem kullanıcı deneyimini hem de dijital etkileşimi köklü biçimde dönüştürmekte; aynı zamanda mahremiyet, manipülasyon, algoritmik önyargı gibi etik ve politik tartışmaları da gündeme getirmektedir (Gillespie, 2018; O'Neil, 2016).

Bu çalışmanın amacı, yapay zekâ ve sosyal medya kavramları ekseninde uluslararası bilimsel literatürün genel eğilimlerini ve gelişim dinamiklerini bibliyometrik analiz yöntemiyle incelemektir. Bibliyometrik analiz, belirli bir araştırma alanında yayımlanan akademik yayınları, atıf ağlarını, anahtar kavramları ve yazar iş birliklerini sistematik biçimde değerlendirmeyi amaçlayan nicel bir yöntemdir (Aria ve Cuccurullo, 2017). Bu kapsamda çalışma, YZ ve sosyal medya ilişkisine dair bilimsel literatürde hangi temaların öne çıktığını, araştırma üretiminin hangi ülkeler ve kurumlar tarafından yönlendirildiğini ve zaman içindeki gelişim eğilimlerini görünür kılmayı hedeflemektedir. Böylelikle, söz konusu alanda gelecekte yapılacak araştırmalara hem teorik hem de metodolojik düzlemde katkı sağlanması amaçlanmaktadır.

LİTERATÜR TARAMASI

Sosyal Medya ve Yapay Zekâ: Etkileşim, Manipülasyon ve Gelecek Perspektifleri

Sosyal medya, bireylerin karşılıklı etkileşimde bulunduğu, içerik ürettiği ve toplumsal meseleler hakkında görüşlerini paylaştığı dijital platformlar olarak, küresel ölçekte yeni bir toplumsal etkileşim alanı teşkil etmektedir. 21. yüzyılın başlarından itibaren hızlı bir gelişim sergileyen bu platformlar, toplumsal, ekonomik ve siyasal ilişkiler üzerinde dönüştürücü bir etki yaratmaktadır. Sosyal medya, yalnızca bir iletişim aracı olmaktan çıkarak, kullanıcı davranışlarını yönlendiren ve kitlesel etkileşim temelli toplumsal dinamikleri biçimlendiren bir yapı hâline gelmiştir (Castells, 2009). Bu bağlamda, YZ teknolojilerinin sosyal medya platformlarında giderek artan bir biçimde kullanılmaya başlanması, içerik üretiminden denetimine, veri analizinden kullanıcı deneyiminin kişiselleştirilmesine kadar birçok alanda dönüşümü beraberinde getirmiştir (Kietzmann, Paschen, ve Treen, 2018).

YZ, sosyal medya platformlarının teknik altyapısında merkezi bir konumda yer almaktadır. Özellikle makine öğrenmesi ve doğal dil işleme gibi YZ tabanlı yöntemler, kullanıcıların dijital ayak izlerini analiz ederek onların ilgi alanlarına yönelik içerik sunumu gerçekleştirmektedir. Bu bağlamda Facebook, Instagram ve YouTube gibi platformlar, kullanıcıların geçmiş etkileşimlerinden elde ettikleri verileri kullanarak özelleştirilmiş içerik önerileri geliştirmektedir (Gillespie, 2014). Kullanıcıların dijital ayak izlerinden elde edilen büyük veri, algoritmaların tercih ve davranışları öngörmesine olanak tanımakta ve bu süreç kişiselleştirilmiş içerik üretiminin temelini oluşturmaktadır. Böylelikle veri, yalnızca kullanıcı deneyimini şekillendiren bir unsur değil, aynı zamanda gözetim kapitalizminin ekonomik işleyişini de belirleyen bir unsur haline gelmektedir (Zuboff, 2019). Söz konusu algoritmalar, kullanıcıların platformda geçirdiği süreyi artırmakta ve böylelikle platformların ekonomik çıkarları doğrultusunda reklam gelirlerini maksimize etmektedir. Ancak bu algoritmalar, bireyleri yalnızca belirli içerik türlerine yönlendirdiği için bilgi çeşitliliğini sınırlandırmakta ve farklı görüşlere erişimi zorlaştırarak "algoritmik kapanma" (algorithmic enclosure) olgusunu ortaya çıkarmaktadır (Noble, 2018).

YZ algoritmalarının en problemli sonuçlarından biri, dezenformasyonun yaygınlaşmasına katkı sunmasıdır. Etkileşim oranlarını esas alan bu sistemler, kullanıcıları duygusal açıdan çeken, dikkat çekici ya da sansasyonel içeriklere yönlendirmekte ve bu durum, yanlış ya da manipülatif bilgilerin daha hızlı dolaşıma girmesine olanak tanımaktadır (Tufekci, 2018). 2016 ABD Başkanlık seçimleri, sosyal medya üzerinden yayılan sahte haberlerin demokratik süreçleri nasıl etkileyebileceğine dair çarpıcı bir örnek olarak literatürde sıkça referans gösterilmektedir (Allcott ve Gentzkow, 2017). Algoritmaların dezenformasyonu teşvik eden yönleri, toplumsal güveni zedelemekte ve kamuoyunun sağlıklı bilgiye ulaşmasını güçleştirmektedir. Dezenformasyon, kasıtlı olarak yanlış veya yanıltıcı bilgi üretilmesi ve yayılması sürecini ifade eder. Bu kavram, yanlış bilginin (misinformation) aksine, bilinçli ve amaçlı olarak kamuoyunu yanıltma niyetini içerir (Wardle & Derakhshan, 2017).

Sosyal medya şirketleri, bu soruna karşı çeşitli teknolojik önlemler geliştirmeye çalışmaktadır. Örneğin, Facebook ve Twitter gibi platformlar, sahte haberlerin yayılmasını önlemek amacıyla çeşitli fact-checking algoritmaları ve insan denetimi süreçleriyle hibrit bir denetim modeli uygulamaya koymuştur (Gillespie, 2018). "Fact-checking (doğrulama/gerçek kontrolü)" algoritmaları ve insan denetimi süreçleri, sosyal medyada yayılan yanlış bilgilerin önüne geçmeyi hedeflemektedir. Bununla birlikte, bu sistemlerin etkinliği, algoritmaların şeffaflığı, denetim mekanizmalarının hesap verebilirliği ve müdahale kriterlerinin nesnelliği gibi konular üzerinden sorgulanmaktadır (Pennycook ve Rand, 2018). Özellikle siyasal içeriklerde yapılan müdahalelerin tarafsızlık ilkesine aykırı olarak yorumlanması, bu platformlara duyulan güvenin zayıflamasına neden olabilmektedir.

YZ algoritmalarının kullanıcıları yalnızca kendi görüşlerini pekiştiren içeriklere maruz bırakması, Eli Pariser'in (2011) "filtre balonu" kavramıyla açıklanmaktadır. Bu durum, bireylerin farklı düşünce ve perspektiflerle karşılaşma olasılığını azaltmakta ve dijital yankı odaları içerisinde daha kutuplaşmış grupların oluşmasına neden olmaktadır.

Toplumsal diyalogun zayıfladığı ve demokratik tartışma zemininin daraldığı bu ortamlar, yalnızca bireylerin bilgi edinme süreçlerini değil, aynı zamanda demokratik karar alma mekanizmalarını da olumsuz yönde etkilemektedir (Sunstein, 2017).

Öte yandan, YZ teknolojilerinin sosyal medya bağlamında sunabileceği çeşitli fırsatlar da mevcuttur. Makine öğrenmesi modelleri, içeriklerin doğruluğunu analiz edebilmekte, sahte haberleri tanımlayabilmekte ve kullanıcıları güvenilir kaynaklara yönlendirebilmektedir (Baly ve diğerleri, 2018). Bu bağlamda geliştirilen YZ tabanlı doğrulama sistemleri, dijital bilginin niteliğini artırma potansiyeli taşımaktadır. Ayrıca, YZ destekli sohbet botları ve otomatik müşteri hizmetleri uygulamaları, kullanıcı deneyimini daha verimli ve sürdürülebilir hâle getirmektedir (López, 2020).

Bütün bu gelişmeler, YZ ve sosyal medya arasındaki etkileşimin hem fırsatlar hem de riskler içerdiğini göstermektedir. Dijital alanın daha etik, kapsayıcı ve şeffaf bir şekilde yapılandırılması için sosyal medya platformlarının YZ algoritmalarını denetleyen mekanizmalar kurması ve kamuoyuna karşı hesap verebilirliği sağlaması gerekmektedir. Devletlerin bu konuda düzenleyici çerçeveler oluşturması, platformların algoritmik şeffaflık ilkelerine uymasını zorunlu kılması ve kullanıcıların dijital okuryazarlığını artıracak politikaları teşvik etmesi önem arz etmektedir (Floridi ve diğerleri, 2018).

Yapay Zekâ: Tanım, Tarihsel Gelişim ve Temel Terimler

Yapay zekâ, insan zekâsına özgü bilişsel işlevleri (öğrenme, problem çözme, muhakeme, karar verme) yerine getirebilen sistemlerin geliştirilmesine odaklanan bir araştırma alanıdır (Russell & Norvig, 2021). Kavram, 1956'da Dartmouth Konferansı'nda akademik bir disiplin olarak kurumsallaşmış, zamanla makine öğrenmesi, derin öğrenme, doğal dil işleme ve bilgisayarla görme gibi alt alanlara ayrılarak hızlı bir gelişim göstermiştir (McCarthy vd., 2006; Goodfellow, Bengio, & Courville, 2016).

- **Makine öğrenmesi (ML):** Sistemlerin verilerden öğrenerek kendini geliştirmesini sağlayan YZ alt alanıdır (Mitchell, 1997).
- **Doğal dil işleme (NLP):** Bilgisayarların insan dilini anlamasını ve üretmesini amaçlayan yöntemler bütünüdür (Jurafsky & Martin, 2020).
- **Algoritma:** Belirli bir problemin çözümü için adım adım izlenen işlem dizisidir (Cormen, Leiserson, Rivest, & Stein, 2009).

YÖNTEM

Bu çalışma, "yapay zekâ" ve "sosyal medya" konularında yapılan WoS veri tabanında yer alan bilimsel yayınların bibliyometrik açıdan değerlendirilmesini amaçlamaktadır. Bibliyometrik analiz, belirli bir alandaki bilimsel yayınların yapısını, eğilimlerini ve gelişim yönelimlerini sayısal ve grafiksel olarak ortaya koyan bir araştırma yöntemidir. Alan yazında sıklıkla kullanılan bu yaklaşım, hem geçmiş çalışmaların analizine hem de gelecek araştırmalara yön vermeye olanak tanımaktadır (Donthu ve diğerleri, 2021).

Veri Toplama Araçları

Bu çalışmada veri kaynağı olarak Web of Science (WoS) veri tabanı tercih edilmiştir. WoS, akademik yayınların taranmasında en sık başvurulan, yüksek etki faktörlü ve uluslararası geçerliliğe sahip dergileri içeren bir veri tabanıdır. Aynı zamanda, bibliyometrik analizlerde kullanılan çeşitli bibliyografik bilgileri (başlık, yazar, özet, anahtar kelimeler, kaynakça vb.) sistematik bir biçimde sunması nedeniyle tercih edilmiştir (Demir ve Öztürk, 2023).

Veri toplama işlemi, 7 Mayıs 2025 tarihinde gerçekleştirilmiştir. Arama işlemi sırasında WoS'un "Advanced Search" modülü kullanılmış ve konuyla ilgili literatürü temsil edebilecek şekilde iki anahtar kavram belirlenmiştir: "artificial intelligence" ve "social media". Bu iki kavram, "ve" bağlacıyla birleştirilerek, her iki konuyu birden kapsayan yayınların filtrelenmesi sağlanmıştır. Böylece yalnızca "yapay zekâ" ve "sosyal medya" başlıklarını birlikte ele alan çalışmalar seçilmiştir.

Yapılan bu tarama sonucunda toplam 5438 çalışma elde edilmiştir. Ancak bibliyometrik analizde kapsamın netleştirilebilmesi adına çeşitli sınırlamalara gidilmiştir. Öncelikle sadece araştırma makaleleri (articles) çalışmaya dâhil edilmiş, derleme (review), kitap bölümü (book chapter), bildiri (proceedings paper), editöryal yazı

(editorial) gibi farklı türdeki yayınlar dışarıda bırakılmıştır. Bunun yanı sıra, yalnızca yüksek düzeyde akademik güvenilirliğe sahip indekslerde yer alan yayınlara odaklanılmıştır. Bu çerçevede, Science Citation Index Expanded (SCI-Expanded), Social Sciences Citation Index (SSCI), Arts & Humanities Citation Index (AHCI) ve Emerging Sources Citation Index (ESCI) indekslerinde yayımlanan dergilerde yer alan makaleler incelenmiştir. Belirtilen sınırlamalar doğrultusunda WoS üzerinde yer alan 5438 yayından 2376 araştırma makalesi, bibliyometrik analiz için uygun bulunmuş ve değerlendirme sürecine alınmıştır. Elde edilen bu veriler, bibliyometrik analiz yazılımlarına aktarılmak üzere, WoS sisteminden tablo (tab-delimited) formatında dışa aktarılmıştır. Bu format, başlık, yazar bilgisi, özet, anahtar kelimeler, atıf sayıları, yayın yılı ve kaynakça gibi bibliyografik unsurları içermektedir. Elde edilen bu veri seti, analiz sürecinde kullanılmak üzere VOSviewer yazılımına entegre edilmiştir.

Verilerin İşlenmesi ve Kullanılan Araçlar

Web of Science veri tabanından elde edilen bibliyografik veriler, analiz sürecine hazırlanmak üzere dışa aktarılmış ve açık kaynaklı bir bibliyometrik analiz yazılımı olan VOSviewer (version 1.6.20) programı aracılığıyla analiz edilmiştir. VOSviewer, bilimsel literatürdeki yayınlar arasındaki ilişkileri görselleştirmek ve bu ilişkileri haritalandırmak amacıyla geliştirilen güçlü bir yazılımdır (Van Eck ve Waltman, 2010; 2017). Bu yazılım, özellikle ortak atıf (co-citation), eşzamanlı anahtar kelime kullanımı (co-occurrence), yazar işbirliği (co-authorship) ve bibliyografik eşleşme (bibliographic coupling) gibi ilişkisel verileri ağ görselleştirmeleri ile sunmakta oldukça etkilidir (Cobo ve diğerleri, 2011; Aria ve Cuccurullo, 2017).

Bu çalışmada, VOSviewer programı aracılığıyla Web of Science veri tabanından elde edilen 2376 araştırma makalesi detaylı biçimde analiz edilmiştir. Analiz kapsamında, araştırma makalelerinin yazarları, atıf aldıkları kaynaklar, bağlı oldukları kurum ve kuruluşlar, yayınlandıkları ülkeler ile anahtar kelime ortaklıkları dikkate alınarak ağ haritaları oluşturulmuştur. Bu ağlar aracılığıyla akademik üretim ilişkileri, tematik kümelenmeler ve etki düzeyi yüksek aktörler belirlenmiştir. VOSviewer yazılımı sayesinde bibliyometrik verilerin soyut yapısı, görsel temsillere dönüştürülerek analiz süreci kolaylaştırılmış ve verilerin daha anlamlı hâle gelmesi sağlanmıştır (Öztürk ve Demir, 2023).

Uygulanan analiz türleri arasında öne çıkanlardan biri ortak anahtar kelime analizidir. Bu analiz, çalışmalarda sıklıkla tekrar eden anahtar kavramlar arasındaki ilişkileri incelemekte ve belirli kavramsal kümelerin (clusters) ortaya çıkmasını sağlamaktadır. Böylece, "yapay zekâ" ve "sosyal medya" konularında literatürde hangi alt temaların yoğunlaştığına dair kapsamlı bir görünüm sunulmaktadır. Ayrıca, yazar işbirliği analizi aracılığıyla ortak yayın yapan araştırmacılar arasındaki etkileşim düzeyleri değerlendirilmiş, ülke ve kurum temelli işbirliği ağları sayesinde küresel ölçekteki akademik üretim dinamikleri incelenmiştir.

Bununla birlikte, araştırma makalelerinin yayımlandığı yıllara göre dağılımı ve ait oldukları çalışma kategorileri, doğrudan Web of Science veri tabanının sunduğu "Analyze Results" aracı kullanılarak elde edilmiştir. Bu araç sayesinde yayın sayılarının yıllar içerisindeki değişimi, en çok yayın yapan araştırmacılar, kurumlar, dergiler ve ülkeler gibi çeşitli metriklere dayalı sınıflamalar yapılmış ve sonuçlar tablo hâlinde raporlanmıştır. Elde edilen bu veriler, VOSviewer analizleriyle desteklenerek hem niceliksel hem de görsel analizlere temel teşkil etmiştir (Chen, 2006; Donthu ve diğerleri, 2021; Zupic ve Čater, 2015).

ARAŞTIRMA BULGULARI

Bu bölümde, yapay zekâ ve sosyal medya konulu yayınlara ilişkin bulgular; yıllara göre dağılım, en çok yayın yapan ülkeler ve kurumlar, öne çıkan yazarlar, atıf ağları ve anahtar kelime kümelenmeleri başlıkları altında sunulmaktadır.

Tablo 1'de yapay zekâ ve sosyal medya konulu makalelerin yayımlandığı dergilerin WoS alan dağılımları incelendiğinde, çalışmalarda belirgin biçimde bilgisayar bilimleri başta olmak üzere bilgi sistemleri (%19,69) ve yapay zekâ (%18,35) alt alanlarında yoğunlaştığı görülmektedir. Bu durum, dijitalleşmenin ve yapay zekâ temelli teknolojilerin akademik gündemdeki

merkezi konumunu yansıtmaktadır. Elektrik-elektronik mühendisliği (%15,95) ile telekomünikasyon (%7,36) gibi mühendislik temelli alanların yüksek oranları ise teknik altyapıya yönelik araştırmaların güçlü varlığını göstermektedir. Bununla birlikte, tıbbi bilişim (%5,38) ve sağlık hizmetleri (%4,79) gibi alanlardaki oranlar, sağlık sektöründe dijital çözümlerin artan önemine işaret etmektedir. İletişim (%5,42), yönetim (%4,50) ve bilgi ve belge yönetimi (%5,09) gibi sosyal bilim odaklı kategorilerin temsil edilmesi ise disiplinlerarası bir eğilimin varlığına işaret etmektedir. Genel olarak tablo, teknoloji odaklı araştırmaların ağırlıkta olduğu, ancak bu araştırmaların sosyo-kültürel, yönetsel ve sağlıkla ilişkili boyutlarının da ihmal edilmediği çok disiplinli bir akademik yönelimi yansıtmaktadır.

Tablo 1 Yayınların Web of Science Kategorilerine Göre Alan Dağılımı

Web of Science kategorisi	Kayıt sayısı	Yüzde (%)
Bilgisayar Bilimleri - Bilgi Sistemleri	468	19,69
Bilgisayar Bilimleri - Yapay Zeka	436	18,35
Mühendislik - Elektrik ve Elektronik	379	15,95
Telekomünikasyon	175	7,36
İşletme	171	7,19
Bilgisayar Bilimleri - Kuramsal Yöntemler	138	5,80
İletişim	129	5,42
Tıbbi Bilişim	128	5,38
Bilgi ve Belge Yönetimi	121	5,09
Sağlık Hizmetleri	114	4,79
Multidisipliner Bilimler	113	4,75
Yönetim	107	4,50
Mühendislik - Multidisipliner	103	4,33
Bilgisayar Bilimleri - Disiplinlerarası Uygulamalar	98	4,12
Bilgisayar Bilimleri - Yazılım Mühendisliği	80	3,36
Çevre Bilimleri	78	3,28
Halk Sağlığı, Çevre ve İş Sağlığı	78	3,28
Yöneylem Araştırması ve Yönetim Bilimleri	70	2,94
Bilgisayar Bilimleri - Sibernetik	69	2,90
Çevre Çalışmaları	69	2,90
Otomasyon ve Kontrol Sistemleri	65	2,73
Uygulamalı Fizik	61	2,56
Sosyal Bilimler - Disiplinlerarası	61	2,56
Yeşil ve Sürdürülebilir Bilim ve Teknoloji	56	2,35
Malzeme Bilimi - Multidisipliner	55	2,31

Not. Yüzdeler toplam yayın sayısı üzerinden hesaplanmıştır. Web of Science'ta bir yayın birden fazla kategori altında indekslenebildiğinden, kategori yüzdelerinin toplamı %100'ü aşabilmektedir.

Tablo 2'de yapay zekâ ve sosyal medya konulu yayınların yıllara göre dağılımı yer almaktadır. Yayın yılına göre dağılım incelendiğinde, çalışmaların büyük ölçüde son beş yıla (2021–2025) yoğunlaştığı görülmektedir. Özellikle 2024 yılı, %25,25 oranla en yüksek yayın sayısına sahip yıl olarak öne çıkmakta; onu 2023 (%17,92) ve 2022 (%14,85) takip etmektedir. Bu durum, ilgili alandaki akademik üretimin son yıllarda belirgin biçimde arttığını ve güncel araştırmalara yoğun ilgi gösterildiğini göstermektedir. 2025 yılına ait verilerin (%10,98) şimdiden kayda geçmiş olması, çalışmaların ya erken erişimle yayımlandığını ya da veri kümesinin ileri tarihli yayınları da kapsadığını düşündürmektedir. 2020 ve öncesine ait yayınlar ise kademeli olarak azalmaktadır. Bu azalma, alandaki araştırma ivmesinin yakın dönemde yükseldiğini desteklemektedir.

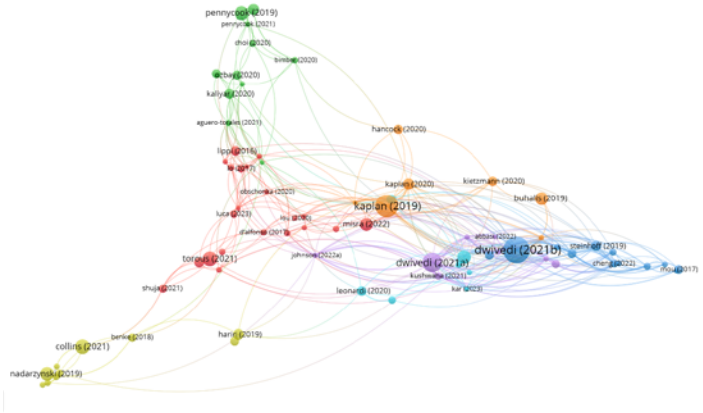
Tablo 2 Yapay Zekâ ve Sosyal Medya Konulu Yayınların Yıllara Göre Dağılımı

Yayın yılı	Kayıt sayısı	Yüzde (%)
2025	261	10,98
2024	600	25,25
2023	426	17,92
2022	353	14,85
2021	262	11,02
2020	167	7,02
2019	73	3,07
2018	34	1,43
2017	25	1,05
2016	14	0,58
2015	14	0,58
2014	7	0,29
2013	2	0,08
2012	4	0,16
2011	3	0,12
Yıl bilgisi bulunmayan	131	5,51

Not. Yüzdeler 2.376 araştırma makalesi üzerinden hesaplanmıştır. Veriler 7 Mayıs 2025 tarihinde Web of Science veri tabanından alınmıştır; 2025 yılı tamamlanmamış yıl verisini göstermektedir.

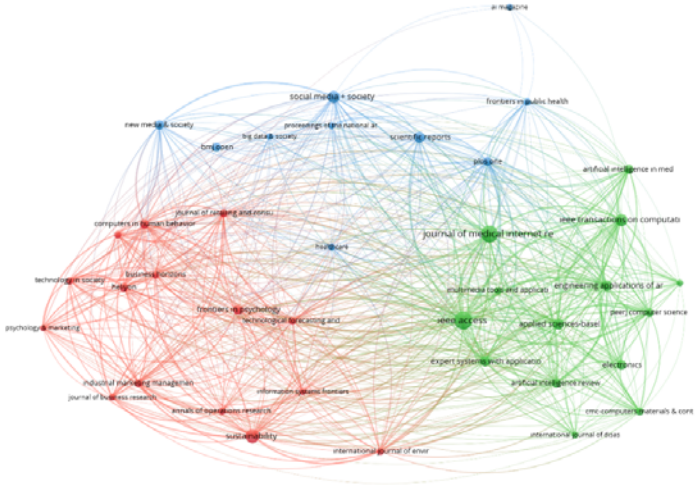
Görsel 1'de yapay zekâ ve sosyal medya konulu araştırma makalelerinin en fazla atıf alan çalışmalar yer almaktadır. 2,376 çalışma içerisinde en az 50 atıf alan 84 makale, alandaki literatürün önemli bir kısmının geniş bir akademik etki yarattığını ve güçlü bir şekilde bilimsel görünürlük kazandığını ortaya koymaktadır. Özellikle, Dwivedi ve arkadaşlarının 2021 yılında yayımladıkları *"Artificial Intelligence (AI): Multidisciplinary perspectives on emerging challenges, opportunities, and agenda for research, practice and policy"* başlıklı çalışma, Web of Science verilerine göre 1400'ün üzerinde atıf almıştır. Bu durum, söz konusu çalışmanın alanda kendisini kabul ettirdiğini ve yapay zekâya ilişkin teorik ve metodolojik çerçevelerin şekillendirilmesinde belirleyici bir rol oynadığını göstermektedir. Çalışma, yapay zekânın yalnızca teknik bir yenilik olmadığını, aynı zamanda sosyal, etik, hukuki ve politik boyutlarıyla da ele alınması gereken çok katmanlı bir dönüşüm yarattığını ortaya koymaktadır. Özellikle algoritmik önyargılar, şeffaflık, veri yönetişimi, düzenleyici politikalar ve kamu–özel sektör iş birlikleri gibi konuları ele alarak yapay zekânın gelecekteki araştırma ve uygulama gündemine dair kapsamlı bir yol haritası sunmaktadır (Dwivedi vd., 2021).

Diğer yandan, Kaplan ve Haenlein'ın (2019) çalışması ve Ayers ve arkadaşlarının 2023 yılına ait çalışması, sırasıyla 1.039 ve 908 atıf almış olup, bu da onların literatürdeki etkinliğini ve yaptıkları katkıların güncel araştırmalarda merkezi bir yer tuttuğunu göstermektedir. Özellikle, Ayers ve arkadaşlarının 2023 yılında çalışmalarını yayımlamalarına rağmen 908 atıf alması, bu çalışmanın yeni bir alan ya da tartışmalı bir konu üzerinde yoğunlaşarak hızla kabul gördüğünü ve şu anki araştırma gündeminde yer edindiğini göstermektedir.



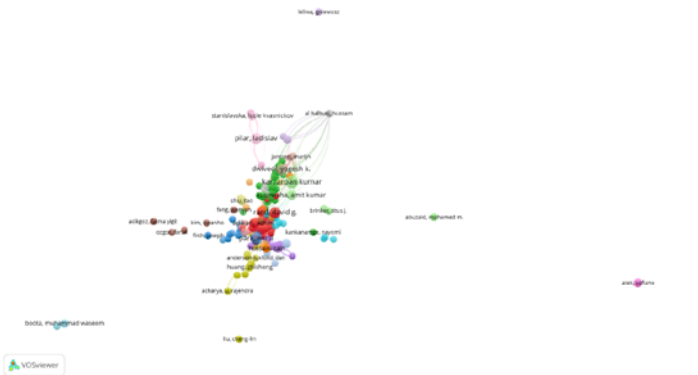
Görsel 1 En Fazla Atıf Alan Çalışmaların Ağ Haritası

Görsel 2'de incelenen çalışmaların yayımlandığı akademik dergilerin ağ haritası yer almaktadır. Bu haritaya göre IEEE Access ve Business Horizons dergilerinin akademik etki düzeyleri önemli bir yer tutmaktadır. IEEE Access'de, yapay zekâ ve sosyal medya konulu toplamda 34 makale yayımlanmış ve bu yayınlar toplam 185 atıf almıştır. Bu atıf sayısı, derginin teknolojik ve mühendislik alanlarındaki etkisini göstermektedir. IEEE Access, genellikle uygulamalı mühendislik ve bilgisayar bilimleri alanlarında yayımladığı çalışmalarıyla dikkat çekmektedir. Diğer taraftan, Business Horizons dergisi, yalnızca 6 makale yayımlamış olmasına karşın 1.760 atıf almış, bu da derginin işletme, ekonomi ve yönetim bilimleri alanlarında büyük bir akademik etki sağladığını ortaya koymaktadır. Business Horizons'ın yüksek atıf alması, derginin yayımladığı makalelerin bilimsel değeri ve pratikteki uygulanabilirliği konusunda güçlü bir yankı uyandırdığını ve bu çalışmaların işletme literatüründe anahtar kaynaklar haline geldiğini göstermektedir. Genel olarak, her iki dergi de yayımladıkları makalelerin alanlarındaki önemli sorunlara ve çözüm önerilerine katkıda bulunarak, yüksek atıf sayılarıyla bilimsel camiada geniş bir etki alanı oluşturmuş ve araştırmacılar tarafından yaygın bir şekilde referans alınmıştır. Bu durum, dergilerin her birinin farklı alanlarda bilimsel üretkenliklerini ve akademik etkilerini göstermektedir.



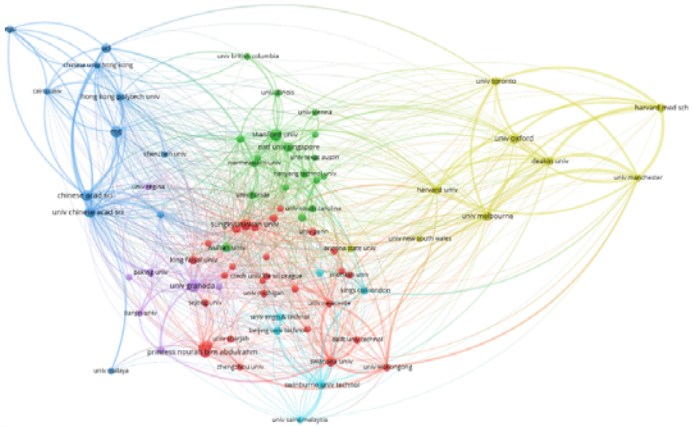
Görsel 2 Araştırma Makalelerinin Yayımlandığı Dergilerin Ağ Haritası

Görsel 3'te yapay zekâ ve sosyal medya konulu en fazla araştırma makalesi yayımlayan yazarlar yer almaktadır. Ağ haritası incelendiğinde ortak yazarlıklarla birlikte incelenen çalışmaların 4158 tarafından yayımlandığı belirlenmiştir. Ağ haritasını anlamlı hale getirmek için en az 2 çalışması bulunan yazarlar seçilmiş ve 327 yazarın en az 2 çalışmasının olduğu tespit edilmiştir. En fazla yayına sahip yazar Arpan Kumar Kar, 7 makale yayımlamış ve toplamda 1.631 atıf almıştır. Bu durum, Kar'ın araştırmalarının bilimsel camiada önemli bir yer edindiğini ve yayımladığı çalışmaların değerli ve referans alınan kaynaklar arasında yer bulduğunu göstermektedir. Yogesh K. Dwivedi ise en fazla atıf alan yazar olup, 5 makale yayımlamış ve toplamda 2.254 atıf almıştır.



Görsel 3 En Fazla Makale Yayımlayan Yazarların Ağ Haritası

Görsel 4'te yazarların yer aldığı kurumların ağ haritası yer almaktadır. İncelenen çalışmaların yazarları 1813 farklı kurumda çalışmaktadır. Haritayı anlamlı hale getirmek için en az 5 yayına sahip olan kurumlar sınıflandırılmış ve 80 kurum olduğu belirlenmiştir. En fazla yayına sahip olan iki kurum Granada Üniversitesi ve Stanford Üniversitesi'dir. Her iki üniversite de 15'er yayın ile öne çıkmaktadır. Bu kurumların yayımladığı çalışmalar, bilimsel topluluklar tarafından önemli bir şekilde referans alınmış ve toplam atıf sayıları da bu etkiyi yansıtmaktadır. Granada Üniversitesi, yayımladığı 15 makale ile 505 atıf alırken, Stanford Üniversitesi de aynı sayıda yayınla 451 atıf almıştır. Her iki kurumun da yüksek atıf sayıları, yayımladıkları çalışmaların bilimsel literatürde geniş bir etki oluşturduğunu ve uluslararası düzeyde önemli katkılar sağladığını göstermektedir. Diğer taraftan en fazla atıf alan kurumlara bakıldığında Swansea Üniversitesi ön plana çıkmaktadır. Bu kurumda yer alan araştırmacıların yayımlandığı 10 çalışmaya toplam 2.377 atıf yapılmıştır.



Görsel 4 Yazarların Yer Aldığı Kurumların Ağ Haritası

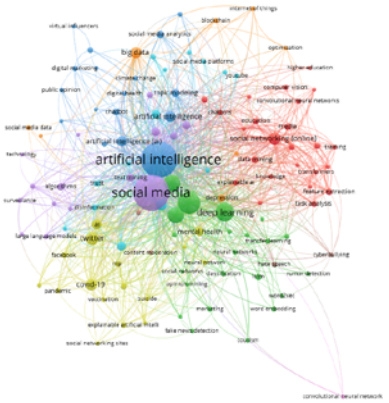
Görsel 5'te yazarların yer aldığı ülkelerin ağ haritası yer almaktadır. Harita incelendiğinde 4158 yazar 87 farklı şehirde yer almaktadır. Amerika Birleşik Devletleri, 284 yayın ile en fazla yayına sahip olan ülke olup, bu yayınlara yapılan toplam 9.019 atıf ile en fazla atıf alan ülke konumundadır. Bu durum, ABD'deki araştırmaların global bilimsel topluluk üzerinde çok büyük bir etki yarattığını ve yayımlanan çalışmaların bilimsel literatürde merkezi bir rol oynadığını ortaya koymaktadır. İngiltere, 115 yayın ile Amerika'dan sonra gelen en yüksek sayıya sahip olup, bu yayınlara yapılan 6.227 atıf, İngiltere'nin bilimsel literatürdeki etkisinin oldukça güçlü olduğunu göstermektedir. İngiltere, özellikle sosyal bilimler, mühendislik, sağlık bilimleri gibi alanlarda yüksek etkiye sahip araştırmalar üretmiş ve bu araştırmalar dünya çapında geniş bir referans kitlesine ulaşmıştır. Bu haritada Türkiye'deki araştırmacıların durumuna bakıldığında ise 22 çalışma olduğu belirlenmiştir. Bu çalışmalara toplam 111 atıf yapılmıştır. Türkiye'nin bu verileri, yayımlanan çalışmaların uluslararası düzeyde sınırlı bir etki yarattığını ve gelişen bilimsel altyapı ve iş birliği olanakları ile daha fazla görünürlük ve etki kazanabileceğini göstermektedir.



Görsel 5 Yazarların Yer Aldığı Ülkelerin Ağ Haritası

Görsel 6'da incelenen araştırma makalelerinde yer alan ortak anahtar kelimelerin ağ haritası yer almaktadır. Bu görselde yer alan 3087 anahtar kelime arasında yapılan ortak kelime analizinde, en az 5 eşleşme olan 121 ortak anahtar kelime belirlenmiştir. Bu veriler, araştırma alanındaki özellikle güçlü kavramlar ve temalar hakkında fikir vermektedir. En fazla eşleşme gösteren anahtar kelimeler arasında Sosyal Medya (360 eşleşme) ve Yapay Zekâ (359 eşleşme) öne çıkmaktadır. Bu iki anahtar kelime, araştırmaların dijital iletişim, teknolojik gelişmeler ve yapay zekâ uygulamaları üzerine yoğunlaştığını ve bu alanların akademik araştırmalarda önemli bir yer tuttuğunu göstermektedir. Makine Öğrenimi ise 137 eşleşme ile dikkat çekmeye ve bu da yapay zekâ alanındaki bir alt disiplinin ne denli önemli bir yere sahip olduğunu göstermektedir. Makine öğrenimi, algoritmalar ve veri analizi konularındaki yenilikçi araştırmalarla geniş bir etki alanı yaratmaktadır.

Öte yandan, daha az dikkat çeken anahtar kelimeler arasında Fake Haber Seçimi, Sağlık İletişimi, Deepfake ve Nefret Söylemi yer almaktadır. Bu terimler, toplumsal ve etik sorunlara yönelik daha spesifik ve dar alanlı araştırmalara işaret etmektedir. Özellikle deepfake ve fake haber gibi konular, dijital ortamda karşılaşılan yeni tehditleri ve bu tehditlerin toplumsal düzeydeki etkilerini anlamaya yönelik önemli veriler sunabilecekken yapay zekâ araştırmalarında çok az dikkate alınıldığını göstermektedir. Bu analiz, bilimsel literatürdeki ana temaların ve gelişen araştırma alanlarının haritasını çizmeye yardımcı olmaktadır. Sosyal medya, yapay zekâ ve makine öğrenimi gibi terimler baskın araştırma alanlarını işaret ederken, deepfake, fake haber ve nefret söylemi gibi alanlara ise fazla odaklanılmadığını göstermektedir.



Görsel 6 Ortak Anahtar Kelime Analizinin Ağ Haritası

Genel olarak bulgular, yapay zekâ ve sosyal medya araştırmalarının özellikle son on yılda hızla artış gösterdiğini, araştırma üretiminin büyük ölçüde ABD, Çin ve Avrupa merkezli kurumlar tarafından yönlendirildiğini ortaya koymaktadır. Anahtar kelime kümeleri, bu alanda öne çıkan temaların kişiselleştirme, dezenformasyon, etik tartışmalar ve algoritmik yönetişim olduğunu göstermektedir. Bu durum, söz konusu alanın hem kuramsal hem de uygulamalı düzeyde zenginleşerek gelecekte de önemini koruyacağını göstermektedir.

SONUÇ

Bu çalışma, son yıllarda yapay zekâ ve sosyal medya gibi dijital teknolojilerle ilgili artan akademik ilgiyi bibliyometrik bir perspektiften ele alarak, bu alanlardaki bilimsel üretimin temel eğilimlerini ve etkili aktörlerini ortaya koymaktadır. Elde edilen veriler, dijital medya ve teknolojilerinin sadece teknik alanlarla sınırlı kalmayıp; iletişim, etik, hukuk, siyaset bilimi ve sağlık gibi çok çeşitli disiplinlerde de yoğun biçimde çalışıldığını göstermektedir. Bu durum, dijital dönüşümün toplumsal yapı üzerindeki çok katmanlı etkilerinin bilimsel araştırmalarda daha fazla görünürlük kazandığını ve bu etkilerin kavramsal olarak disiplinlerarası bir çerçevede ele alınmaya başlandığını ortaya koymaktadır.

Çalışmada dikkat çeken önemli bir bulgu, Granada Üniversitesi ve Stanford Üniversitesi gibi seçkin akademik kurumların bu alandaki liderlik konumlarıdır. Bu kurumların yayımladığı yüksek etkili çalışmalar, yalnızca akademik dünyada değil, aynı zamanda dijital politikalar, medya düzenlemeleri ve etik tartışmalar gibi uygulamalı alanlarda da referans kaynağı haline gelmiştir (Bornmann, 2013; Waltman, 2016). Ayrıca Amerika Birleşik Devletleri ve Birleşik Krallık gibi ülkeler, yüksek yayın ve atıf oranlarıyla dijital teknolojiler üzerine yapılan araştırmalarda küresel bilgi üretimini yönlendiren merkezler haline gelmiştir. Bu ülkelerdeki üniversiteler ve araştırma merkezleri, yalnızca bilgi üretimiyle değil aynı zamanda bu bilginin politika yapıcılarla, teknoloji şirketleriyle ve medya kuruluşlarıyla entegrasyonu açısından da belirleyici roller üstlenmektedir (Lee & Bozeman, 2005; Abramo, D'Angelo, & Solazzi, 2011).

Buna karşılık, Türkiye gibi gelişmekte olan ülkelerin dijital medya ve yapay zekâ alanındaki bilimsel üretimlerinin uluslararası düzeyde daha görünür hale gelmesi gerektiği dikkat çekmektedir. Bilimsel ağlara erişim, çok dilli yayın üretimi, uluslararası iş birlikleri ve veri kaynaklarına açık erişim gibi konular, bu ülkelerdeki araştırmacılar için stratejik öncelikler olarak değerlendirilmektedir. Ulusal düzeyde bu alanda üretim yapan akademik kurumların, küresel akademik sistemle daha etkin bütünleşmeleri hem Türkiye'nin akademik etkisini artıracak hem de yerel bilgi üretiminin evrensel sorunlara katkı sunmasına olanak sağlayacaktır.

Anahtar kelime analizinden elde edilen sonuçlar, araştırmaların içeriksel yönüne dair önemli ipuçları sunmaktadır. Makine öğrenimi, deepfake, dezenformasyon,

nefret söylemi, algoritmik önyargılar ve sağlık iletişimi gibi temalar, dijital teknolojilerin toplumsal yaşam üzerindeki karmaşık etkilerini ele alan araştırma eğilimlerinin arttığını göstermektedir. Özellikle deepfake ve dezenformasyon gibi konuların dijital güvenlik, toplumsal kutuplaşma ve demokratik süreçler üzerindeki etkileri, gelecekte daha derinlemesine analiz edilmesi gereken alanlar arasında yer almaktadır. Ayrıca yapay zekâ temelli uygulamaların sağlık iletişimi alanında kullanımı, teknolojik gelişmelerin insan hayatıyla doğrudan ilişkili boyutlarını ön plana çıkarmaktadır.

Sonuç olarak, dijital medya ve teknolojilerine ilişkin bilimsel üretim, çok disiplinli bir yapıya evrilmiş ve çağın toplumsal dönüşümleriyle entegre biçimde ilerlemektedir. Etik, toplumsal güvenlik, kültürel dönüşüm ve iletişim süreçleri gibi farklı boyutları içeren çalışmalar, yalnızca akademik bilgi üretimiyle sınırlı kalmayıp aynı zamanda toplumsal sorunlara yönelik çözüm önerileri geliştirme potansiyeline de sahiptir. Bu bağlamda, dijital teknolojilerin etkilerini inceleyen disiplinlerarası araştırmaların kurumsal ve politik düzeyde daha fazla desteklenmesi hem araştırma ortamının güçlendirilmesi hem de bilimsel bulguların karar alma süreçlerine entegre edilmesi açısından büyük önem taşımaktadır. Önümüzdeki dönemde, dijitalleşmenin etik ve sosyo-kültürel etkilerine odaklanan nitelikli çalışmaların artması hem akademik hem de toplumsal düzlemde yapıcı bir dönüşümün temelini oluşturacaktır.

KAYNAKLAR

Abramo, G., D'Angelo, C. A., & Solazzi, M. (2011). The relationship between scientists' research performance and the degree of internationalization of their research. *Scientometrics, 86*(3), 629–643. https://doi.org/10.1007/s11192-010-0284-7

Allcott, H., & Gentzkow, M. (2017). Social media and fake news in the 2016 election. *Journal of Economic Perspectives, 31*(2), 211–236. https://doi.org/10.1257/jep.31.2.211

Anjila, T. (2021). Artificial intelligence and its applications. *International Journal of Trend in Scientific Research and Development, 5*(2), 198–202. https://doi.org/10.31142/ijtsrd38640

Aria, M., & Cuccurullo, C. (2017). bibliometrix: An R-tool for comprehensive science mapping analysis. *Journal of Informetrics, 11*(4), 959–975. https://doi.org/10.1016/j.joi.2017.08.007

Ayers, J. W., Poliak, A., Dredze, M., Leas, E. C., Zhu, Z., Kelley, J. B., ... Smith, D. M. (2023). Comparing physician and artificial intelligence chatbot responses to patient questions posted to a public social media forum. *JAMA Internal Medicine, 183*(6), 589–596. https://doi.org/10.1001/jamainternmed.2023.1837

Baly, R., Karadzhov, G., Alexandrov, D., Glass, J., & Nakov, P. (2018). Predicting factuality of reporting and bias of news media sources. In *Proceedings of the 2018 Conference on Empirical Methods in Natural Language Processing* (pp. 3528–3539).

Bornmann, L. (2013). What is societal impact of research and how can it be assessed? A literature survey. *Journal of the American Society for Information Science and Technology, 64*(2), 217–233. https://doi.org/10.1002/asi.22803

Castells, M. (2009). *Communication power*. Oxford University Press.

Chen, C. (2006). CiteSpace II: Detecting and visualizing emerging trends and transient patterns in scientific literature. *Journal of the American Society for Information Science and Technology, 57*(3), 359–377.

Cobo, M. J., López-Herrera, A. G., Herrera-Viedma, E., & Herrera, F. (2011). Science mapping software tools: Review, analysis, and cooperative study among tools. *Journal of the American Society for Information Science and Technology, 62*(7), 1382–1402.

Cormen, T. H., Leiserson, C. E., Rivest, R. L., & Stein, C. (2009). *Introduction to algorithms* (3rd ed.). MIT Press.

Demir, Y., & Öztürk, M. (2023). Tarihsel süreçte "çevrimiçi taciz": Bibliyometrik bir analiz. *Abant Sosyal Bilimler Dergisi, 23*(2), 939–953.

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

Dwivedi, Y. K., Hughes, L., Ismagilova, E., Aarts, G., Coombs, C., Crick, T., ... Williams, M. D. (2021). Artificial intelligence (AI): Multidisciplinary perspectives on emerging challenges, opportunities, and agenda for research, practice and policy. *International Journal of Information Management, 57*, 101994. https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2019.08.002

Dwivedi, Y. K., Ismagilova, E., Hughes, D. L., Carlson, J., Filieri, R., Jacobson, J., ... Wang, Y. (2021). Setting the future of digital and social media marketing research: Perspectives and research propositions. *International Journal of Information Management, 59*, 102168. https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2020.102168

Fetzer, J. H. (1990). Artificial intelligence and theoretical issues in cognitive science. In J. H. Fetzer (Ed.), *Aspects of artificial intelligence* (pp. 1–24). Springer. https://doi.org/10.1007/978-94-009-0621-0_1

Floridi, L., Cowls, J., Beltrametti, M., Chatila, R., Chazerand, P., Dignum, V., ... Vayena, E. (2018). AI4People—An ethical framework for a good AI society. *Minds and Machines, 28*(4), 689–707. https://doi.org/10.1007/s11023-018-9482-5

Gillespie, T. (2014). The relevance of algorithms. In T. Gillespie, P. Boczkowski, & K. Foot (Eds.), *Media technologies* (pp. 167–194). MIT Press.

Gillespie, T. (2018). *Custodians of the internet*. Yale University Press.

Goodfellow, I., Bengio, Y., & Courville, A. (2016). *Deep learning*. MIT Press.

Jurafsky, D., & Martin, J. H. (2020). *Speech and language processing* (3rd ed.). Prentice Hall.

Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2019). Siri, Siri, in my hand. *Business Horizons, 62*(1), 15–25.

Kietzmann, J. H., Hermkens, K., McCarthy, I. P., & Silvestre, B. S. (2011). Social media? Get serious! *Business Horizons, 54*(3), 241–251.

Kietzmann, J., Paschen, J., & Treen, E. (2018). Artificial intelligence in advertising. *Journal of Advertising Research, 58*(3), 263–267.

López, G. (2020). Chatbots in customer service. *Journal of Service Research, 23*(1), 3–7.

Lee, S., & Bozeman, B. (2005). The impact of research collaboration. *Social Studies of Science, 35*(5), 673–702.

McCarthy, J., Minsky, M. L., Rochester, N., & Shannon, C. E. (2006). A proposal for the Dartmouth Summer Research Project on Artificial Intelligence. *AI Magazine, 27*(4), 12.

Mitchell, T. M. (1997). *Machine learning*. McGraw-Hill.

Noble, S. U. (2018). *Algorithms of oppression*. NYU Press.

O'Neil, C. (2016). *Weapons of math destruction*. Crown.

Öztürk, M. (2024). Yenilikten tartışmaya: Yapay zekâ ve deepfake çalışmaları. *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, 46*, 73–93.

Öztürk, M., & Demir, Y. (2023). Bilgilendirme ve kaos arasında. *TRT Akademi, 8*(18), 506–527.

Pariser, E. (2011). *The filter bubble*. Penguin.

Pennycook, G., & Rand, D. G. (2018). The implied truth effect. *Management Science, 66*(11), 4944–4957.

Russell, S., & Norvig, P. (2021). *Artificial intelligence: A modern approach* (4th ed.). Pearson.

Searle, J. R. (1980). Minds, brains, and programs. *Behavioral and Brain Sciences, 3*(3), 417–457.

Sunstein, C. R. (2017). *#Republic*. Princeton University Press.

Tufekci, Z. (2018). *Twitter and tear gas*. Yale University Press.

Van Eck, N. J., & Waltman, L. (2010). VOSviewer. *Scientometrics, 84*(2), 523–538.

Van Eck, N. J., & Waltman, L. (2017). Citation-based clustering. *Scientometrics, 111*(2), 1053–1070.

Waltman, L. (2016). A review of citation impact indicators. *Journal of Informetrics, 10*(2), 365–391.

Wardle, C., & Derakhshan, H. (2017). *Information disorder*. Council of Europe.

Zuboff, S. (2019). *The age of surveillance capitalism*. PublicAffairs.

Zupic, I., & Čater, T. (2015). Bibliometric methods. *Organizational Research Methods, 18*(3), 429–472.