



# JOEEP

e-ISSN: 2651-5318

Journal Homepage: <http://dergipark.org.tr/joeeep>

## Araştırma Makalesi • Research Article

# Dijital Kültür Alanındaki Araştırmaların Bilimsel Haritalama Tekniği ile Bibliyometrik Analizi

## Scientific Mapping and Bibliometric Analysis of the Research in the Field of Digital Culture

Esma Sancar <sup>a,\*</sup>

<sup>a</sup> Öğr.Gör.Dr., İstanbul Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Radyo Televizyon ve Sinema Bölümü, 34452, İstanbul /Türkiye.  
ORCID: 0000-0001-7024-3997

### MAKALE BİLGİSİ

#### Makale Geçmişi:

Başvuru tarihi: 14 Eylül 2023

Düzeltilme tarihi: 6 Ekim 2023

Kabul tarihi: 17 Ekim 2023

#### Anahtar Kelimeler:

Dijital Kültür

Dijitalleşme

Bilimsel Haritalama

Bibliyometrik Analiz

### ARTICLE INFO

#### Article history:

Received: Sep 14, 2023

Received in revised form: Oct 6, 2023

Accepted: Oct 17, 2023

#### Keywords:

Digital Culture

Digitalization

Scientific Mapping

Bibliometric Analysis

### ÖZ

Dijitalleşme ve iletişim teknolojilerinde yaşanan gelişmeler beraberinde toplumsal dinamikleri de etkilemiş ve dijital kültür olarak tanımlanan yeni bir kültürel ortam yaratmıştır. Bu çalışmanın amacı literatürde dijital kültür alanında yapılmış çalışmaları inceleyerek; bu alandaki genel eğilimleri, gelinen noktayı, odak çalışmaları ve yazarları belirleyerek, ilgili alana bütünsel bir bakış açısı sağlamak ve gelecek çalışmalara rehberlik edebilmektir. Araştırma verileri Web of Science veri tabanında dijital kültür kelimesinin İngilizce karşılığı olan "digital culture" terimi aratılarak elde edilmiş, bilimsel haritalamalar VOSviewer programını kullanılarak gerçekleştirilmiştir. Çalışma kapsamında 1996-2023 yıllarında arasında yapılmış 2259 adet çalışma incelenmiştir. Araştırma sonucunda dijital kültür alanındaki çalışmaların yıllara, çalışma alanlarına ve ülkelere göre dağılımı gibi betimleyici analizler ile ortak yazarlık, ortak atıf, bibliyografik eşleştirme gibi bibliyometrik analizler ve bilimsel haritalar ortaya konulmuştur.

### ABSTRACT

Developments in the field of digitalization and communication have influenced social dynamics and created a new cultural environment called digital culture. This study aims to examine the studies made in the field of digital culture in order to: identify the general tendencies, central research and authors and the current state of affairs to provide a holistic perspective and guide future research. The research data was acquired through a query of the term "digital culture" on the Web of Science database. Scientific mappings were done using the VOSviewer application. The study encompasses 2259 studies from the year 1996-2023. The results include descriptive analysis such as their distribution per their year of publication, field of study and country of origin and bibliometric analysis and scientific mappings such as co-authorship, co-citations and bibliographic correspondence.

## 1. Giriş

Yeni bir toplumsal ilişki modeli ve kavramının inşa edildiği, geleneksel sosyal ve kültürel yapıların yeniden yapılandırıldığı tarihsel bir değişim döneminden geçmekteyiz. Bu süreç, iletişim ve ilişki kurma yöntemlerimiz ile beraber yaşama ve çalışma yöntemlerimizi de değiştirmektedir (Portalés, Rodrigues,

Rodrigues Gonçalves, Alba, & Sebastián, 2018). Dijital medyanın yükselişi kültür ve toplum üzerinde derin etkiler oluşturmaktadır. Dijital medyanın artık çok yaygın olarak kullanımı ve her yerde olması iletişim, iş yapış, davranış ve düşünme biçimlerimizi değiştirmekte ve yeni kültürel formlar medyana getirmektedir (Universiteit van Amsterdam, 2023). Yeni medya ve dijital devrim, aynen matbaanın icadı ya da elektriğin bulunması gibi tüm

\* Sorumlu yazar/Corresponding author.

e-posta: [edemirer@istanbul.edu.tr](mailto:edemirer@istanbul.edu.tr)

Atf/Cite as: Sancar, E. (2023). Dijital Kültür Alanındaki Araştırmaların Bilimsel Haritalama Tekniği ile Bibliyometrik Analizi. *Journal of Emerging Economies and Policy*, 8(2), 247-260.

This article is published under the Creative Commons Attribution (CC BY 4.0) licence. Anyone may reproduce, distribute, translate and create derivative works of this article (for both commercial and non-commercial purposes), subject to full attribution to the original publication and authors.

dünyaya tesir eden birer küresel kültürel değişim ögesi işlevi görmektedir (Creeber & Martin, 2008).

Kültür kavramı; zaman, mekan, ülke, millet, dil, din gibi bir çok faktöre bağlı olarak farklılaşabilen bir yapı olmakla beraber, söz konusu dijital kültür olduğunda bu faktörler ortadan kalkmaya başlamaktadır (Gere, 2019). Güncel iletişim teknolojileri toplumsallıkla ilişkili olan zaman ve mekan kavramlarını dönüşüme uğratmış ve sınırları olmayan dijital bir köyde yaşamamıza imkan sağlamıştır (Timisi, 2005). Yeni medya kullanımının genişlemesi, kültürel değişim ile beraber kültürel benzeşimi de beraberinde getirmiştir. Farklı toplumlar arasındaki iletişim kolaylaştıkça, etkileşim artmıştır. Böylece kültürleri birbirinden çok farklı olan toplumlar birbirine benzemeye başlamıştır. Ayrıca kültür küreselleştikçe genişlemekte ve karmaşıklaşmaktadır. Manovich (2009) önceden kültür teorisyenlerinin çok daha ufak bir küme üzerinden kültür hakkında olup biteni takip edebildiklerini ancak söz konusu küresel dijital kültür olduğunda, ortada milyarlarca kültür objesi ve buna katkıda bulunan milyonlarca insan olduğunu ve bu yeni süreçleri takip edebilmek için yeni araçlara ihtiyaç duyulduğunu belirtmektedir.

Yeni medya iletişim araştırmalarının toplumsal yaşam içindeki artan önemi ve bu durumun kültürü nasıl etkilediği araştırmacılar tarafından da tartışılan ve cevabı aranan bir konudur (Kaya, 2020). Yeni medyanın sosyal hayat üzerindeki etkisinin farklı disiplinlerdeki bilim insanları tarafından incelendiği ve dijital kültüre ait görüşlerin nispeten kısa bir süre içerisinde birçok kez değiştiği görülmektedir (Uzelac, 2008). Bu çalışma; ulusal ve uluslararası literatürde dijital kültür alanında yapılmış mevcut yayınların bibliyometrik analizlerini yaparak; alandaki genel eğilimleri, gelinen noktayı, dijital kültürün hangi disiplinleri etkilediğini, alanın önde gelen araştırmacılarını ve çalışmalarını belirlemeyi hedeflemektedir. Böylece, dijital kültür alanında çalışma yapacak araştırmacılar için bir perspektif sunulması amaçlanmaktadır.

Araştırma tanımlayıcı araştırma modeli ile gerçekleştirilmiş, nicel bir çalışma olup; yöntem olarak bibliyometri ve bilimsel haritalama kullanılmıştır. Hem betimsel (yayınların yıllara, ülkelere, yazarlar vb. göre dağılımı), hem de değerlendirici (ortak atıf, ortak anahtar kelime, yazar işbirlikleri gibi analizler üzerinden yayınlar arasındaki ilişkilerin araştırılması) bibliyometrik analizlerin yer aldığı çalışmada, verilerin değerlendirici analizinin yapılmasında ve görsel haritalandırılmasında VOSviewer 1.6.18 programı kullanılmıştır. Araştırmada kullanılan veriler Web of Science (WOS) veri tabanında dijital kültür kelimesinin İngilizce karşılığı olan “digital culture” terimi aratılarak elde edilmiş olup, 19.07.2023 tarihi itibarıyla 1996-2023 yıllarında arasında yapılmış 2259 adet çalışma incelenmiştir. Araştırma sonucunda dijital kültür alanındaki çalışmaların yıllara, çalışma alanlarına ve ülkelere göre dağılımı gibi betimleyici analizler ile ortak yazarlık, ortak atıf, bibliyografik eşleştirme gibi bibliyometrik analizler ve

bilimsel haritalar ortaya konulmuştur.

## 2. Kültür, Kültürün Değişimi Ve Dijital Kültür

Kültür; insanın toplumun üyesi olarak edindiği bilgi, inanç, töre, yasa, görenek, sanat ve yetenekler ile alışkanlıkların meydana getirdiği karmaşık bir bütündür (Tylor, 2016). Bu bütünün kelime anlamına baktığımızda; “*Tarihsel, toplumsal gelişme sürecinin içinde yaratılan bütün maddi ve manevi değerler ile bunları yaratmada, sonraki nesillere iletmeye kullanılan, insanın doğal ve toplumsal çevresine egemenliğinin ölçüsünü gösteren araçların tümü*” olarak tanımlanmaktadır (“TDK”, y.y.). Kültür sözcüğü Latince’den gelmektedir. Cultivation sözcüğünden türeyen kelime, M.Ö. 1.yy.’den 18.yy.’e kadar ürün ve hayvan yetiştirmek anlamlarında kullanılmaktaydı (Mejuyev, 1987; Özlem, 2012; Williams, 1993). 18.yy.’de “culture” sözcüğü “insanın yetiştirilmesi için geçen süreç” anlamına geliyordu. Bu yüzyılın başlarında kültür kelimesi bir şeyin kültürü anlamlarında kullanılırken yüzyılın sonlarına doğru ruhsal ve duygusal yaşam biçimini anlatan bir anlama sahip oldu (Oğuz, 2011). 19. yüzyılda bu sözcük “bir bütün olarak toplumsal düşünce sisteminin gelişmesi, alışkanlık” anlamlarını içerdi (Williams, 2021). Raymond Williams (1976:767) kültür kelimesinin farklı disiplinler ve düşünce sistemleri için kullanıldığını, bu nedenle İngiliz Dili’nin en karmaşık anlama sahip sözcüklerinden biri olduğunu savunmaktadır. İngilizce’de bu sözcük ilk olarak insanların ve hayvanların yetiştirilmesi; daha sonra kişisel görgünün geliştirilmesi ve öğretilmesi anlamlarında kullanıldı. Aynı zamanda cult kelimesi dinsel tapınma ile de ilişkili olup, bu dönemde kültür kelimesi uygarlık ile eşdeğer anlama sahipti. Sanayi Devrimi’nde romantizmin yükselişi ile ruhsal gelişimi, 19.yy.’ın sonlarında ise milliyetçilik ile birlikte günlük yaşam pratikleri ve geleneklerini de içine alır hale geldi (Smith, 2007).

Kültürün her dönemde farklı tanımları yapılmıştır fakat bu tanımlar hiçbir zaman kültürü tam anlamıyla açıklayamamıştır. Çünkü kültür dinamik, sürekli değişiklik gösteren, belirli kurallara göre birbirleriyle bağlantılı olan bir yapı olmakla beraber hayatın tüm alanını kapsamaktadır (Özkul, 2008). Bu nedenle sosyal bilimlerin anlaşılması en zor olan kavramlarından biri haline almıştır. Kültür toplumlardaki en iyilerin şekillendirilmiş halidir. Son yıllarda kültür kelimesi bir topluluğun yaşam biçimini ve onu diğer toplumlardan ayırıcı olan özelliklerini anlatmaktadır. Kültür bir topluluğun yüklediği anlam ve bu anlamı alımlaması ile ilişkilidir. Bu nedenle aynı kültürden olan insanlar dünyayı aynı şekilde yorumlayarak aynı anlamları çıkarırlar. Kültürel anlamlar düşüncelerle sınırlı kalmaz aynı zamanda kültürel pratikleri de düzenler (S. Hall, 2017). Yani kültür insanların yükledikleri anlamlardan oluşan bir bütündür, tarihseldir. Zamanın şartlarına uygun olarak insanların niyet ve inanışlarına göre değişiklikler gösterebilir. Bu nedenle kültür, bilişsel ve normatif faaliyetlerin bulunduğu insan etkinliklerinin tümüdür

(Özlem, 2012). Kültür, bir toplumu oluşturan kişilerin değerleri, algıları ve görüşlerinin bütünüdür. Bu değerler, kültürü oluşturan diğer üyeler tarafından paylaşılır ve nesilden nesile öğretilerek aktarılır. Kültür, bireylerin davranışlarını anlaşılır kılan bir ölçüttür (Haviland, 2008). Kültür kavramının yapısı incelendiğinde kültürel değerlerin nesnel ölçekte kabul edilebilir olması gerekliliği göze çarpar. Kültür kavramını formülüze edersek öznel ve psikolojik değerlerin birlikte harmanlanarak nesnel hale gelmesi ve tekrar hayat süreçlerine çekilerek öznelleştirilmesi sonucuna varabiliriz. Bu nedenle kültür adı verilen fenomenin üreticisi tek değildir. Kültür üreten sonsuz sayıda kişidir. Modern insan sayısız kültürel unsurla çevrilmiş durumdadır (Simmel, 2020). Kültür toplumun ortak değer yargılarının bir bütünüdür. Kültürel kodlar ise bu değer yargılarının taşıyıcısıdır fakat bu kodlar her zaman insanların özgür iradesi ile değişiklik gösteremeyebilir. Bunun en önemli sebeplerinden biri de teknolojik değişimlerdir (Uçak, 2021). Bauman'ın (2015) kültürün insanların sosyal evrime uyumunu sağlayan bir pusula olduğu görüşünden hareketle teknolojik gelişmelerle geleneksel kültür, dijital kültüre evrilmiş ve insanlara değişen dünya düzenine uyum sağlayabilme imkânı vermiştir.

Kitle iletişim araçları kültürün taşıyıcılarıdır (Adorno, 2007). İletişim teknolojilerinin gelişimi ve küreselleşme gibi kavramlarla birlikte ortaya çıkan kültürel ödünçleme yüksek oranda artış göstermektedir. Bu durum kültürel melezleşmenin yayılmasına ve tek tip kültür, dünya vatandaşlığı gibi kavramların yaygınlaşmasına neden olmaktadır (Lavenda & Schultz, 2017). Kültürün temeli iletişime dayanmaktadır. İletişim teknolojilerindeki gelişim kültürlerin yeniden şekillenmesine neden olmaktadır. Bu nedenle kültürlerin gelişimini anlamak için iletişim teknolojilerinin gelişimini de kavramak gerekir. Gutenberg'in matbaayı keşfi ile sözlü kültürden tipografik kültüre geçiş yapılmıştır. Basılı medya ile bilgi daha anlaşılır, analitik, düzenli ve dolayısıyla güvenilir hale gelmiştir. Bilginin gelecek nesillere aktarımı kolaylaşmış, bu durum yeni keşiflerin önünü açmıştır. Tipografik kültür, sözlü kültürün egemenliğini ortadan kaldırarak kısa zamanda dünyanın her tarafına yayılmıştır. Ardından 1800'lü yıllarda telefon, telgraf, fotoğraf, radyo ve televizyon keşifleri elektrik ve elektronik kültürün hakimiyet sahasını genişleterek tipografik kültürün önemini zayıflatmıştır. Çünkü her yeni icad insanların iletişim biçimlerini de değiştirmiştir. 20. Yüzyılın son dönemlerinde hayatımıza giren internet teknolojisi ise daha önceki hiçbir buluşun başaramadığı kadar bizi etkilemiştir. Özellikle akıllı telefonların kullanılmaya başlaması ile birlikte dijital araçlar günlük aktivitelerimizin ayrılmaz bir parçası haline almıştır. Bu araçlarla iletişim kurarak dijital kültür adı verilen yeni bir kültür coğrafyasına dahil olmuş durumdayız (Koç, 2022). Dijital teknolojilerin hızlı gelişimi ve yayılımı bu teknolojilerin ucuzlamasına ve dolayısıyla insanların kolaylıkla ulaşabilmesine neden oldu. Böylece sözlü ve yazılı kültürden farklı olarak gelişen yeni bir kültür ortaya

çıktı. Bu yeni kültür biçimini, Manovich (2001:19) yeni medya, Levy (2001), siber kültür, Castells (2001) ve Jones (1998) sanal kültür gibi farklı isimlerle kavramsallaştırmıştır.

Dijital kültür kuşaklar arasında ciddi farkların oluşmasını sağlamıştır. Dijital olan yeni nesiller dijitalleşmenin etkisiyle çok yönlü olabilen bir yapıya sahiptir. Bu yeni nesil net nesli (Oblinger & Oblinger, 2005), anlık ileti nesli (Lenhart, Rainie, & Lewis, 2001), oyuncu nesli (Cartens & Beek, 2005) gibi farklı isimlerle adlandırılır. 21. yüzyılda gelişen ve değişen bilgi iletişim teknolojileri hayatımızın her alanına girmiş ve büyük bir sosyo-kültürel değişime neden olmuştur. Bu dönüşüm ile nesiller arasında kırılmalar hatta kopmalar yaşanarak nesiller birbirlerinden kesin çizgilerle ayrılır hale gelmiştir. Prensky, dijital yerliler ve dijital göçmenler olmak üzere iki ayrı kavramdan söz etmektedir. Dijital göçmenler, dijital kültüre daha sonradan katılmak da iken dijital yerliler dijital kültürün içerisinde doğan ve dijital dili kullanan bir nesil olarak ortaya çıkmıştır (Prensky, 2001). İnternetin keşfi ile kişilerarası iletişim ve sosyal yaşam sayısallaşmış, mobil teknolojilerin de hayatımıza girmesiyle dijital devrim meydana gelmiştir. Bu devrimin en önemli öğelerinden biri sosyal medya ağıdır. Söz konusu ağ ortamı geleneksel kültürdeki zamansal ve mekânsal koordinatları ortadan kaldırmış, kullanıcılarına zaman ve mekândan bağımsız iletişim kurabilme imkânı tanımıştır. Sosyal medya sanal kimlikleri de oluşturmuştur. Sosyal ağlarda iletişim kuran insanların bu ağlarda sosyalleşirken, gerçek hayatta asosyalleşme ikilemi içerisinde kaldıkları görülmektedir. İnsanlar istemdişi dijital kültürün ilkeleri ile kimliklerini şekillendirmektedir. Dijital kültürün başlangıç tarihi yeni medyanın başlangıcı olarak kabul görür (Güzel, 2016).

Sosyal medya kişilerarası iletişim, boş zaman etkinlikleri ve kamuoyu oluşturması (Yüçetürk & Akyol, 2019) açısından etkin hale gelmeye başlamıştır. Kimlik ve benlik üretmek için kullanılan sosyal medya her geçen gün kullanıcı sayısını artırarak, toplumsal hayatın dönüştürücü öznelere, ekonomik, psikolojik, sosyal, siyasi ve kültürel yaşamın belirleyicilerinden biri haline gelmiştir. Bu durum dijital kültürün sağladığı iletişim ortamlarının devrimci yayımın göstergesidir. Bu kültür yapısında iletişim aracılı bir özelliğe sahiptir. Sayısallaşan iletişim, iletinin çokluğuna göre değerlendirilerek nitelikten ziyade niceliksel bir yapıya bürünmüş durumdadır (Göker, 2015, ss. 394-410).

Dijital kültürde birey, çevrimiçi profilinde paylaştığı fotoğraflar, takip ettiği ve kendisini takip eden kişilerden oluşmaktadır. İnsanlar özel yaşamlarını, dünyevi görüşlerini paylaşabilmektedir. Günün sonunda daha fazla beğeni alan, takipçisi olanlar popüler hale gelmektedir. Bu başarıyı sağlayan sayılar, değerler ve imajlardır (Güzel, 2016).

1980'li yıllarda askeri bir savunma projesi olarak ortaya çıkan internet, 1990'lı yıllarda insanlığın hizmetine sunuldu. Bu durum enformasyon akışını hızlandırarak dünyayı sermaye sahiplerinin küresel bir köyü haline getirmiştir. Sermaye sahipleri insanları kendi ideolojileri ve çıkarları

doğrultusunda yönlendirerek tüketimi yaygınlaştırmış, tüketim toplumlarını yaratmıştır (Luhan, 2001). Dijitalleşme ile kitle iletişim araçlarında oluşan algoritmalar insanları tüketime yönlendirmektedir. Onlara tükettikleri kadar var olacaklarına, tüketim nesnelere ile kendilerini ifade edebileceklerine inandırdıkları yeni bir iletişim ortamı sunmaktadır. Bu nedenle tüketmek modern toplumlarda kültürel bir pratik haline almış (Baudrillard, 2008, s. 71) dolayısıyla dijital kültürün de önemli bir ögesi olmuştur. Özellikle sosyal medya modern insanın tüketim biçimlerini değiştirmiş, dijital tüketim kültürü (Sadakoğlu & Genç, 2022, s. 286) adı verilen yeni bir kavramın ortaya çıkmasına neden olmuştur. Dijital kitle iletişim araçları geleneksel olanlara göre tüketime daha fazla yönlendirmektedir. Tüketiciler ürün ve hizmet bulma, kıyas edebilme gibi imkânlarla saniyeler içerisinde ulaşır bu durum tüketim kültürünün dönüştürülmesini sağlamaktadır (Sancar, 2021). Dijital kitle iletişim araçları ile gerçek ihtiyaçlarla sahte ihtiyaçlar arasındaki ince çizgi ortadan kaldırılarak, sayısız seçenek ve çeşidin arasında daha fazla tüketebilme ve tüketilenleri rahatlıkla paylaşabilme imkânı sunulmaktadır. Böylece kişi tüketici konumunda iken aynı zamanda üretici konuma da geçmiş olur (Özmen & Sancar, 2021).

Dijitalleşme ile birlikte bilginin hızlı yayılımı toplumları ekonomik ve sosyal olarak yeniden yapılandırmaktadır. Toplumların ekonomileri bilgiye dayalı hale gelmiş ve bilgi toplumlarını oluşturmuştur (R. Acun, 2001). Bilgi toplumlarında bilgiyi geleneksel ortamlardan dijital ortamlara taşıma hükümetlerin öncelikli politikalarındandır. Bilginin dijital ortamlara taşınması yani dijitalleştirilmesi sadece onun görüntüsünün bilgisayar ortamına aktarılması değil bilginin internet ortamına taşınarak gelecek nesillere devredilmesi ve küresel ölçekte ulaşılabilir hale gelmesidir (F. Acun, 2008). Temeli enformasyona dayanan bu toplum, ağ toplumdur ve kapitalisttir, küresel bir ekonomik yapıya sahip olan toplumlar, dijital teknolojiler aracılığıyla egemen bir ekonomik sistem yaratarak birleştirici ve dışlayıcı bir yapıya sahip olur (Castells, 2008).

Dijital kültürün en önemli öğelerinden biri olan internet, yaşadığımız çağda insanların iş yaşamından, gündelik yaşamına, özel yaşamından boş zamanına kadar her alanda egemen konumdadır (Başaran, 2005, s. 52). Sanallık gerçekliğimiz olmuştur. İnternetin hayatımızı bu denli kaplamasının nedeni farklı iletişim tarzlarını bir şebeke etrafında tutabilme yetisidir. Bu yeti interneti çok sayıda kültürel yapının içinde barındığı bir mecra haline getirmiştir (Timisi, 2005).

Dijital teknolojilerin yaygınlaşması sanat eserlerinin üretim şekillerini de değiştirmeye başlamıştır. Sanatçılar farklı biçimlerde üretmedikleri sanat yapıtlarını bu aygıtlar aracılığıyla şekillendirebilmektedir. Dijital sanat, sanatçı, izleyici (Sarı & Türker, 2021) gibi kavramların içeriklerini de değişime uğratmış durumdadır. Bilgisayar teknolojisi geleneksel sanatın formlarını da değiştirmiştir. Resim, heykel, fotoğraf, baskı, film (Arda & Şentürk, 2023; Aytekin, 2023) gibi sanat ürünlerine internet sanatı, yazılım

sanatı, sanal gerçeklik, dijital sergilemeler gibi yeni sanatsal formların eklenmesini sağlamıştır. Sanat alanındaki gelişmeler eser bağlamında sergilenme açısından da bir ivme kazandırmış ve sanatçılara online sergiler açma imkânı sağlarken, insanlara da dünyanın öbür ucundaki sanat eserine ulaşabilme, sergileri gezebilme şansı sunmuştur (Sağlamtimur, 2010, ss. 213–217).

Kitle iletişim araçlarının dijitalleşmesi toplumsal yapının da değişimine neden olmaktadır. Dijital teknolojiler sadece sosyal yaşantımızı değil aynı zamanda devletlerin politikalarını da etkilemiş durumdadır. Ulus devletler vatandaşlarına pek çok hizmeti e-okul, e-devlet, e-nabız gibi sistemler üzerinden vermeye başlamıştır. Bundan dolayı dijital kültürü günlük yaşam deneyimlerimizi etkileyen değişim ve yenilikler anlamında da kullanabiliriz (Ünal & Koçak, 2023, s. 2122).

Dijital dönüşümle birlikte ortaya çıkan dijital kültürün günlük yaşantımıza sağladığı faydalarının yanında riskleri de mevcuttur. Dijital dönüşüm bazı iş kollarının yok olmasına neden olmaya başlamıştır. Özellikle düşük ve orta vasıflı olarak adlandırılan çalışan grubu için istihdam sorunları oluşacaktır (Olgun, 2020, s. 206). Dijital platformların sık kullanımı nedeniyle bu platformlara karşı bağımlılık her geçen gün katlanarak artmakta (Sancar, 2017) bu durum farklı fiziksel ve ruhsal sorunların ortaya çıkmasına neden olmaktadır. Dijital ortamlarda sosyalleşme insanların yalnızlaşarak depresyon, anksiyete gibi hastalıklara sahip olmalarına neden olmaya başlamıştır. Dijital platformlar ile suç kavramının da yapısı değişerek suçlar da dijitalleşmiş, siber suçlar hayatımıza girmiştir. Kolaylıkla oluşturulabilen sahte kimlikler ile dolandırıcılık, şiddet, pornografi gibi pek çok tehlikeye maruz kalılabilmektedir (Sancar, 2023). Özellikle çocuklar için ciddi risk taşıyan bu ortamlar sosyal bilimlerde dijital çocukluk, dijital ebeveyn ve dijital aile gibi yeni kavramları doğurmuştur. Görüldüğü üzere dijitalleşme ve dijital kültür hayatımızın her alanına girmiş ve pek çok kavramın başına dijital kelimesinin eklenmesine neden olmuştur. Bu durum dijital kültür kavramını sosyal bilimlerin önemli bir araştırma alanı haline getirmiştir.

### 3. Yöntem

Bu çalışmada yöntem olarak bibliyometrik analiz metodlarından bilimsel haritalama tekniği kullanılmıştır. Matematik ve istatistik analizleri yazılı iletişim araçlarına uygulamak anlamına gelen bibliyometrik kavramı, Pritchard tarafından istatistiksel bibliyografya kavramının yerine önerilmiştir (Pritchard, 1969). Bibliyometrik analiz yöntemi, nicel yöntemler kullanarak bilimsel çalışmaları analiz etmek için kullanılmaktadır (Korkarar, Çetin, & Deveciyan, 2021, s. 2459). Bu analizler, belirli bir kapsamda incelenmek istenen bilimsel çalışmaları yazar, yıl, ülke, konu, atıf gibi özelliklerine göre sayısal olarak çözümler ve o kapsam bağlamında mevcut yazının geldiği noktayı ve eğilimini ortaya koyar (Zeren & Kaya, 2020, ss. 37–38). Bibliyometrik analiz kullanılarak araştırılan alana

ait ortak çalışan yazar bilgileri, ortak yapılan atıf bilgileri, ortak kullanılan kelimeler gibi çalışmalar arası bağlantılar da ortaya konulabilir (Özteke Kozan, 2020, s. 6).

Bibliyometrik analizler genellikle veri tabanlarından yararlanmaktadır. Singh vd. (2021) yaptıkları karşılaştırmalı analizde WOS (Web of Science), Scopus ve Dimensions veri tabanları incelemişler ve WOS'un en seçici veri tabanı olduğunu, WOS'da indekslenen dergilerin %99'nun aynı zamanda Scopus, %97'sinin ise aynı zamanda Dimensions'da da indekslendiğini ortaya koymuşlardır. WOS veri tabanı SSCI (Social Sciences Citation Index), A&HCI (Arts & Humanities Citation Index) SCI-EXPANDED (Science Citation Index Expanded) indekslerini içermekte olup, dikkate değer birçok çalışma bibliyometrik analiz için bu veri tabanını kullanmıştır (Fetscherin & Heinrich, 2015; Fetscherin & Usunier, 2012; Shah, Lei, Ali, Doronin, & Hussain, 2019).

Bibliyometrik metotların performans analizi ve bilimsel haritalama olmak üzere iki temel kullanım alanı bulunmaktadır. Bilimsel haritalama (bibliyometrik haritalama) bibliyometri alanının önemli başlıklarından biri olup, bilimsel araştırmanın yapısal ve dinamik yönlerini ortaya çıkarmayı hedeflemektedir (Cobo vd., 2011; Van Eck & Waltman, 2010). Bibliyometrik haritalama yapabilmek için farklı yazılımlar bulunmaktadır. En popüler bibliyometrik haritalama yazılımları VOSviewer ve Bibliometrix olarak öne çıkmaktadır. Bibliometrix birden çok veri tabanından gelen dosyaları kullanarak analiz yapabilen çok yönlü bir yazılımdır. VOSviewer ise farklı kaynaklardan gelen verileri birleştirememekle beraber, Bibliometrix'e göre daha basit oluşu ve yüksek grafik kalitesi ile öne çıkmaktadır (Arruda vd., 2022). Bu çalışmanın verileri tek bir kaynak üzerinden sağlanmakta olup, daha kullanıcı dostu olan VOSviewer 1.6.18 programı tercih edilmiştir. VOSviewer programı Leiden Üniversitesi'nden Nees Jan va Eck ve Ludo Waltman tarafından bibliyometrik ağlar oluşturmaya ve bu ağları görselleştirmeye yönelik olarak tasarlanmış bir yazılımdır (Arruda vd., 2022).

Bibliyometrik veri kullanarak VOSviewer programı ile yapılabilecek bibliyometrik analiz yöntemleri Tablo 1'de verilmiştir. Bu haritalama yöntemi birbiri ile ilişkili öğeleri kümelerle bölerek, kümeleri farklı renkleri ile görselleştirir. Küme içindeki öğenin gösterimi ne kadar büyükse, o öğenin önemi ve popülaritesi de o derece fazladır (Shah vd., 2019).

**Tablo 1:** VOSviewer Bibliyometrik Haritalama Seçenekleri

Analiz Türü	Analiz Birimi
Ortak yazarlık (Co-authorship)	Yazar Kurum Ülke
Ortak kelime / Birlikte bulunma (Co-occurrence)	Anahtar kelime
Atıf (Citation)	Çalışma Kaynak

	Yazar
	Kurum
	Ülke
Bibliyografik eşleştirme (Bibliographic coupling)	Çalışma Kaynak
	Yazar
	Kurum
	Ülke
Ortak atıf (Co-citation)	Alıntı yapılan referans Alıntı yapılan kaynak Alıntı yapılan yazar

**Kaynak:** Van Eck & Waltman (2021)

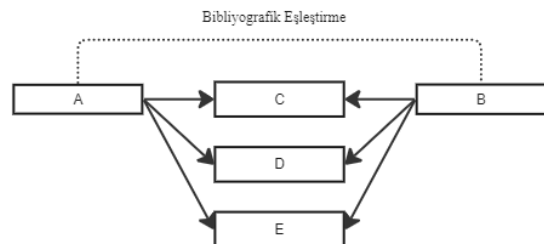
*Ortak yazarlık analizi;* yazarların bilimsel çalışmalar üzerinde işbirliği yaparak oluşturdukları ağları incelemektedir. İki yazar arasındaki ilişki ortak bir yayın yaptıklarında kurulur. Bu analiz hem yazarlar arasındaki sosyal bağlar, hem de yazarların bağlı olduğu kurumlar ve ülkeler arasındaki işbirliği hakkında bilgi verir (Zupic & Čater, 2015).

*Ortak kelime analizi;* çalışmalarda birlikte kullanılan kelimeleri modelleyerek, ilgili alandaki fikirler arasındaki ilişkiyi belirlemeye ve kavramsal yapıyı ortaya çıkarmaya çalışan bir yöntemdir (Qin, 1999). Bir çalışmanın anahtar kelime listesinde herhangi bir kelime çiftinin bir araya gelmesi birlikte bulunma olarak tanımlanabilir. Bu durumda veri tabanında incelenen tüm makaleler için her kelime çiftinin birlikte bulunma sayısı hesaplanarak bir ağ yapısı kurulabilir (Kostoff, 1993).

*Atıf analizi;* iki çalışma arasında ilişkiyi, bir çalışmadan diğer çalışmaya yapılan atıf üzerinden ölçen bir yaklaşımdır. Bir çalışmanın aldığı atıf sayısı ile çalışmanın kalitesi arasında yüksek pozitif korelasyon olduğu ve atıf alma sayısının bir kalite göstergesi olarak kullanılabileceği varsayımına dayanmaktadır (Smith, 1981).

*Bibliyografik eşleştirme;* bir referans farklı çalışmalar tarafından ortak kaynak olarak kullanıldığında meydana gelmektedir (Osareh, 1996). Bu yöntem ilgili alandaki son katkıları yansıtmaya ve literatürde en güncel çıktılarını ortaya koymaya yardımcı olmaktadır (Rojas-Lamarena, Del Barrio-García, & Alcántara-Pilar, 2022). Şekil 1'de gösterildiği üzere A ve B çalışmaları bibliyografik olan eşleşen çalışmalardır.

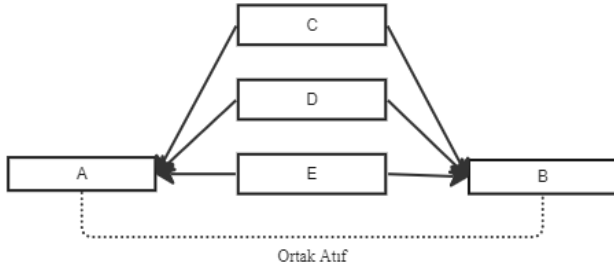
**Şekil 1:** Bibliyografik Eşleştirme Yöntemi



**Kaynak:** Osareh (1996)

*Ortak atıf analizi*; ortak atıf alan çalışmaların kaç kez birlikte atıf aldığına dayalı bir analiz türüdür. Çalışmalar ne kadar çok birlikte alıntılanırsa, içeriklerinin ilişkili olma ihtimali o kadar yüksektir varsayımına dayanmaktadır (Zupic & Čater, 2015). Ortak atıf analizi ilgili alandaki odak yazarların, çalışmaların ve kaynakların belirlenmesine yardımcı olur (Arslan, 2022). Şekil 2’de gösterildiği üzere A ve B çalışmalarını ortak atıf alan çalışmalardır.

**Şekil 2:** Ortak Atıf Yöntemi



**Kaynak:** Osareh (1996)

Bibliyometrik haritalardaki öge çiftleri arasındaki bağlantıların gücü sayısal olarak ifade edilebilmektedir. Ağ gücü olarak isimlendirilen bu değer nasıl hesaplandığı Şekil 3’deki örnek atıf matrisi üzerinde gösterilmiştir. I ve K çalışmaları ortak kaynaklara atıf yapan çalışmalar olup, bibliyografik olarak eşleşmektedir. I-K çalışmaları 4 ortak kaynağa (A,B,D,F) ortak atıf yaptıklarından, aralarındaki bibliyografik eşleme ağının gücü 4 olarak ifade edilir. Benzer şekilde A ve D çalışmaları 5 farklı kaynaktan (H,I,J,K,L) ortak atıf alan çalışmalar olup, A-D çalışmaları arasındaki ortak atıf ağının gücü 5 olarak ifade edilmektedir.

**Şekil 3:** Bibliyometrik Haritalama Ağ Gücü

		Alıntı Yapılan					
		A	B	C	D	E	F
Alıntı Yapan	G	x	x	x		x	
	H	x			x	x	
	I	x	x		x		x
	J	x		x	x		
	K	x	x		x		x
	L	x			x		

Bibliyografik Eşleşirme Ağ Gücü: 4

Ortak Atıf Ağ Gücü: 5

**Kaynak:** Osareh (1996)

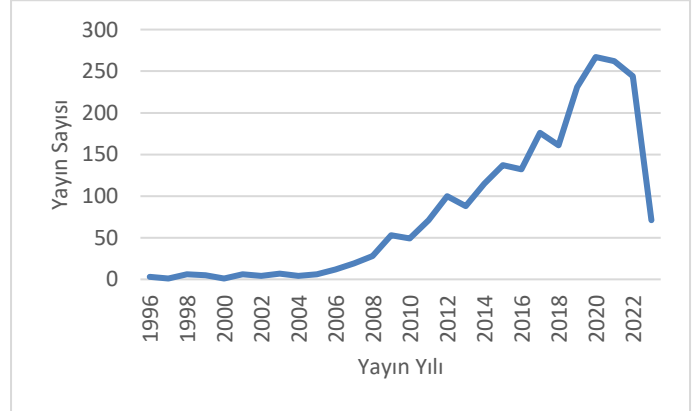
Bu çalışmanın verileri WOS Core Collection veri tabanında “dijital kültür” kavramının İngilizce karşılığı olan “digital culture” kavramı aratılarak elde edilmiştir. Veriler 19.07.2023 tarihinde çekilmiş olup, araştırmada herhangi bir başlangıç yıl sınırı konulmamıştır. WOS veri tabanında arama yapılırken; adında, özet kısmında ya da anahtar kelimelerinde “digital culture” ifadesi geçen yayınlar

filtrelenmiş, ilave bir dışlayıcı faktör seçilmemiştir. Yapılan arama sonucunda 1996-2023 yılları arasında yapılmış 2259 adet çalışmaya ulaşılmıştır. Çalışma sayısının yüksek olduğu araştırmalarda analiz sonuçlarının daha anlamlı ve anlaşılabilir olması adına verinin içeriğine uygun olarak bazı eşik değerlerinin seçilmesi yaygın olarak kullanılan bir yöntemdir (Arslan, 2022; Shah vd., 2019). Bu çalışmada da ilgili analiz türündeki veri yoğunluğuna ve dağılımına uygun olarak minimum atıf sayısı, minimum yayın sayısı gibi alt eşik değerleri dışlama kriterleri olarak kullanılmıştır.

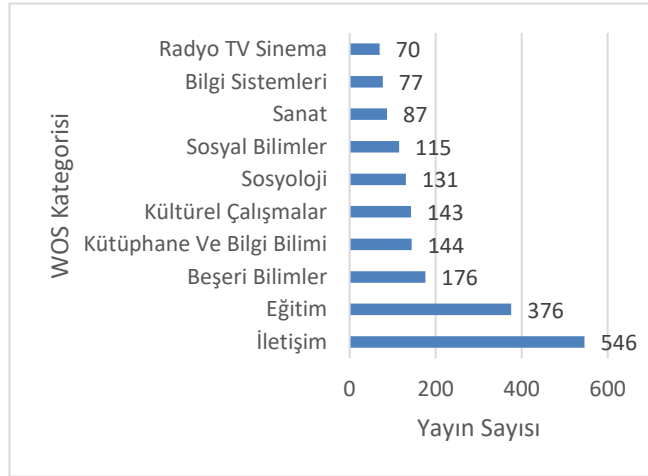
#### 4. Bulgular

Çalışmada önce betimleyici analiz sonuçları verilmiş, sonrasında bibliyometrik haritalamalar gösterilmiştir. Şekil 4’de analize dahil edilen yayınların yıllara göre dağılımı gösterilmektedir. WOS veri tabanında dijital kültür alanında yapılmış yayın geçmişinin 1996 yılına kadar dayandığı, 2006 yılından itibaren yayın sayısının artışa geçtiği, 2019-2022 yıllarda ise yıllık yayın sayısının ortalama 250 bandına oturduğu görülmektedir. 2023 yılında trend düşüş eğilimi göstermekle birlikte, verilerin alındığı tarih 2023 yılı ortası olup, yıl sonuna ait nihai toplam yıllık yayın sayısını göstermemektedir.

**Şekil 4:** Dijital Kültür Alanındaki Yayınların Yıllara Göre Dağılımı



Şekil 5’de WOS veri tabanlarında dijital kültür alanında WOS’un belirlediği alan kategorilerine göre en çok yayın yapılan 10 kategori ve yayınların bu kategorilere göre dağılımı gösterilmektedir. İletişim alanı 546 yayın ile dijital kültür alanında en çok yayın yapılan kategori olurken, onu 376 yayın ile eğitim kategorisi izlemiştir. Bu iki kategorinin bariz şekilde diğer kategorilere baskın olduğu görülmektedir. Bu alanları sırasıyla beşeri bilimler, kütüphane-bilgi ve kültürel çalışmalar izlemektedir.

**Şekil 5:** Dijital Kültür Alanındaki Yayınların WOS Alan Kategorilerine Göre Dağılımı

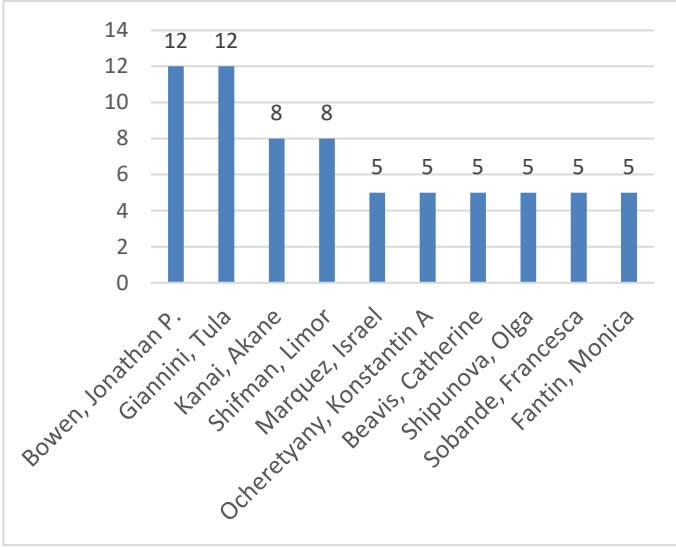
Tablo 2’de WOS veri tabanlarında dijital kültür alanında yapılmış çalışmalardan en çok atıf alan ilk 10 çalışma sıralı olarak verilmiştir. Limor Shifman’ın “Memes in Digital Culture” adlı kitabı 743 atıf ile bu alanda en çok atıf alan çalışma olarak ilk sırada yer almaktadır. Onu 564 atıf ile José van Dijck ve 437 atıf ile Seth C. Lewis’in çalışmaları izlemektedir. Ayrıca yine Shifman’ın internet memeleri ile ilgili olan iki farklı çalışması daha en çok atıf alan çalışmalar arasında yer almaktadır.

**Tablo 2:** Dijital Kültür Alanında En Çok Atıf Alan Yayınlar

Yazar Adı	Çalışmanın Adı	Atıf Sayısı	Yıl
Shifman, L	Memes in Digital Culture	743	2014
Van Dijck, J	Users like you? Theorizing agency in user-generated content	564	2009
Lewis, SC	The Tension Between Professional Control and Open Participation: Journalism and its boundaries	437	2012
Shifman, L	Memes in a Digital World: Reconciling with a Conceptual Troublemaker	278	2013
Deuze, M	Participation, remediation, bricolage: Considering principal components of a digital culture	275	2006
Greenhow, C; Lewin, C	Social media and education: reconceptualizing the boundaries of formal and informal learning	241	2016
Shifman, L	An anatomy of a YouTube meme	214	2012
Duffy, BE	The romance of work: Gender and aspirational labour in the digital culture industries	212	2016
Ilomaki, L; Paavola, S; Lakkala, M; Kantosalo, A	Digital competence - an emergent boundary concept for policy and educational research	183	2016
Deuze, M; Bruns, A; Neuberger, C	Preparing for an age of participatory news	177	2007

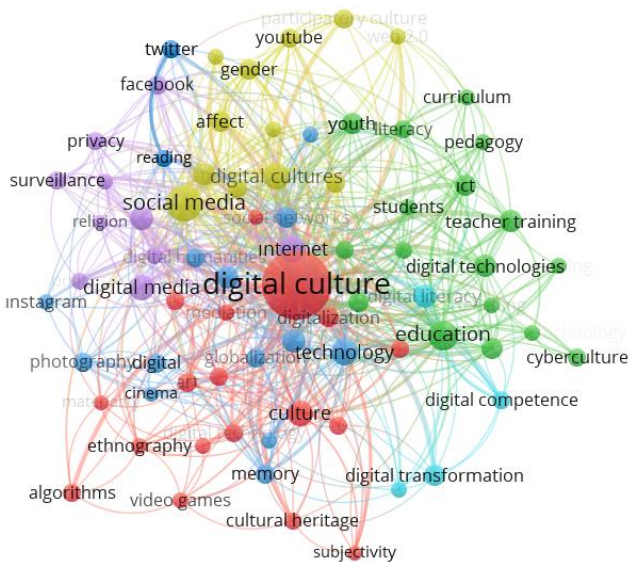
Şekil 6 WOS veri tabanlarında dijital kültür alanında en çok yayını olan yazarları ve bu yazarların yayın sayılarını göstermektedir. Jonathan P. Bowen ve Giannini Tula bu alanda yayımladıkları 12’şer çalışma ile ilk sırada yer almaktadır. Bu iki yazarın ayrıca ortak editörlükleri yaptıkları müzeler ve dijital kültür üzerine yazılmış “Museums and Digital Culture: New Perspectives and Research” adlı kitapları ile beraber birçok ortak çalışması bulunmaktadır. Bu iki yazarın ardından 8’er çalışma ile Akane Kanai ve Limor Shifman en çok yayını olan yazarlar olarak sıralanmaktadır.

**Şekil 6:** Dijital Kültür Alanında En Çok Yayın Yapan Yazarlar



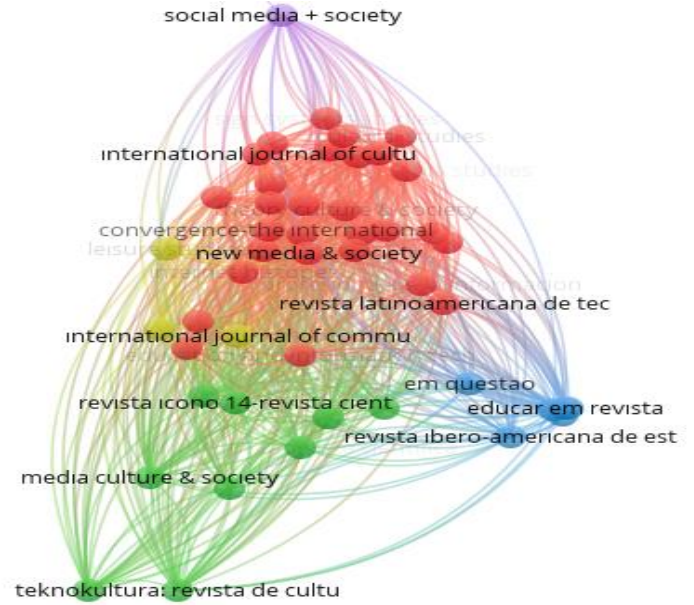
İncelenen araştırmalarda toplam 5252 adet farklı anahtar kelime kullanılmış olup, ortak kelime analizi için minimum ortak kelime eşik değeri 10 olarak seçilmiştir. Eşik değerini aşan 76 adet anahtar kelimenin yer aldığı ortak anahtar kelime görsel haritası Şekil 7’de gösterilmiştir. WOS veri tabanlarında dijital kültür alanında yapılan çalışmalarda, dijital kültür kelimesi ile beraber en çok kullanılan ortak anahtar kelimeler; sosyal medya, eğitim, internet, teknoloji, iletişim, kültür, internet meme’i, yeni medya, dijital medya, dijital okuryazarlık olarak öne çıkmaktadır. Ayrıca Youtube, Facebook, Instagram, Twitter gibi ana akım sosyal medya platformlarının da dijital kültür ile beraber çok sık olarak kullanıldığı görülmektedir.

**Şekil 7:** Dijital Kültür Alanındaki Yayınların Ortak Anahtar Kelime Bibliyometrik Haritası



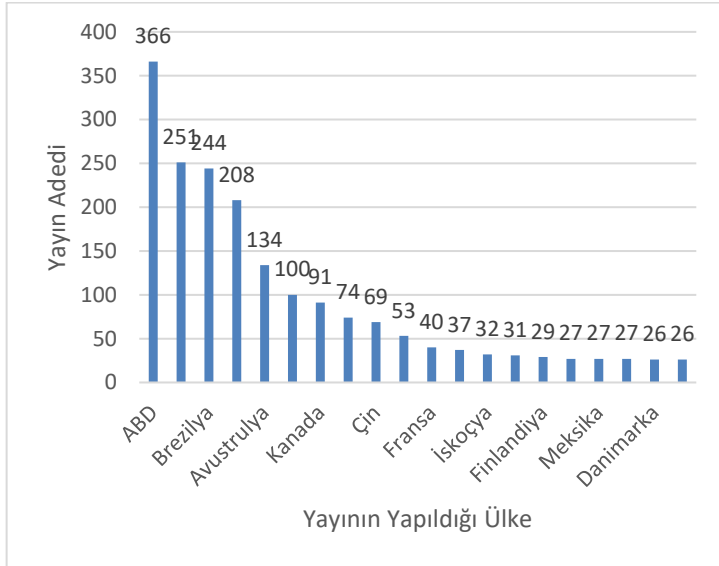
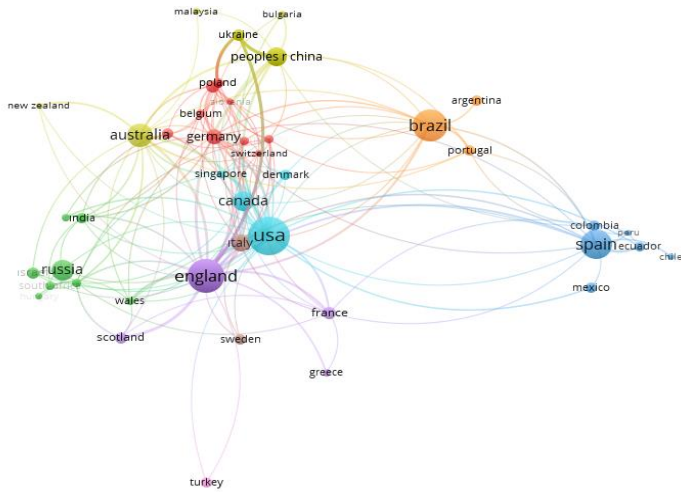
Diğer bir analiz olan bibliyografik eşleştirmeye ait görsel harita Şekil 8’de gösterilmiştir. İncelenen araştırmalarda toplam 1271 adet farklı kaynak bulunmaktadır. Kaynak bazlı bibliyografik eşleştirme analizi yapılırken her kaynak için minimum 5 yayın ve minimum 5 atıf sayısı eşik değerler olarak seçilmiştir. Bu eşik değerini aşan 49 adet kaynak bibliyometrik haritalama için kullanılmıştır. Şekilde birbiri ile ilişkili ögeler kümelenecek gösterilmektedir. Her renk birer kümeyi ifade etmektedir. Bibliyografik eşleştirme ağı bakımından en güçlü kaynakların *Media Culture & Society*, *Teknokultura*, *International Journal of Communication*, *TripleC*, *New Media & Society*, *Convergence*, *Information Communication & Society*, *SM+S (Social Media + Society)* dergileri olduğu görülmüştür.

**Şekil 8:** Dijital Kültür Alanındaki Yayınların Kaynak Bazlı Bibliyografik Eşleştirme Haritası

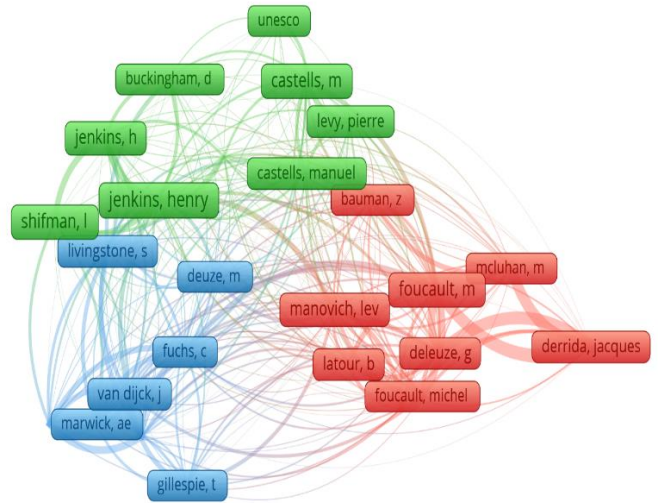


İncelenen araştırmalarda toplam 96 adet farklı ülkeden yazar bulunmaktadır. Şekil 9 WOS veri tabanında dijital kültür alanında en çok yayın yapan ilk 20 ülkenin yayın sayısına göre dağılımını göstermektedir. Amerika Birleşik Devletleri 366 yayın ile ilk sırada yer alırken, onu 251 yayın ile İngiltere, 244 yayın ile Brezilya ve 208 yayın ile İspanya izlemektedir. Türkiye ise 27 yayın ile 16.sırada yer almaktadır. Çalışma kapsamında ilave olarak ülkeler arası yazar işbirliklerini belirlemek için ülke bazlı ortak yazar analizi gerçekleştirilmiştir. Analizde her ülke için minimum 10 yayın ve minimum 10 atıf sayısı eşik değerler olarak seçilmiştir. Bu eşik değerini aşan 43 adet ülkenin yer aldığı bibliyografik eşleştirme görsel haritası Şekil 10’da gösterilmiştir. Ortak yazarlık ağı gücü en yüksek ülkeler sırasıyla İngiltere, Amerika, Avustralya olarak öne çıkmaktadır. Türkiye’nin ise sadece iki ülke (Amerika ve İngiltere) ile ortak yazarlık ağının bulunduğu ve 43 ülke arasında ağı gücü en düşük ülke olduğu görülmektedir.



**Şekil 9:** Dijital Kültür Alanındaki Yayınların Ülkeler Göre Dağılımı**Şekil 10:** Dijital Kültür Alanındaki Yayınların Ülke Bazlı Ortak Yazar Analizi

Çalışma kapsamında son olarak ortak atıf analizi yapılmıştır. İncelenen araştırmalarda 42187 yazar bulunmaktadır. Yazarların ortak atıf analizi için minimum 50 atıf alma sayısı eşik değer olarak seçilmiş olup, bu şartını sağlayan 26 yazara ait ortak atıf ağı Şekil 11’de gösterilmiştir. Ortak atıf analizi sonucuna göre dijital kültür bağlamında alana en fazla akademik etki yapan yazarların Henry Jenkins, Limor Shifman, Manuel Castells, Michel Foucault, Lev Manovich, Pierre Lévy, Sonia Livingstone, Gilles Deleuze olduğu görülmüştür.

**Şekil 11:** Dijital Kültür Alanındaki Yayınların Ortak Atıf Analizi

## 5. Sonuç

Bu çalışmada WOS veri tabanında yer alan dijital kültür temalı çalışmaların bibliyometrik analizi bilimsel haritalama tekniği kullanılarak yapılmıştır. Çalışma kapsamında 2259 adet çalışmaya ulaşılmıştır. Dijital kültür alanındaki araştırmaların 1996 yılına kadar dayandığı ancak artışın 2006 yılı sonrasında başladığı ve en büyük artışın 2018-2020 yılları arasında yaşandığı görülmektedir. Yeni medya ile ilgili yapılan çalışmalarda internet, dijital kültürün başlangıç tarihi olarak belirtilmektedir (Güzel, 2016). Yeni medya ile beraber yeni kültürel yapıların oluşması sonucu 1990’ların ortasından itibaren akademik çevrelerde siber kültür kavramı kullanılmaya başlamıştır (Başlar, 2013). Elde edilen sonuçlar yeni medyanın gelişim süreci ile dijital kültür çalışmaları arasında paralellik olduğunu göstermektedir. Bu durum iletişim araçlarının kültür oluşturma üzerindeki rolünü de destekler vaziyettir.

Yapılan ortak atıf analizi dijital kültür alanında en çok ortak atıf alan yazarların Henry Jenkins, Limor Shifman, Manuel Castells, Michel Foucault ve Lev Manovich olduğunu ortaya koymaktadır. İletişim, gazetecilik ve sinematik sanatlar profesörü olan ve ayrıca yakınsama kültürü kavramını ortaya atan Henry Jenkins’in medya ve popüler kültürün farklı yönleri hakkında yirmi kadar kitabı bulunmaktadır (Uyanık, 2023). Ağ toplumu kuramını ortaya koyan ve “dünyanın her hangi bir noktasında ortaya çıkan bir gelişmenin enformasyon teknolojileri aracılığı ile dünyanın her tarafına zincirleme olarak yayılacağını” söyleyen Manuel Castells de dijital kültürün odak araştırmacılarından biri olarak ön plana çıkmaktadır (Güven, 2021). Manuel Castells’in “Ağ Toplumunun Yükselişi” ve Henry Jenkins’in “Cesur Yeni Medya & Teknolojiler ve Hayran Kültürü” kitapları Türkçe’ye çevrilmiş olup, bu iki yazarın

kitapları farklı üniversitelerde de (İstanbul Üniversitesi, Aydın Üniversitesi, Gelişim Üniversitesi, Yeditepe Üniversitesi vb.) dijital kültür temalı derslerde kaynakça olarak önerilmektedir. Lev Manovich yeni medya alanında dünyaca ünlü bir medya teorisyeni olup, ilk sistematik yeni medya teorisinin sunulduğu çalışma olarak belirtilen ve Türkiye’de de birçok yeni medya diploma programında kaynak olarak kullanılan “The Language of New Media” kitabının yazarıdır. Lev Manovich’in dijital kültür temalı çalışmalarda en çok ortak atıf alan yazarlardan biri olması yeni medya ve dijital kültür arasındaki ilişkinin gücünü yansıtmaktadır. İletişim ve gazetecilik profesörü olan Limor Shifman ise dijital medya ve popüler kültür üzerine çalışmalar yapmaktadır. Shifman, spesifik olarak internet meme’leri (bilinen adıyla internet geyikleri) ve bunların dijital kültür hakkında verdiği bilgiler üzerine çalışmaktadır.

Dijital kültür alanında en çok yayın yapılan ülkeler sırasıyla Amerika, İngiltere ve Brezilya olmuştur. Ulakbim (2023)’e göre 2017-2021 yılları arasında ülkelerin bilimsel yayın sıralamasında önde gelen ülkeler ABD, Çin, İngiltere olurken; söz konusu alan dijital kültür olduğunda Brezilya’nın ülke genel yayın istatistiğine oranla çok daha ön plana çıktığı görülmektedir. De Luca Pretto & Bailey (2011) Brezilya’da dijital kültür alanındaki yaşanan gelişmelerde, 2003 yılından itibaren İşçi Partisi’nin hükümete gelmesinin ve Gilberto Gil’in liderliğindeki Brezilya Kültür Bakanlığı’nın dijital kültür alanında yaptığı ilk planlamaların önemli rol oynadığını belirtmektedir. Dijital kültür alanındaki yayın sıralaması 27.sırada yer alan Türkiye’nin konumu ise dünyadaki ortalama yayın sıralamasına benzer konumdadır. Türkiye’nin dünyada dijital platformlarını en yaygın kullanan ülkelerden biri olmasına rağmen, dijital kültür alanındaki çalışmalarda buna paralel olarak bir farklılaşmanın olmadığı ve yapılan çalışmaların genel ülke yayın ortalamasının üzerine çıkmadığı görülmektedir. Ülke bazlı ortak yazar analizinde ise farklı ülke yazarları ile en fazla işbirliği gerçekleştiren ülkeler İngiltere, Amerika ve Avustralya’dır. Ana dili İngilizce olan ülkeler, ülkelerarası yazar işbirliğinde merkezi rol oynamaktadır.

*Çalışma kapsamında ayrıca* dijital kültür alanında bibliyografik olarak eşleşen kaynaklar belirlenmiştir. *Media, Culture & Society* dergisi Sage Journals’da yer alan ve SSCI olarak indekslen İngiltere merkezli bir dergi olup; medya ve yeni iletişim teknolojilerinin siyasi, ekonomik ve kültürel bağlamları üzerine araştırmalar yayımlamaktadır (Sage, 2023). Bir diğer kaynak tam adı Teknokultura: Journal of Digital Culture and Social Movements olan ve ESCI olarak indekslenen İspanya merkezli Teknokultura dergisidir. Bu dergi teknolojinin iletişim ve sosyal değişim üzerindeki rolü, tekno-kültür ve özellikle İbero-Amerikan toplum üzerine çalışmalar yapmaktadır (UCM, 2023). International Journal of Communication ise Güney Kaliforniya Üniversitesi tarafından yayımlanan ve SSCI olarak indekslenen bir kaynak olup, kurucusu alanın odak araştırmacılarından bir olan Manuel Castells’dir (IJOC, 2023). Manuel Castells’in gerek yazar olarak, gerekse kurucusu

olduğu derginin analiz sonuçlarında ön sıralarda çıkması, kendisinin dijital kültür alanındaki önemini ve ağırlığının bir göstergesidir. Ağ gücü yüksek çıkan kaynaklardan New Media & Society ile SM+S (Social Media + Society) dergileri ise Google Scholar istatistiklerine göre iletişim kategorisinde H5 indeksi en yüksek ilk iki kaynaktır (Google Scholar, 2023). Bibliyografik eşleşmede ağ gücü en yüksek olan kaynakların hemen hemen tamamı iletişim, yeni medya ve kültür üzerine çalışmalar içeren kaynaklardan oluştuğu görülmektedir.

Dijital kültür temalı yayınlar çalışma alanlarına göre incelendiğinde; iletişim alanı 546 adet yayın ile açık ara önde çıkmaktadır. Bu sonuç kültür ile iletişim arasındaki ilişkinin gücünü yansıtmaktadır. Adorno’nun (2007) kültürün taşıyıcısı olarak iletişim araçlarını göstermesi ve Hall’un (1990) “kültür iletişimdir, iletişim kültürdür” yaklaşımları, elde edilen bulgularda da kendini göstermektedir. Dijital kültürü en fazla içine alan ve üzerinde çalışan alan iletişimdir. Eğitim alanı ise 376 yayın ile en çok dijital kültür temalı yayın yapılan ikinci alan olmuştur. Dijital kültür alanında yapılmış yayınlarda anahtar kelime olarak en çok geçen kelimelerin ise sosyal medya, eğitim, internet, teknoloji, iletişim olduğu görülmüştür. Anahtar kelime analizinin sonuçları da çalışma alanlarına benzer şekilde iletişim ve eğitim üzerinde yoğunlaşmaktadır. Dijitalleşme iş, iletişim, eğitim gibi yaşamın pek çok alanında değişimler meydana getirmektedir (Sancar, 2023). Dijital çağın sunduğu imkanlar eğitim alanında da önemli fırsatlar sunmakta ve giderek artmaktadır (Parlak, 2017). Teknoloji ve internetin güncel eğitim sistemi içerisindeki giderek daha da artan rolü, dijital kültürün eğitim ile olan ilişkisini de daha kuvvetli ve gerekli hale getirmektedir.

Bu araştırma sadece WOS veri tabanlarında yayımlanmış yayınlar ile kısıtlıdır. Ayrıca veri tabanlarında yapılan aramanın sadece İngilizce olarak gerçekleştirilmiş olması ve farklı dillerde arama yapılmamış olması çalışmanın diğer bir kısıtıdır. Farklı veri tabanları ve farklı dil tercihleri kullanılarak çalışma genişletilebilir. Veri tabanında arama yaparken adımda, özet kısmında ya da anahtar kelimelerinde dijital kültür kelimesi geçen çalışmalar aratılmış ve bu tür bir arama sonucunun ilgili alanında yapılmış çalışmaları yansıtacağı varsayılmıştır. Araştırma tüm çalışma alanlarını kapsayacak şekilde yapılmış, elde edilen veriler tüm disiplinler için genel bir bakış açısı sunmaktadır. Elde edilen veriler dijital kültür çalışmalarının iletişim ve eğitim alanlarında yoğunlaştığını göstermekte olup, benzer çalışma sadece ilgili bir disiplin özelinde ve sadece o alana ait spesifik veriler ile tekrarlanabilir.

### Kaynakça

- Acun, F. (2008). Küresel Rekabette Dijital Kültür. Hacettepe Üniversitesi Türkiyat Araştırmaları Dergisi, 9, 11–46.
- Acun, R. (2001). Türkiye’de Bilim ve Teknoloji. Atatürk’ün Ölümünün 62.Yılında Cumhuriyet Türkiye’sinde

- Bilimsel Gelişmeler Sempozyumu 8-10 Kasım 2000 Ankara Bildiriler ve Tartışmalar, 191–219. Ankara.
- Adorno, T. W. (2007). *Kültür Endüstrisi Kültür Yönetimi*. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Arda, Ö., & Şentürk, O. (2023). Belge-Oyun/Docu-Game Etkileşimli Belgesel Film. İçinde F. Aydoğan (Ed.), *Medyada Güncel Kavramlar* (ss. 117–121). Ankara: Nobel Akademi Yayıncılık.
- Arruda, H., Silva, E. R., Lessa, M., Proença Jr., D., & Bartholo, R. (2022). VOSviewer and Bibliometrix. *Journal of the Medical Library Association*, 110(3), 392–395. <https://doi.org/10.5195/jmla.2022.1434>
- Arslan, E. (2022). Sosyal Bilim Araştırmalarında VOSviewer ile Bibliyometrik Haritalama ve Örnek bir Uygulama. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 22(Özel Sayı 2), 33–56. <https://doi.org/10.18037/ausbd.1227291>
- Aytekin, M. (2023). Dijital Sinema. İçinde F. Aydoğan (Ed.), *Medyada Güncel Kavramlar* (ss. 263–271). Ankara: Nobel Akademi Yayıncılık.
- Başaran, F. (2005). İnternetin Ekonomi Politikası. İçinde İnternet, Toplum, Kültür (ss. 32–53). Ankara: Epos Yayınları.
- Başlar, G. (2013). Yeni medyanın gelişimi ve dijitalleşen kapitalizm. *Akademik Bilişim 2013 – XV. Akademik Bilişim Konferansı Bildirileri*, 1(1), 775–784. Antalya.
- Baudrillard, J. (2008). *Tüketim Toplumu Söylenceleri Yapıları*. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Bauman, Z. (2015). *Akışkan Modern Dünyada Kültür*. Ankara: Atıf Yayınları.
- Cartens, A., & Beek, J. (2005). Get Ready For The Gamer Generation. *Tech Trends*, 49(3), 22–25.
- Castells, M. (2001). *Cyberculture*. Minnesota: University of Minnesota Press.
- Castells, M. (2008). *Enformasyon Çağı Ekonomi, Toplum ve Kültür*. İstanbul: Bilgi Yayınevi.
- 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. <https://doi.org/10.1002/asi.21525>
- Creeber, G., & Martin, R. (2008). *Digital Culture: Understanding New Media*. McGraw-Hill Education. <https://books.google.com.tr/books?id=sOIEBgAAQBAJ>
- de Luca Pretto, N., & Bailey, O. G. (2011). Digital culture in Brazil: Building peeracy? *International Journal of Media & Cultural Politics*, 6(3), 265–281. [https://doi.org/10.1386/mcp.6.3.265\\_1](https://doi.org/10.1386/mcp.6.3.265_1)
- Fetscherin, M., & Heinrich, D. (2015). Consumer brand relationships research: A bibliometric citation meta-analysis. *Journal of Business Research*, 68(2), 380–390. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2014.06.010>
- Fetscherin, M., & Usunier, J. (2012). Corporate branding: an interdisciplinary literature review. *European Journal of Marketing*, 46(5), 733–753. <https://doi.org/10.1108/03090561211212494>
- Gere, C. (2019). *Dijital kültür* (A. Aydoğdu & N. Pembecioglu, Ed.). İstanbul: Salon Yayınları.
- Google Scholar. (2023). Top Publications. [https://scholar.google.com/citations?view\\_op=top\\_venues&hl=en&vq=hum\\_communication](https://scholar.google.com/citations?view_op=top_venues&hl=en&vq=hum_communication)
- Göker, G. (2015). İletişimin Mcdonaldlaşması: Sosyal Medya Üzerine Bir İnceleme. *Turkish Studies*, 10(2), 389–410. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.7827/TurkishStudies.7641>
- Güven, E. (2021). Manuel Castells'in Ağ Toplumu Kavramı ve Ötekiler: Yeni Toplumsal Hareketler ve Marjinal Yapılanmalar. *Global Media Journal*, 12(23).
- Güzel, E. (2016). Dijital kültür ve çevrimiçi sosyal ağlarda rekabetin aktörü: "Dijital habitus". *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 4(1). <https://doi.org/10.19145/guifd.26114>
- Hall, E. T. (1990). *The Silent Language*. Knopf Doubleday Publishing Group. [https://books.google.com.tr/books?id=uIRyHhuWT\\_EC](https://books.google.com.tr/books?id=uIRyHhuWT_EC)
- Hall, S. (2017). *Temsil Kültürel Temsiller ve Anlamlandırma Uygulamaları*. İstanbul: Pinhan Yayıncılık.
- Haviland, W. (2008). *Kültürel Antropoloji*. İstanbul: Kaknüs Yayınları.
- IJOC. (2023). *International Journal of Communication*. <https://ijoc.org/index.php/ijoc>
- Jones, S. G. (1998). *Information, Internet and Community: Notes Toward an Understanding of Community In The Information*. İçinde Steven G. Jones (Ed.), *CyberSociety 2.0* (ss. 1–35). California: Sage Publications.
- Kaya, İ. (2020). Andreas Hepp, Medyatikleşen Kültürler. *Folklor/Edebiyat*, 26(102), 439–443.
- Koç, R. (2022). Dijitalleşen Kültür Ya da Kültürün Dijitalleşmesi: Dijital Kültür Kavramı. *Motif Vakfı Halk Bilimi Dergisi*, 15(38), 500–513.
- Korkarar, S., Çetin, C., & Deveciyan, M. T. (2021). Etik Girişimcilik Alanında Yapılmış Ulusal ve Uluslararası Çalışmaların Bibliyometrik Analizi (The Bibliometric Analysis of National, and International Studies on Ethical Entrepreneurship). *Journal of Business Research - Turk*, 13(3), 2455–2472. <https://doi.org/10.20491/isarder.2021.1271>

- Kostoff, R. N. (1993). *Co-Word Analysis. İçinde Evaluating R&D Impacts: Methods and Practice* (ss. 63–78). Boston, MA: Springer US. [https://doi.org/10.1007/978-1-4757-5182-6\\_4](https://doi.org/10.1007/978-1-4757-5182-6_4)
- Lavenda, R. H., & Schultz, E. A. (2017). *Kültürel Antropoloji Temel Kavramlar* (3. Basım). Ankara: Doğu-Batı Yayınları.
- Lenhart, A., Rainie, L., & Lewis, O. (2001). Teenage life online The rise of the instant-message generation and the Internet's impact on friendships and family relationships. <https://www.immagic.com/eLibrary/ARCHIVES/GENERAL/PEW/P010620L.pdf>.
- Levy, P. (2001). *Cyberculture*. University of Minnesota Press.
- Luhan, M. M. (2001). *Global Köy*. İstanbul: Scala Yayınları.
- Manovich, L. (2009). How to follow global digital cultures, or cultural analytics for beginners. Becker, Konrad; Stalder, Felix. *Deep search: The politics of search beyond Google*. Wien: Studien Verlag, 198–211.
- Mejuyev, V. (1987). *Kültür ve Tarih*. Ankara: Başak Yayınları.
- Monavich, L. (2001). *The Language of New Media*. Cambridge: MIT Press.
- Oblinger, D., & Oblinger, J. L. (2005). *Educating The Net Generation*. EDUCAUSE. <https://doi.org/https://www.educause.edu/ir/library/PDF/pub7101.PDF>
- Oğuz, E. S. (2011). Toplum Bilimlerinde Kültür Kavramı. *Edebiyat Fakültesi Dergisi*, 28(2), 123–129.
- Olgun, C. K. (2020). Dijital Kültürün Yükselişine Doğru: Riskler ve Fırsatlar. *Adıyaman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 35. <https://doi.org/https://doi.org/10.14520/adyusbd.737364>
- Osareh, F. (1996). *Bibliometrics, Citation Analysis and Co-Citation Analysis: Libri*, 46, 149–158.
- Özkul, O. (2008). *Kültür ve Küreselleşme*. İstanbul: Açılım Kitap.
- Özlem, D. (2012). *Kültür Bilimleri ve Kültür Felsefesi*. İstanbul: Notos Kitap Yayınevi.
- Özmen, S., & Sancar, E. (2021). Time-Saving as A Motivator for Consumption via Digital Platforms: Istanbul Example in the Consuming of Clothes. *Bandırma Onyedil Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi*. <https://doi.org/10.38120/banusad.943957>
- Özteke Kozan, H. İ. (2020). Okul Psikolojik Danışmanlığı ile İlgili Yapılmış Çalışmaların Bibliyometrik Analizi: 1980-2019. *Okul Psikolojik Danışmanlığı Dergisi*, 3(1), 1–28.
- Parlak, B. (2017). Dijital çağda eğitim: Olanaklar ve uygulamalar üzerine bir analiz. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 22(15), 1741–1759. <http://iibfdergi.sdu.edu.tr/assets/uploads/sites/352/files/yil-2017-cilt-22-sayi-kayfor15-yazi17-30122017.pdf>
- Portalés, C., Rodrigues, J., Rodrigues Gonçalves, A., Alba, E., & Sebastián, J. (2018). Digital Cultural Heritage. *Multimodal Technologies and Interaction*, 2(3), 58. <https://doi.org/10.3390/mti2030058>
- Prensky, M. (2001). *Digital natives, digital immigrants*. MCB Univeristy Press, 9(5), 1–6.
- Pritchard, A. (1969). Statistical Bibliography or Bibliometrics? *Journal of Documentation*, 25, 348–349.
- Qin, H. (1999). Knowledge Discovery Through Co-Word Analysis. *Library Trends*, 48(1), 133–159.
- Rojas-Lamorena, Á. J., Del Barrio-García, S., & Alcántara-Pilar, J. M. (2022). A review of three decades of academic research on brand equity: A bibliometric approach using co-word analysis and bibliographic coupling. *Journal of Business Research*, 139, 1067–1083. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2021.10.025>
- Sadakoğlu, M. C., & Genç, F. (2022). Dijital Tüketim Kültürü: Dijital Kitle İletişim Araçları İle Tüketim Kültürü Arasındaki İlişki Üzerine Bir İnceleme. *TRT Akademi*, 7(14), 286–303. <https://doi.org/10.37679/trta.1013736>
- Sage. (2023). *Media, Culture & Society*. <https://journals.sagepub.com/home/mcs>
- Sağlamtimur, Z. Ö. (2010). Dijital Sanat. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 10(3), 213–238.
- Sancar, E. (2017). Kadınlarda internet bağımlılığı ile ilgili bir araştırma: İstanbul örneği. *İğdır Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, (13), 296-320.
- Sancar, E. (2021). Dijital Platformlarda Daha Kolay Tüketen Kadın: İstanbul Örneği. *İçinde Sosyal Medya Ekolojisi: Farklı Açılardan Sosyal Medya* (ss. 79–109). Konya: Çizgi Kitabevi.
- Sancar, E. (2023). Z Kuşağı Ergen Çocuk Sahibi Ebeveynlerin Dijital Ebeveynlik Tutumlarının Çocukları ile İlişkilerine Etkisi. *İstanbul Üniversitesi Sosyoloji Dergisi / İstanbul University Journal of Sociology*, 43(1), 54–67. <https://doi.org/10.26650/SJ.2023.43.1.0023>
- Sarı, Ü., & Türker, H. (2021). Dijital Platform Kullanıcılarının İzleme Alışkanlıklarına Yönelik Bir Araştırma: Netflix Örneği. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 21(1), 59–80.
- Shah, S. H. H., Lei, S., Ali, M., Doronin, D., & Hussain, S. T. (2019). Prosumption: bibliometric analysis using HistCite and VOSviewer. *Kybernetes*, ahead-of-

- p(ahead-of-print). <https://doi.org/10.1108/K-12-2018-0696>
- Simmel, G. (2020). *Bireysellik ve Kültür (Üçüncü Bas)*. İstanbul: Metis Yayınları.
- Singh, V. K., Singh, P., Karmakar, M., Leta, J., & Mayr, P. (2021). The journal coverage of Web of Science, Scopus and Dimensions: A comparative analysis. *Scientometrics*, 126(6), 5113–5142. <https://doi.org/10.1007/s11192-021-03948-5>
- Smith, L. C. (1981). *Citation Analysis*. Library Trends, 30(1).
- Smith, P. (2007). *Kültürel Kuram (2. Baskı; S. Güzelsarı & İ. Gündoğdu, Ed.)*. İstanbul: Babil Yayınları.
- TDK. (t.y.). (Erişim:07 Eylül 2022), <https://www.tdk.gov.tr/>
- Timisi, N. (2005). *Sanallığın Gerçekliği: İnternetin Kimlik ve Topluluk Alanlarına Girişi*. İçinde M. Binark & B. Kılışbay (Ed.), *İnternet, Toplum, Kültür* (ss. 89–105). Ankara: Epos.
- Taylor, B. (2016). *Kültür Bilimi*. *ViraVerita E-Dergi*, 91(4), 91–109.
- Uçak, O. (2021). *Kültürlerarası İletişimde Tek Kültüre Doğru: Dijital Kültür*. 14th Communication and Technology Congress, 215–230.
- UCM. (2023). *Teknokultura*. <https://revistas.ucm.es/index.php/TEKN>
- Ulakbim. (2023). *Ülkelerin Bilimsel Yayın Sayısı (2017-2021)*. Tarihinde adresinden erişildi *Bibliyometrik Analiz* website: <https://cabim.ulakbim.gov.tr/bibliyometrik-analiz/>
- Universiteit van Amsterdam. (2023). *Media and information*. Tarihinde adresinden erişildi *The Bachelor's media and information study programme* website: <https://www.uva.nl/shared-content/programmas/en/bachelors/media-and-information/study-programme/study-programme.html?origin=QM8V0IIFERF2uFhPGbux%2F2g#The-second-year&cb>
- Uyanık, G. (2023). *Dijital Medya Platformlarını Henry Jenkins'in Kavramları Üzerinden Okumak*. *Etkileşim*, 6(11), 432–444. <https://doi.org/10.32739/etkilesim.2023.6.11.204>
- Uzelac, A. (2008). *How to understand digital culture: Digital culture-a resource for a knowledge society*. *Digital Culture: The Changing Dynamics*. Zagreb: Institute for International Relations. Pág, 7–21.
- Ünal, Ş., & Koçak, H. (2023). *Dijital Kültürün Gündelik Yaşama Etkileri ve Kuşaklar Arası Karşılaştırmaya Yönelik Sosyolojik Bir Analiz*. *Journal of Social, Humanities and Administrative Sciences*, 9(60), 2120–2128. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.29228/JOSHAS.67028>
- 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>
- Van Eck, N. J., & Waltman, L. (2021). *Manual VOSviewer*. İçinde *Univeristeit Leiden*.
- Williams, R. (1976). *Keywords*. New York: Oxford University Press.
- Williams, R. (1993). *Kültür*. Ankara: İletişim Yayınları.
- Williams, R. (2021). *Kültür ve Toplum 1780-1950 (2. Baskı)*. İstanbul: İletişim Yayıncılık.
- Yüçetürk, C., & Akyol, O. (2019). *Sosyal Medya Ortamında Futbol ve Nefret Söylemi: Mesut Özil Örneği*. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 7(2), 1106–1129.
- Zeren, D., & Kaya, N. (2020). *Dijital Pazarlama: Ulusal Yazının Bibliyometrik Analizi*. *Çağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 17(1), 35–52.
- Zupic, I., & Čater, T. (2015). *Bibliometric Methods in Management and Organization*. *Organizational Research Methods*, 18(3), 429–472. <https://doi.org/10.1177/1094428114562629>

## Extended Summary

### Purpose

This study aims to conduct bibliometric analysis on the published studies on digital culture from the international literature to determine the general tendencies in the field, its current state, the disciplines are influenced by digital culture and central studies in the field. Through this, the study aims to provide a perspective for future researchers on this field.

### Design/methodology/approach

The study was done via the model of descriptive research and is a quantitative study. The methods used for the study were bibliometric and scientific mapping. The study includes both descriptive and evaluative bibliometric analysis. The application VOSViewer 1.6.18 was used in the evaluative analysis and the visual mapping of the data. The data was acquired through a query of the term "digital culture" on the Web of Science database. 2259 studies from the year 1996-2023 have been examined as of July 19th, 2023. The results of the study include descriptive analysis such as the distribution of the examined studies per their year of publication, field of study and country of origin and bibliometric analysis and scientific mappings such co-authorship, co-citations, bibliographic correspondence. In accordance with the amount of data in a particular type of analysis, threshold values such as the minimum number of references publications and the minimum number of publications were used as criteria for exclusion.

### Literature Review

Developments in the information and communication technologies are also affecting the cultural structure of societies. With the invention of the internet and digitalization, traditional culture has evolved into digital culture, affecting every aspect of our lives and causing the word "digital" to be placed before many terms. Because of this, digital culture has become an important research subject in social studies.

### Findings

According to the WOS database, published studies on digital culture date back to the year 1996, increase in number in 2006 and average at around 250 studies annually during the period of 2019-2022. The number of these studies seem to be decreasing in the year 2023. However, it should be noted the data in question was gathered in mid-2023 and does not represent the total number of studies published by the end of that year. When the fields with the highest amount of published studies and the distribution of these studies per field are examined, it is found that communication was the most studied field with 546 published studies, followed by education with 376 studies. These are followed by humanities, library information and cultural studies, in that order.

The most referenced study in the field of digital culture is Limor Shifman's book "Mememes in Digital Culture", cited

743 times. It is followed by José van Dijck with 546 citations and Seth C. Lewis with 437. Two other studies by Shifman on internet memes are also among the most referenced.

The authors with the most studies published in the field of digital culture is Jonathan P. Bowen and Gaiannini Tula with 12 studies each. These two authors have also collaborated many times such as their co-edited book "Museums and Digital Culture: New Perspectives and Research". Following these two authors are Akane Kanai and Limor Shifman with each having published 8 studies.

The key words used together with the term digital culture the most often are social media, education, internet, technology, communication, culture, internet meme, new media, digital media and digital literacy. The names of the mainstream media social media platforms such as YouTube, Facebook, Instagram and Twitter are also used together with digital culture often.

It was found that the strongest sources in terms of their bibliographic correspondence network are *Media Culture & Society*, *Teknokultura*, *International Journal of Communication*, *TripleC*, *New Media & Society*, *Convergence*, *Information Communication & Society*, *SM+S dergileri* olduğu görülmüştür. The countries with the most studies published are the United States of America with 366 studies, followed by England with 251 studies, Brazil with 244 studies and Spain 208 studies. Turkey is at the 16th place with 27 published studies. The countries with the highest number of co-authorship networks are England, followed by the USA and then Australia. Turkey is in the last place, having only two co-authorship networks (with the USA and England). According to the results of the co-citation analysis, the most influential authors in the field of digital culture are Henry Jenkins, Limor Shifman, Manuel Castells, Michel Foucault, Lev Manovich, Pierre Lévy, Sonia Livingstone and Gilles Deleuze.

This research is limited by the published studies in the WOS database. Another limitation is that the study was done in the English language and not in multiple different languages. This study can be expanded, using different databases and language preferences. The research encompasses all fields of study and the data obtained presents a different perspective for all disciplines. The data shows that the studies on digital culture are focused mostly on communication and education and a similar study can only be done on a specific discipline and its specific data.