



Ege Coğrafya Dergisi 29 (2), 2020, 297-319 İzmir-TÜRKİYE
Aegean Geographical Journal, 29 (2), 2020, 297-319, İzmir-TURKEY
Dergi Ana Sayfası: <https://dergipark.org.tr/tr/pub/ecd>

Araştırma Makalesi / Research Article

TURİZM COĞRAFYASINDA YENİ EĞİLİMLER: BİBLİYOMETRİK GÖSTERGELER ÜZERİNDEN BİR AĞ ANALİZİ

New trends in tourism geography: A network analysis using bibliometric indicators

İsmet GÜNEY¹

Kilis 7 Aralık Üniversitesi
Fen-Edebiyat Fakültesi
Coğrafya Bölümü

ismet_5308@hotmail.com
ORCID: 0000-0003-4682-4905

Mehmet SOMUNCU

Ankara Üniversitesi
Dil ve Tarih-Coğrafya Fakültesi
Coğrafya Bölümü

mehmet.somuncu@ankara.edu.tr
ORCID: 0000-0001-8890-0537

(Teslim: 2 Eylül 2020; Son Düzeltme: 27 Aralık 2020; Kabul: 28 Aralık 2020)
(Received: September 2, 2020; Last Revised: December 27, 2020; Accepted: December 28, 2020)

Abstract

Tourism, as a constantly changing social phenomenon, is constantly changing as a research phenomenon. This research aims to understand how tourism geography, which examines tourism as a scientific phenomenon, changes the way it handles this phenomenon. The main aim is, in this regard, to examine new concepts in tourism geography by using a quantitative data set in tourism geography in order to present concrete proposals for tourism geography researchers in Turkey. The research answers to the following questions. What are the main and new themes in tourism geography in scientific studies? What concepts stand out in this context? In order to answer these research questions, one of the most important journals for tourism geography, *Tourism Geographies Journal* was selected. A bibliometric network analysis was carried out by using the data set of 774 works published in the journal. Their titles, keywords and summary sections have been analysed and the results have been evaluated. According to the findings, in addition to tourism studies based on economic geography and physical geography in tourism geography, post-modern status and themes have a prominent presence in western tourism geography research. Therefore, the geography of tourism concepts and themes are used in many different studies in Turkey. Therefore, throughout the study to examine the differences in the geography of tourism in Turkey it is expected to contribute to new entrants, especially researchers in the field of research.

Keywords: Tourism geography, new trends, new concepts, bibliometric network analysis, VOSviewer

Öz

Toplumsal bir olgu olarak sürekli bir değişim içerisinde olan turizm, bir araştırma olgusu olarak da sürekli değişmektedir. Bu araştırma, turizmi bilimsel bir olgu olarak inceleyen turizm coğrafyasının bu olguyu ele alış biçiminin zamansal olarak nasıl değiştiğini irdelemektedir. Bu bağlamda araştırmanın amacı, bibliyometrik tekniklerle turizm coğrafyasındaki yeni kavramları irdeleyip, Türkiye’de yapılacak olan turizm coğrafyası araştırmaları için somut öneriler sunmaktır. Araştırmada şu sorulara yanıt aranmıştır: Bilimsel çalışmalarda turizm coğrafyasında ana ve yeni temalar nelerdir? Bu bağlamda hangi kavramlar öne çıkmaktadır? Bu araştırma sorularının yanıtlanabilmesi için turizm coğrafyası için en önemli dergilerden biri olan *Tourism Geographies* dergisi seçilmiştir. *Tourism Geographies* dergisinde yayımlanan 774 yazının başlık, anahtar kelimeler ve özet bölümlerinden oluşan bir veri seti VOSviewer programı kullanılarak bibliyometrik ağ analizi yapılmış ve sonuçlar değerlendirilmiştir. Araştırmanın bulgularına göre turizm coğrafyasında ekonomik coğrafya ve fiziki coğrafya temelli turizm araştırmalarına ek olarak post-modern durumun ve temaların uluslararası turizm coğrafyası literatüründe belirgin bir varlığı söz konusudur. Dolayısıyla Türkiye’de yapılan turizm coğrafyası çalışmalarından çok farklı kavram ve temalar kullanılmaktadır. Bu nedenle farklılıkların araştırma boyunca incelenmesi, Türkiye’de turizm coğrafyası konusunda özellikle araştırma alanına yeni giren araştırmacılara katkı sağlanması beklenmektedir.

Anahtar Kelimeler: Turizm coğrafyası, yeni eğilimler, yeni kavramlar, bibliyometrik ağ analiz, VOSviewer

¹ Sorumlu Yazar/ Corresponding author

1. Giriş

Turizm, modern dünyaya ait yeni bir ekonomik sistem olarak küresel ve yerel ölçeklerde sürekli bir büyüme ve değişim yaşamaktadır (UNWTO, 2017). Başka bir ifadeyle insanların yaşamında çeşitli biçimlerde var olan turizm olgusunun toplumsal dönüşümlere paralel bir değişime uğradığı görülmektedir (Akdoğan Kozak vd., 2013). Toplumda bir dönüşümün yaşanmasıyla farklı arayışlar içinde olan yeni türden turizm tüketicileri ortaya çıkarmakta ve buna bağlı olarak tüketim kapasitelerini artırmak isteyen turizm yatırımcıları mekânı yeniden organizasyona yönelmektedir. Sonuç olarak toplum, turizm sektörü ve yatırımları sürekli bir değişim ve dönüşüm içerisindedir. Bu durum bilim dünyasında turizm olgusu ile ilgilenen disiplinlerin de bakış açılarını ve ele alış biçimlerini değiştirmiştir. Söz gelimi mekânsal öğelerin önemli bir yer teşkil ettiği turizm olgusuyla bir mekân bilimi olarak coğrafya, özde ise turizm coğrafyası ilgilenmektedir (Özgüç, 2003). Bu ilginin 1920 ve 1930 arasında başlamakla birlikte (Hall, 2009), 1970'lerden sonra özellikle toplumsal ve bilimsel koşullardaki hızlı gelişmelere bağlı olarak bölgesel coğrafya, mekânsal analiz, hümanist coğrafya, uygulamalı coğrafya, davranışsal coğrafya gibi farklı geleneklerle ele alınmıştır. Günümüzde ise turizm coğrafyasının ele alınış biçimini değiştiren kimlik, küreselleşme, politik ekonomi gibi yeni toplumsal dinamikler bulunmaktadır. Dolayısıyla turizm coğrafyası bu olguları bünyesine alarak gelişimini sürdürmektedir. Bu süreç içerisinde coğrafyacıların, turizm olgusuna olan ilgisi artmış ve turizm çalışmalarına önemli katkılar sağlamışlardır (Hall ve Page, 2006; Lew, 2001). Öyle ki, başta coğrafyacıların niteliksel ve niceliksel katkılarıyla ve farklı bilim dallarının destekleriyle araştırma sahası olan turizm, bir disiplin olarak gelişim göstermiştir (Lew, 2001; Hall ve Page, 2006; Güney ve Somuncu, 2017; Çakır, 2014). Uluslararası akademik literatürdeki gelişime paralel bir şekilde, Türkiye'deki coğrafyacıların da turizm araştırmalarına niceliksel katkıları artmaktadır (Kozak, 2000; Şardağ, 2016; Yazan ve Bekaroğlu, 2018; Kervankıran ve Şardağ, 2019). Bu duruma karşılık hem uluslararası hem de ulusal akademik literatürde boş zaman, rekreasyon ve turizm çalışmalarında coğrafyanın son zamanlardaki niteliksel görünümünün ekonomi, sosyoloji ve hatta antropoloji ile kıyaslandığında sönük kaldığı belirtilmektedir (Pearce, 1995; Butler, 2000, 2004; Kervankıran vd., 2019). Bu tespit disiplinler arası

atıflar incelendiğinde ampirik olarak da ulaşılmıştır. Bu minvalde Türkiye'de yapılan bazı çalışmalarda turizm araştırmalarında coğrafya disiplininin en dış çeperde yer aldığı belirtilmiştir (Karagöz ve Kozak, 2014). Söz konusu tespitler turizm araştırmalarında turizm coğrafyasının önemli eksikleri olduğuna işaret etmekte ve mevcut durumun sorgulanmasına neden olmaktadır (Şardağ, 2016). Dolayısıyla Türkiye'de coğrafyacıların turizm literatürüne olan katkısı neden giderek sönük kaldığını önemli bir araştırma problemi olarak karşımıza çıkarmaktadır.

Bu araştırmanın amacı da yukarıda belirtilen probleme ilişkin olarak uluslararası turizm coğrafyası literatüründeki çalışmalarının gelişimi, değişimi ve mevcut durumunu inceleyip bibliyometrik tekniklerle yeni kavramları, temaları ya da konuları belirleyerek Türkiye'de yapılacak olan turizm coğrafyası araştırmaları için somut öneriler sunmaktır. Bu nedenle de araştırmanın konusu uluslararası turizm coğrafyası literatüründeki araştırma konularını ele almaktadır. Bu bağlamda araştırmada şu sorulara yanıt aranmıştır. Turizm coğrafyasında ana ve yeni temalar nelerdir? Hangi kavramlar öne çıkmaktadır? Kavramlar veya terimler yıllara göre nasıl değişmektedir? Araştırma sorularının yanıtlanabilmesi için elde edilen bibliyometrik veriler ağ analizi tekniği ile VOSviewer programı ile analiz edilmiştir.

Gerek ulusal gerekse uluslararası turizm coğrafyası literatürünü ele alarak güncel teorik kavramların ne olduğu veya gelecekte hangi teorik kavramların gündemde olabileceği problemini yanıtlamaya çalışan dört farklı araştırma türü bulunmaktadır. Birincisi, tek bir tema odaklı (Emekli, 2006) veya geniş tarihsel gelişim sürecini (Hall, 2013; Butler, 2004) vurgulayan *derleme* araştırmalar olduğu görülmektedir. İkincisi, *literatür taraması* (literature review) türünde gelişimleri genellikle kronolojik olarak belirten araştırmalar olmuştur (Doğaner, 2019; Hall ve Page, 2009). Üçüncüsü ise sistematik tasnifleme metoduyla, özelden genele giden *içerik analizi* (content analysis) türünde yapılan çalışmalardır (Kervankıran ve Şardağ, 2019; Nepal, 2009). Dördüncüsü ise çeşitli istatistikî teknikler de içeren bibliyometrik araştırmalardır. Bu araştırma türü itibarıyla son grupta yer almaktadır. Uluslararası ve ulusal literatürde yapılan incelemelerde *turizm coğrafyası* alanında bibliyometrik verilerle *kavramlar* üzerinden *ağ analizi* yöntemini kullanarak literatürün geleceğine ilişkin bir öngörü yapan ilk araştırma Merigo vd. (2019)'undur. Bu araştırmada *Tourism Geographers* dergisinde yayınlanan en

etkili 50 yayınının bibliyometrik göstergeleri kurumsal bağlantıları, atıf örüntüsü ve anahtar kelimeleri bakımından ağ analizi yöntemi ile VOSviewer programı kullanılarak yapılmıştır. Bu araştırmadan farklı olarak bu çalışmada Tourism Geographers dergisindeki bütün yazılar kavramlar ölçeğinde başlık, özet ve anahtar kelimeler bölümü detaylı olarak incelenmiştir. Ulusal literatür incelendiğinde ağ analizi tekniğini ilk olarak turizm coğrafyası alanında kullanan Kervankıran vd. (2019) ulusal ölçekteki yayınların atıfları üzerinden turizm coğrafyasının disiplinler arası ilişkini incelemiştir. Bu araştırmadan farklı olarak bu çalışmada uluslararası ölçekte Tourism Geographers yayımlanan yazıların kavramlar arası ilişkiler, ağ analizi tekniğiyle incelenmiştir. Sonuç olarak bu araştırmanın en önemli motivasyonu literatürde yer alan boşluklardır. Ayrıca araştırma bulgularının somut göstergeler ile literatürde örtük olan bilgileri bibliyometrik olarak keşfetmeyi sağlaması ve bunu turizm coğrafyasının gelişim evreleri dâhilinde analiz edilmesi bir diğer önemli motivasyon olmuştur.

2. Turizm Coğrafyasının Tarihsel Gelişimi

Turizm ve mekân kavramlarını ana nesnesi olarak kabul eden turizm coğrafyasında, farklı dönemler itibarıyla gerçekleşmiş olan kavramsal değişimleri tarihsel bir bakış açısıyla açıklamak ve güncel turizm coğrafyasından bahsetmek gerekmektedir. Çünkü beşeri coğrafyanın bir alt disiplini olarak gelişen turizm coğrafyası, özellikle 1970'lerden sonra bölgesel coğrafya, mekânsal analiz, hümanist coğrafya, uygulamalı coğrafya, davranışsal coğrafya gibi farklı geleneklerden ve son zamanlarda kimlik, küreselleşme, politik ekonomi gibi kavramları bünyesine alarak gelişimini sürdürmektedir (Hall, 2009). Bu çerçevede tarihsel bir bakış açısıyla turizm coğrafyasının gelişimi irdelenirken Butler (2004)'ün turizm coğrafyasının gelişimini anlattığı üç dönemden oluşan kavramsal çerçeve kullanılmıştır.

Modern anlamda turizm olgusunun her ne kadar 1750'li yılında Endüstri Devrimiyle başladığı kabul edilse de turizmin kitlelerle buluşması İkinci Dünya Savaşı sonrası olmuştur. Toplumsal anlamda turizmin yaygınlaşmasıyla coğrafyacılar da bu olguyla yakından ilgilenmeye başlamıştır. Bölgesel yaklaşımın turizm coğrafyasında etkili olduğu 1920-1950 arasındaki ilk dönem, Butler (2004) tarafından "Betimsel Dönem" olarak adlandırılmaktadır. Hall ve Page (2006) göre bu dönemde Amerika'da milli parklar ve ormanlık alanların rekreasyonel öneminin

artmasıyla, 1920'lerde boş zaman, turizm ve rekreasyon çalışmaları başlamıştır. Bu olgular, Anglo-Amerikan coğrafyasında ilk kez bu dönemde, *turizmin demografik ve ekonomik anlamda etkileri* bağlamında ele alınmıştır. Avrupa'da ise *deniz turizminin* başlamasıyla coğrafyacılar tarafından 1940'larda konu edilmeye başlanmıştır. Bu dönemde yapılan çalışmalar genellikle turizmin, *destinasyonlara* veya *seyahat rotalarına* ekonomik etkilerini araştırmaya odaklanmıştır (Hall ve Page, 2006).

1960'lara kadar coğrafyacılar turizm araştırmalarında önemli çalışmalar yapmış olmasına rağmen İkinci Dünya Savaşı sonrasında coğrafya disiplininin gerekli olan bilgiye cevap veremediğinin ortaya çıkmasıyla coğrafyanın idiografik karakteri eleştirilere maruz kalmıştır. Bu eleştiriler sonucu coğrafyacılar bundan daha "nomotetik" olabilmeye çabalarıyla kurtulmaya çalışmışlardır. Pozitivist yaklaşımın turizm coğrafyasında etkili olduğu 1950-1970 arası Butler (2004) tarafından "Tematik Dönem" olarak adlandırılmaktadır. Pozitivist geleneğin etkisini sürdürdüğü 1970-1980 döneminde turizmle ilgili coğrafya literatüründe birkaç etkili çalışma ortaya çıkmıştır ve bu gelişmeler sonucu turizm coğrafyası alanının oluşmasına önemli katkılar sağlamıştır. Bu etkili çalışmaların bazılarında bahsetmek gerekirse halen güncelliğini ve etkisini koruyan *Turizm Alanları Yaşam Döngüsü Modeli* ve turizmin bir sistem olup olmadığı tartışmaları, *taşıma kapasitesi* ve *arazi yönetimi* gibi birçok konu dönemin coğrafyacıları tarafından ortaya atılmıştır (Hall ve Page, 2006; Butler, 2004). Pozitivist gelenek, turizm coğrafyasının dönemin hâkim bilim anlayışı çerçevesinde kurumsallaşmasında önemli bir katkı sağlamıştır. Bu dönemde turizm coğrafyasının kabaca altı geniş konu alanı oluşturduğu görülmektedir (Mathieson ve Wall, 1982): (1) *Turizme olan talebin mekânsal özellikleri ve bunların ortaya çıkardığı kalıplar*; (2) *Arzın mekânsal özellikleri ve bunların ortaya çıkardığı kalıplar*; (3) *Turizm alanları ve bölgelerin coğrafyası*; (4) *Turistin hareketleri ve yarattığı akış kalıbı*; (5) *Turizmin etkisi*; (6) *Turizm mekânına ilişkin modellerin incelenmesi*.

1968 öğrenci hareketleri sonucu, bilimin kendisinden beklenen işlevi ve sorumlulukları yerine getirmediği için üniversite yapılarına ve hâkim bilim anlayışına ciddi eleştiriler başlamıştır. Başka bir deyişle mevcut bilim pratikleri bir "anlamlılık" kriziyle karşı karşıya kalmış ve pozitivist paradigmadan postmodernizme dönüşüm başlamıştır

(Tekeli, 2010). Postmodernizm, turizmin pratiklerinde de hızlı ve önemli değişimlerin yaşanmasına yol açmıştır (Urry, 2009). Postmodernist çerçevede yeniden şekillenen turizme dayalı tüketici davranışlarında, *çevresel hassasiyet* ve *sürdürülebilirlik* anlayışının hakim olduğu, *gerçek üstü* veya *sanal* deneyimlerin önemsendiği, *bilgi ve iletişim* teknolojilerinin oldukça fazla kullanıldığı ve kendi statülerini ve *kimliklerini* yansıtacak turizm ürünlerinin talep edilmesiyle üst düzey bireyselleşmiş turizm endüstrisi oluşmuştur (Urry, 1999). Bu bağlamda postmodern durumun turizm coğrafyasında etkili olmaya başladığı 1970 ve günümüze değin olan dönem Butler (2004) tarafından “Çeşitlilik Dönemi” olarak adlandırılmaktadır. Bu dönemde konular ve çalışma alanları oldukça çeşitlenmiştir. Bunlardan en çok öne çıkan konular şunlardır (Williams, 1998): (1) *Turizm ve topluluklar*; (2) *Turizm ve politik ekonomi*; (3) *Turizm, üretim, tüketim ve “yeni” ekonomik coğrafya*; (4) *Kültürel değişim ve turizm*; (5) *Şehrin yenilenmesinde bir ajan olarak turizm ve mekânsal ilerleme*; (6) *Gelişimin sürdürülebilir bir formu olarak turizm*.

3. Yöntem: Veri ve Analiz

Araştırma, akademik literatürde turizm coğrafyasının son dönem araştırmalarını analiz ederek Türkiye’de yapılan veya yapılacak turizm coğrafyası çalışmalarına bir fikir vermeyi amaçlamaktadır. Bu doğrultuda araştırma için *Tourism Geographies* Dergisi seçilmiştir. Söz konusu dergi örneklem olarak belirlenirken araştırmanın geçerlilik ve güvenilirliği için bazı kriterler belirlenerek seçilmiştir. Bu kriterlerden birincisi, dergiler içerisinde *uzun dönem yayın hayatı* olması, ikincisi konuları itibarıyla *turizm coğrafyası* üzerine yoğunlaşan bir dergi olması, üçüncüsü ise uluslararası platformda *en etkili dergiler* arasında yer almasıdır. Bu bağlamda araştırma örneğinin belirlenmesi amacıyla dergileri, alansal ağırlıkları ve etki sıralamasını yapan Scimago Journal & Country Rank (SJR) kullanılmıştır. SJR’den elde edilen listeye göre turizm, rekreasyon ve konaklama yönetimi (tourism, leisure, and hospitality management) grubu içerisinde toplam 107 dergi bulunmaktadır. Araştırma kapsamında en etkili olan ilk 20 dergi incelendiğinde yukarıda belirtilen kriterlere göre *Tourism Geographies* dergisi seçilmiştir (Tablo 1). *Tourism Geographies* Dergisi’nin amacı, turizm ve turizmle

ilgili rekreasyon ve boş zaman olgularını coğrafi bir bakış açısıyla ele alıp tartışılacak bir platform sağlamaktır. Bu anlamda dergide turizm coğrafyası konusunda geniş teorik veya metodolojik konulara katkıda bulunan yeni fikirleri, modelleri ve paradigmaları öneren yayınlar kabul edilmektedir. Bu bağlamda dergi 1999 yılından beri yayımlanmaktadır.

Araştırma için örneklem olarak belirlenen *Tourism Geographies* dergisine ilişkin bibliyometrik veri seti önemli bir dizin olan Scopus’tan 07. 06. 2019 tarihinde elde edilmiştir. Scopus, turizm alanında dergileri taramakta ve bu nedenle de turizm alanındaki değişimlerin belirlenebileceği önemli bir bibliyometrik veri sağlama alanı olarak karşımıza çıkmaktadır. Veri tabanında *Tourism Geographies* dergisinin 1999 yılından günümüze yayımlanan toplam 774 yazı bulunmuştur (Tablo 2).

Bütün veri tabanlarında olduğu gibi Scopus da taradığı dergilerde yer alan yazıların başlık, anahtar kelimeler ve özet bölümlerini veri seti olarak işlemektedir. Bu veri seti Scopus üzerinden hazır olarak excel ortamında aşağıdaki şekli ile edinilmiştir (Tablo 3).

Araştırmanın amacı ve elde edilen veri seti doğrultusunda araştırmanın yöntemi ağ analizi olarak belirlenmiştir. Ağ analizi, kişilerin, kurumun veya nesnenin sosyal sistem içerisindeki ilişkilerini biçimsel olarak ve bu ilişkilerin sosyal yapıdaki yer ve zaman boyutundaki değişimlerini incelemek için birçok alanda sıklıkla başvurulan bir görselleştirme yöntemidir (Tindall ve Wellman, 2001; Al vd., 2012). Ağ analizi için evreni oluşturan ve aynı zamanda analiz birimi de olan düğümler (node) ve düğümleri birbirine bağlayan kenarların (edge)² ilişkilerinden oluşmaktadır. Bu sayede örtük olan ilişkiler görselleştirilerek modellenmektedir (Al vd., 2012; Freeman, 2004). Bu araştırmada yöntem olarak ağ analizinin seçilmesinin nedeni de literatürün devamlı ve birikimsel özelliğinden dolayı kavramakta zorlanılan bütünsel ve zamansal boyutu, etkili bir şekilde bize sunmasıdır. Bu nedenle yeni eğilimleri araştıran birçok çalışmada bilimsel yayınların belli konular/terimler/kavramlar, dergiler, yazarlar, kurumlar ya da ülkeler arasındaki ilişkilerin görselleştirilmesi yoluyla belirlenmesi bakımından tercih edilmiştir (Morris ve Van Der Veer Martens, 2008; Van Eck ve Waltman, 2010).

² Düğümler insanları, nesnelere yani aktörleri, kenarlar ise bağlantıları temsil eder. Bundan dolayı sosyal ağ analizinde; aktörlerin, nesnelere özelliklerinden ziyade, bireyler, gruplar

veya nesnelere arası ilişkilere odaklanması, bu analizi sosyal bilimlerde kullanılan diğer yöntemlerden ayıran önemli bir özelliktir (Kervankıran vd., 2018).

Tablo 1- Turizm araştırmalarında en etkili dergiler sıralaması (N=107).
Table 1- The most effective journals in tourism research (N = 107).

Sıra	Dergi adı	SJR	Dergilerin Alansal Eğilimleri
1	Journal of Travel Research	3,176	(1)Coğrafya, Planlama ve Kalkınma (1)Turizm, Boş Zaman ve Konaklama Yönetimi (1)Ulaşım
2	Tourism Management	2,924	(1)Kalkınma (1)Strateji ve Yönetim (1)Turizm, Boş Zaman ve Konaklama Yönetimi (1)Ulaşım
3	Annals of Tourism Research	2,18	(1)Kalkınma (1)Turizm, Boş Zaman ve Konaklama Yönetimi
4	International Journal of Hospitality Management	1,999	(1)Strateji ve Yönetim (1)Turizm, Boş Zaman ve Konaklama Yönetimi
5	Journal of Hospitality and Tourism Research	1,896	(1)Eğitim (1)Turizm, Boş Zaman ve Konaklama
6	International Journal of Contemporary Hospitality Management	1,849	(1)Turizm, Boş Zaman ve Konaklama Yönetimi
7	Current Issues in Tourism	1,843	(1)Coğrafya, Planlama ve Kalkınma (1)Turizm, Boş Zaman ve Konaklama Yönetimi (1)İşletme ve Uluslararası Yönetim (1)Yönetim Bilimleri
8	Sport Management Review	1,769	(1)Pazarlama (1)Spor Bilimleri (1)Strateji ve Yönetim (1)Turizm, Boş Zaman ve Konaklama Yönetimi (1)Kalkınma
9	Cities	1,44	(1)Sosyoloji ve Siyaset Bilimi (1)Turizm, Boş Zaman ve Konaklama Yönetimi (1)Şehir Çalışmaları
10	Journal of Travel and Tourism Marketing	1,437	(1)Pazarlama (1)Turizm, Boş Zaman ve Konaklama Yönetimi
11	Journal of Sustainable Tourism	1,365	(1)Coğrafya, Planlama ve Kalkınma (1)Turizm, Boş Zaman ve Konaklama Yönetimi
12	Journal of Hospitality Marketing and Management	1,36	(1)Yönetim Bilgi Sistemleri (1)Pazarlama (1)Turizm, Boş Zaman ve Konaklama Yönetimi
13	International Journal of Tourism Research	1,324	(1)Coğrafya, Planlama ve Kalkınma (1)Doğa ve Peyzaj Koruma (1)Turizm, Boş Zaman ve Konaklama Yönetimi (1)Ulaşım
14	Journal of Service Management	1,292	(1)İşletme, Yönetim ve Muhasebe (1)Strateji ve Yönetim (1)Turizm, Boş Zaman ve Konaklama Yönetimi
15	European Sport Management Quarterly	1,28	(2)Spor Bilimleri (1)Strateji ve Yönetim (1)Turizm, Boş Zaman ve Konaklama Yönetimi
16	Applied Geography	1,249	(1)Çevre Bilimleri (1)Ormancılık (1)Coğrafya, Planlama ve Kalkınma (1)Turizm, Boş Zaman ve Konaklama Yönetimi
17	Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism	1,207	(1)Turizm, Boş Zaman ve Konaklama Yönetimi
18	Cornell Hospitality Quarterly	1,158	(1)Turizm, Boş Zaman ve Konaklama Yönetimi
19	Tourism Geographies	1,14	(1)Coğrafya, Planlama ve Kalkınma (1)Turizm, Boş Zaman ve Konaklama Yönetimi
20	Journal of Vacation Marketing	0,99	(1)Turizm, Boş Zaman ve Konaklama Yönetimi

Tablo 2- *Tourism Geographies* dergisinde yayımlanmış yazı türleri (N=774)
 Table 2- *Types of manuscripts published in Tourism Geographies* (N = 774)

Yazı Türü	Sayı
Makale	679
Not	42
Başyazı	38
Baskı Aşamasında Makale	22
İnceleme	21
Kitap Bölümü	13
Kitap	7
Konferans Bildirisi	6
Dizgi Hatası	6

Tablo 3- Scopus üzerinden elde edilen veri setinin temsili yapısı
 Table 3- *Representational structure of the data set obtained through Scopus*

Sıra	Yazar	Yıl	Yazı başlığı	Anahtar kelimeler	Özet
1.makale
2.makale
...

Araştırma sorularının yanıtlanabilmesi için temin edilen bibliyometrik veriler ağ analizi yöntemi ile *VOSviewer v.1.61 (Centre for Science and Technology Studies) Programı* kullanılarak analiz edilmiştir. *VOSviewer*, bibliyometrik verilere ilişkin ağların görselleştirilmesi için tasarlanmış bir bilimsel haritalama programıdır. Bu programda kelime eş-bulunma analizi ve eş-yazarlılık analizlerinin yanı sıra atıf ağlarının görselleştirilmesi gibi birçok bibliyometrik ağ analizini uzaklık temelli görselleştirme yaklaşımına dayalı olarak gerçekleştirebilmektedir (Van Eck ve Waltman 2007). Bibliyometrik veri setleri içinde oluşturduğu belirlenen parametrelere bağlı olarak küme ve kümeler arasında bağlantıları ile ağ, yoğunluk ve eğilim haritaları oluşturmaktadır.

Araştırma amacı doğrultusunda elde edilen 774 yazıya ilişkin metin/içerik verileri araştırmanın geçerliği ve güvenilirliği için tekrar elde edilebilen bulgular olduğunun tespit edilmesi amacıyla başlık, anahtar kelimeler ve özet bölümlerinden oluşan üç farklı birimde *VOSviewer* aracılığıyla çeşitli analizler yapılmıştır. Bunlar sırasıyla *sıklık*, *ilişkisellik*, *kümelene* ve *zaman eğilimi* analizleridir. Bu analizlerin istatistiksel temelleri Van Eck ve Waltman (2010)'ın çalışmalarına dayanmaktadır.

Analizin birinci aşaması, kavramların ne sıklıkta kullanıldığına ilişkin tespiti içermektedir. Bu ilke basit anlamda bir birimin veri seti içerisinde kaç

kez kullanıldığıdır. *Sıklık* analizi sonucunda elde edilen bulgular, varsayımlar sonucu ağ haritalarına aktararak birinci temel veriyi oluşturmaktadır. Bu veri ağ analizlerinde düğümler olarak ifade edilmektedir ve haritalarda yuvarlak daireler olarak temsil edilmektedir. Bu çalışmada üç farklı analiz birimi için de en az beş kez tekrarlanan ve terimsel değer taşıyan kavramların varsayım olarak kabul edilmiştir. Eşik değeri, oluşturulan haritaların araştırma amacı doğrultusunda okunabilirliğini attırmak için araştırmacı/lar tarafından deneme yanılma yöntemiyle belirlenmektedir (Kuhzady ve Benli, 2017; Estevão, Garcia, Filipe, Fernandes, 2017; Acar ve Gül Yılmaz, 2019; Kulak, Ozkan ve Bindak, 2019; Güney, Altundal Öncü, Somuncu, 2020). Söz gelimi bu araştırma için eşik değeri belirlenirken eğer en az bir kez kullanılan kavramlar ağ analizine dâhil edilselerdi, haritada başka kavramlarla ilişki kurmadan, bağımsız, tek düğümden oluşan kavramlar daha çok görülecektir. Bu durum tek tek araştırmalarda kullanılan kavramlardan ziyade, disiplin hangi yöne gittiğini çok sık kullanılan ortak kavramlar üzerinden belirlemeye çalışan bu araştırmanın kapsamı dışındadır. Yine bu çalışmada eşik değeri belirlenirken sıklık skalasının yukarı çekilmesi ise zaman eğilimi analizinden elde edilecek bulguları sınırlamaktadır. Örneğin kavramların en az on kez tekrarlanması varsayımı uygulansa zaman eğiliminde bu kez en yeni kavramların 2014 yılında kullanıldığını

göstermektedir. Bu durum araştırmanın amacı olan disiplinin önemli bir kısmının kullandığı güncel kavramları göz ardı etmektedir. Sonuç olarak bu araştırmalarda sıklık için belirlenen varsayımsal durumun ne olacağı daha önce yapılan çalışmalarda olduğu gibi araştırmacının kümelenme ve zaman eğiliminden elde edeceği bulgulara göre denemeler yaparak karar vermesi gerekmektedir.

Analizin ikinci aşamasında, üç analiz birimi için de farklı olarak elde edilen en çok kullanılan kavramların, birbiriyle kullanılma sıklığına dayalı ortaya çıkan ilişkisellik skoru elde edilmiştir. *İlişkisellik*, sıklık varsayımı ile belirlenen kavramların, bir arada kullanılmalari durumunun ifadesidir. Bu durum tablo 5'te yer aldığı gibi doğrudan rakamsal olarak veya tablo 4'te yer aldığı gibi normalizasyonu yapılarak ilişkisellik skoru olarak da verilebilir. İlişkisellik skoru bulguların yüksek rakamsal ifadelerin daha kolay ifadesini sağlamaktadır. Bu yüzden bir ilişkisellik matrisi, kavramların birlikte oluşma sayısındaki farklılıkların normalleştirilmesiyle elde edilir. Vosviewer bu ilişki skorunu hesaplamak için ilk olarak benzerlik ölçüsünü geliştirir. İlişkilendirme gücü kullanılarak, iki öge i ve j arasındaki benzerlik s_{ij} şu şekilde hesaplanır (Van Eck ve Waltman, 2010):

$$\frac{c_{ij}}{w_i w_j} = S_{ij} ,$$

Burada c_{ij} , i ve j öğelerinin birlikte oluşma sayısını belirtir ve burada w_i ve w_j , i ve j öğelerinin toplam oluşum sayısını veya bu öğelerin birlikte oluşma toplam sayısını belirtir. (1) kullanılarak hesaplanan i ve j maddeleri arasındaki benzerliğin, bir yandan i ve j maddelerinin gözlemlenen bir arada bulunma sayısı ile diğer yandan beklenen birlikte oluşma sayısı arasındaki oranla orantılı olduğu gösterilebilir (Van Eck ve Waltman, 2010).

Bir sonraki aşamada ise söz konusu verilerin uzaklık temelli bir ağ haritasına aktarılmasıdır. Eşlenecek öge sayısını n gösterebilir. VOS haritalama tekniği, 1, ..., n öğelerinin, herhangi bir öge çifti i ve j arasındaki mesafenin benzerliklerini mümkün olduğu kadar doğru şekilde yansıtacağı şekilde yerleştirildiği iki boyutlu bir harita oluşturur. Yüksek eşleşme gösteren öge çiftleri birbirine yakın yerleştirilmeli, eşleşmesi düşük olan öğeler ise birbirinden uzak olmalıdır. VOS haritalama tekniğinin amacı, tüm öge çiftleri arasındaki kare Öklid mesafelerinin ağırlıklı toplamını en aza indirmektir. İki öge arasındaki eşleşme ne kadar

yüksekse, toplamdaki kare mesafelerinin ağırlığı da o kadar yüksektir. Buna göre iki öge arasındaki ortalama mesafenin 1'e eşittir. Öklid hesaplamasında böyle bir sonuç olmamasına rağmen program, benzerliği yüksek olan düğümlerin üst üste binmesini önlemek için kısıt olarak bu denklemi algoritmaya eklemiştir. Matematiksel gösterimde, en aza indirilecek amaç işlevi aşağıdaki şekilde verilir (Van Eck ve Waltman, 2010):

$$V(x_1, \dots, x_n) = \sum_{i < j} s_{ij} \|x_i - x_j\|^2, \quad (2)$$

$x_i = (x_{i1}, x_{i2})$ vektörü, iki boyutlu bir haritada i öğesinin konumunu belirtir ve burada $\| \cdot \|$ Öklid normunu belirtir. Dolayısıyla sonuçların anlaşılabilir olması nedeniyle küçültülme, kısıtlamaya tabi olarak gerçekleştirilir.

(3)

$$\frac{2}{n(n-1)} \sum_{i < j} \|x_i - x_j\|^2 = 1.$$

(3) 'e konu olan (2)' yi küçültmenin kısıtlı optimizasyon problemi çözümü VOSviewer tarafından kullanılan majorizasyon algoritması, çok boyutlu ölçekleme SMACOF algoritmasının bir varyantıdır. Küresel olarak en uygun çözümü bulma olasılığını artırmak için majorizasyon algoritması, her seferinde rastgele oluşturulmuş farklı bir ilk çözüm kullanılarak birden çok kez çalıştırılabilir (Van Eck ve Waltman, 2010).

Analizin bir ve ikinci aşamasından elde edilen bulgular bize ağ haritaları vermektedir. Dolayısıyla ilk aşamada analiz birimleri olan başlık, anahtar kelimeler ve özet bölümünde en çok kullanılan kavramlar elde edilmiştir. İkinci olarak da ilişkiselliği en yüksek kavramlar hesaplanmış ve ağ haritası ortaya çıkmıştır. Başka bir ifadeyle; (i) başlıkta en çok kullanılan ortak kavramların ağ analizi, (ii) anahtar kelimeler bölümünde en çok kullanılan ortak kavramların ağ analizi, (i) özet bölümünde en çok kullanılan ortak kavramların ağ analizi oluşturulmuştur. Bu ağ haritaları şu şekilde yorumlanmaktadır. Program yüksek ilişkiselliğe sahip birimleri ağ haritasına aktarılırken, ilişkiselliğin düşük olduğu birimler hariç tutulmaktadır. Bu sayede ilgi düzeyi düşük olan kavramları hariç tutarak, genel kavramlar filtrelenir ve odak daha belirgin ve daha bilgilendirici kavramlara geçer. İlgi düzeyi yüksek olan kavramlar belirli konuları/alanları ve eğilimleri temsil etme eğilimindeyken, ilgi düzeyi düşük olan kavramlar genel bir yapıya sahiptir ve belirli bir

konuyu temsil etmeme eğilimindedir. İlişkisi bulunan iki öge arasında mesafe ilişkisinin gücünü yansıtmaktadır. Daha yakın mesafedeki düğümler ya da kümeler daha yakın ilişkidedir (Van Eck ve Waltman, 2010, 525).

Analizin üçüncü aşamasında *küme analizi* yapılmaktadır. Düğüm denilen kavramlar/birimler ve bu düğüm çiftlerini birbirine bağlayan ilişki ağlarının yakınlıklarından kaynaklanarak oluşturdukları gruplanmalardır. Tüm düğümlerin ve ikili düğümler arasındaki ilişkilerin oluşturduğu küme sosyal ağ olarak adlandırılmaktadır. Düğümler, kişi, grup, kurum veya ulus olabilmektedir. Bu araştırma kapsamında ise kavramlardır. İlişkiler ise bu düğümlerin birbirleriyle olan ortak çalışmaları yada birlikte bulunmalarıdır (Tindall ve Wellman, 2001; Al vd., 2012). Bu görsel analizde ilk olarak bir $x = (x_1, x_2)$ noktasının madde yoğunluğu $D(x)$ şu şekilde hesaplanır (Van Eck ve Waltman, 2010):

(4)

$$D(x) = \sum_{i=1}^n w_i K(\|x - x_i\| / (\bar{d}h)),$$

Burada $K: [0, \infty \rightarrow [0, \infty]$ kernel (çekirdek) fonksiyonunu gösterir, $h > 0$ çekirdek genişliği denem parametreyi oluşturur. i ögesinin ağırlığını yani meydana gelme veya birlikte oluşma durumunun toplam sayısını w_i gösterir. Kernel işlevinde K artmayan olmalıdır. Bu doğrultuda VOSviewer Gaussian kernel fonksiyonunu kullanmaktadır (Van Eck ve Waltman, 2010):

$$K(t) = \exp(-t^2),$$

Bir haritadaki bir noktanın madde yoğunluğu her küme için ayrı ayrı hesaplanır. $D_p(x)$ ile gösterilen bir p kümesi için bir x noktasının madde yoğunluğu şu şekilde tanımlanır (Van Eck ve Waltman, 2010):

(6)

$$D_p(x) = \sum_{i=1}^n I_p(i) w_i K(\|x - x_i\| / (\bar{d}h))$$

Burada $I_p(i)$, eğer i ögesi p kümesine aitse 1'e, aksi takdirde 0'a eşit olan bir gösterge işlevini belirtir. Sıradan yoğunluk görünümünde olduğu gibi, $K(5)$ ile verilen Gaussian çekirdek fonksiyonunu gösterir. Bu işlem sonunda küme haritaları çıkar (Van Eck ve Waltman, 2010).

Öge yoğunlukları hesaplandıktan sonra, haritadaki bir noktanın rengi iki adımda belirlenir. Her küme bir renkle ilişkilendirilir. İlk adımda

kümelerin renkleri birbirine karıştırılır. Bu, (6) 'de verildiği gibi, bir rengin ağırlığının karşılık gelen küme için öge yoğunluğuna eşit olduğu, renklerin ağırlıklı ortalaması hesaplanarak yapılır. İkinci adımda, birinci adımda elde edilen renk, küme yoğunluğu görünümünün (siyah veya beyaz) arka plan rengi ile karıştırılır. İki rengin karıştırıldığı oran, (4) ile verilen bir noktanın toplam madde yoğunluğuna bağlıdır. Bir noktanın toplam madde yoğunluğu ne kadar düşükse, noktanın rengi arka plan rengine o kadar yakın olur (Van Eck ve Waltman, 2010). Bu aşamadan çıkacak olan sonuçlar harita üzerinden şu şekilde yorumlanır. Bir kavramın yoğunluğu hem komşu ögelerin sayısına hem de bu ögelerin ağırlığına bağlıdır. Komşu sayısı arttıkça ve ögelerin ilgi noktasındaki kavramla arasındaki mesafe ne kadar küçükse o ögenin yoğunluğu o kadar yüksek olur. VOSviewer varsayılan olarak bir renk şeması kullanır. Kırmızı en yüksek, mavi en düşük yoğunluğa sahiptir.

Analizin dördüncü aşaması, son olarak *zaman trendi/eğilimi* analizi ile dönemsel olarak öne çıkan konuların diğer dönemlerde ilerleyişi ve yarattığı tematik alanlar harita üzerinde gösterilmektedir. Burada öne çıkan tematik alanların belirlenmesinde kavramların bulunduğu yazıların yayımlanma tarihleri kullanılmıştır. Bu durumda zamansal boylam analizi mümkün olmaktadır. Bir tematik alan ise, farklı dönemler boyunca gelişim geçiren temalar grubu olarak tanımlanabilir. Örneğin bir gelişim haritası, tematik alanların birbirini takip eden dört dönemde, farklı dönemlerin araştırma temaları arasındaki kavramsal bağın tespit edilmesini sağlamaktadır. Araştırmanın bu aşamasında üç farklı analiz birimi kullanılmıştır. Bu aşamada öne çıkan kavramların tespit edilmesinde üç farklı analiz biriminin kullanılması çeşitli varsayımlar altında elde edilen kavramların diğer aşamada tekrardan gözden geçirilmesini sağlamak ve turizm coğrafyasına daha genel bir bakış açısı ile araştırma alanını incelemektir. Bu bağlamda her bir analiz biriminde elde edilen bulgular, sıklık, ilişkisellik, küme ve zaman eğilimine göre analiz edilip yorumlanmıştır.

4. Bulgular

4.1. Tourism Geographies Dergisindeki Yazıların Ağ Analizi

4.1.1. Yazıların Başlıklarında En Çok Kullanılan Ortak Kavramlar

Yazıların başlığı, okuyucu ile eser arasında etkileşimin başladığı ilk yerdir. Bu nedenle

araştırmacılar eserlerin başlık bölümünde okuyucuyu etkilemek adına sınırlı sayıda kelimelerle de olsa araştırmanın amacı ve sınırı hakkında bilgi vermeye çalışmaktadır (Kozak, 2018). Bu bağlamda turizm

coğrafyasında hangi konu ve kavramların incelendiğiyle ilgili ilk analiz birimi *Tourism Geographies* dergisinde yayımlanan yazıların başlıkları olmuştur.

Tablo 4- *Tourism Geographies* dergisinde yayımlanan yazıların başlıklarında en çok kullanılan kavramların istatistiksel sonuçları
 Table 4- Statistical results of the most commonly used concepts in the titles of articles published in *Tourism Geographies*

Sıra	Terim	Sıklık*	İlişkisellik Skoru**	Küme***	Sıra	Terim	Sıklık*	İlişkisellik Skoru**	Küme***
1	Coğrafya (geography)	33	0.4797	1	24	Algı (perception)	17	0.7871	4
2	Literatür taraması (literature review)	15	0.8177	1	25	Dünya (World)	11	0.746	4
3	Yorum (commentary)	13	0.699	1	26	Turizm coğrafyacıları (tourism geographies)	9	1.130	4
4	Rekreasyon (recreation)	9	0.7017	1	27	Dirençlilik (resilience)	8	1.013	4
5	Turizm araştırmaları (tourism research)	8	0.8901	1	28	Turizm etkisi (tourism impact)	6	1.244	4
6	Meksika (Mexico)	7	0.6753	1	29	Turizm gelişimi (tourism development)	27	0.7746	5
7	Meydan okuma (challenge)	6	1.859	1	30	Analiz (analysis)	26	0.7352	5
8	Boş zaman (leisure)	6	0.8514	1	31	Aşama (state)	11	0.93	5
9	Fırsat (opportunity)	6	1.320	1	32	Sürdürülebilir turizm (sustainable tourism)	7	1.075	5
10	Turist (tourist)	28	0.5784	2	33	Güney Afrika (South Africa)	6	0.6822	5
11	Deneyim (experience)	20	0.5927	2	34	Tayvan (Taiwan)	5	1.192	5
12	Yeni Zelanda (New Zealand)	11	0.5571	2	35	Turizm coğrafyası (tourism geography)	23	0.6101	6
13	Rol (role)	10	0.6917	2	36	Yansıma (reflection)	6	1.295	6
14	Kırsal turizm (rural tourism)	10	1.147	2	37	Turizm çalışmaları (tourism study)	6	2.469	6
15	Kanada (Canada)	7	0.9354	2	38	Evrimsel ekonomik Coğrafya (evolutionary economic geography)	5	2.618	6
16	Gönüllü turizmi (volunteer tourism)	6	0.6208	2	39	Japonya (Japan)	5	1.494	6
17	Mekan (space)	34	0.3514	3	40	Doğal (nature)	12	1.023	7
18	Tartışma forumu (discussion forum)	11	0.6969	3	41	Kültür (culture)	9	1.065	7
19	Pezaj/mekansal görünüm (landscape)	11	0.6359	3	42	Ekoturizm (ecotourism)	9	0.8219	7
20	Zaman (time)	10	0.3822	3	43	Hareketlilik (mobility)	16	0.6015	8
21	Turizm mekanı (tourism place)	9	0.8548	3	44	Göç (migration)	12	19.464	8
22	Otantiklik (authenticity)	7	0.6401	3	45	İspanya (Spain)	7	30.827	8
23	Başyazı (editorial)	23	0.6798	4					

*Şekil 1'deki dairelerin büyüklüğü, tablo 4'deki yayımların başlık bölümünde bulunan terimlerin sıklık verisine göre değişmektedir. Ayrıca Tablo 4'deki sıralama terimlerin sıklık verisine göre yapılmıştır.

** İlişkisellik skoru, terimlerin birbirleri ile kullanım sıklığına göre belirlenen bir istatistiktir. Bu veri haritadaki ağ (çizgi) dokusunu oluşturmaktadır.

***Terimlerin birbiri ile kullanım sıklığı arttıkça kümeler oluşmaktadır. Bu veri haritadaki renklerle temsil edilen ve tabloda rakamlarla ifade edilen küme verisini oluşturmaktadır.

Scopus veri tabanında *Tourism Geographies* dergisinde yayımlanan 744 yazının başlık bölümünde yer alan metinsel veriler birlikte kullanımlarına (co-occurrence) göre analiz edilmiştir. Araştırmalarda kavramsal değer taşıyan kelimelerin tespiti için 744 dokümanın başlık bölümünde kullanılan 2.259 kelime içerisinde en az 5 kez tekrarlanmış 60 kavram bulunmuştur. Bu analizde kavramlar arasında görülme sıklığı/sayısı ve birlikte bulunma (co-occurrence), yani ilişkiselliği en yüksek 45 kavram ağ haritasında yer almaktadır. Bu analizde başlık bölümünde yapısal olarak var olan kelimeler ve telife ilişkin kelimeler göz ardı edilmiştir. Elde edilen sıklık ve birlikte kullanılma durumlarına ilişkin bulgular iki farklı boyutta analiz edilmiştir.

**Yazı başlıklarındaki kavram kümeleri
(Şekil 1 ve Tablo 4):**

1. Kırmızı küme: Analizin en temel kümesi konumundadır. Boş zaman ve rekreasyon araştırmalarını temsil ettiği söylenebilir.
2. Yeşil küme: *Alternatif turizm türleri, alanları ve deneyimleri* üzerine olduğu söylenebilir.
3. Mavi küme: Coğrafyanın temel meselesi olan zaman ve mekân tartışmalarına odaklanan

çalışmaların oluşturduğu bir guruptur. Zira bu kümede öne çıkan kavramlar *tartışma forumu, zaman, mekan, turizm mekanı, mekânsal görünüm* gibi kavramlardır.

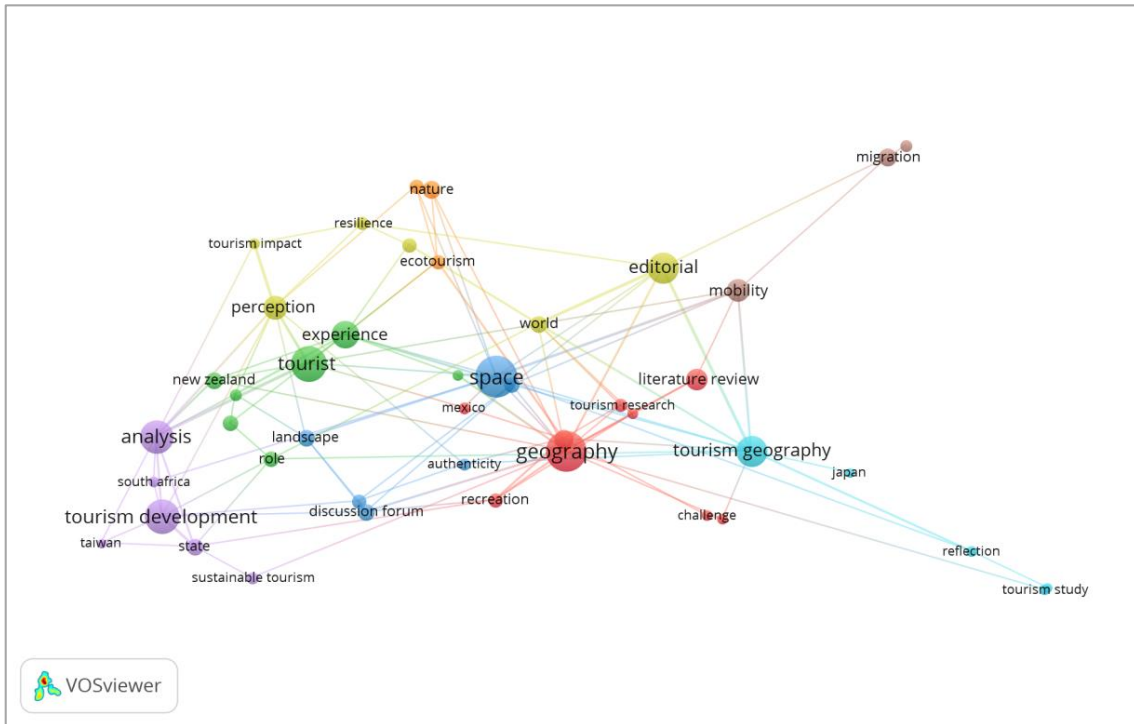
4. Sarı küme: Editör notu ya da başyazı olarak analize dahil edilen yazılarda öne çıkan kavramları temsil etmektedir. Bu bağlamda özellikle dikkatin *turizmin etkileri ve dirençlilik* kavramlarına çekildiği söylenebilir.

5. Mor küme: *Sürdürülebilir turizm* araştırmaları tarafından oluşturulmaktadır. Öne çıkan kavramlar *aşama ve turizm gelişimi* olmuştur.

6. Turkuaz küme: Bu analizde zayıf bir küme olarak da gözükse ekonomik coğrafya temelli turizm coğrafyasıdır. Bu kümede özellikle son zamanlarda ilgi gören *evrimsel ekonomik coğrafya* öne çıkan kavram olmuştur.

7. Turuncu küme: Fiziki coğrafya temelli araştırmaları temsil etmektedir.

8. Kahverengi küme: Postmodern turizm coğrafyasını temsil etmekte ve öne çıkan kavram ise *hareketlilik* olmuştur (Şekil 1 ve Tablo 4).

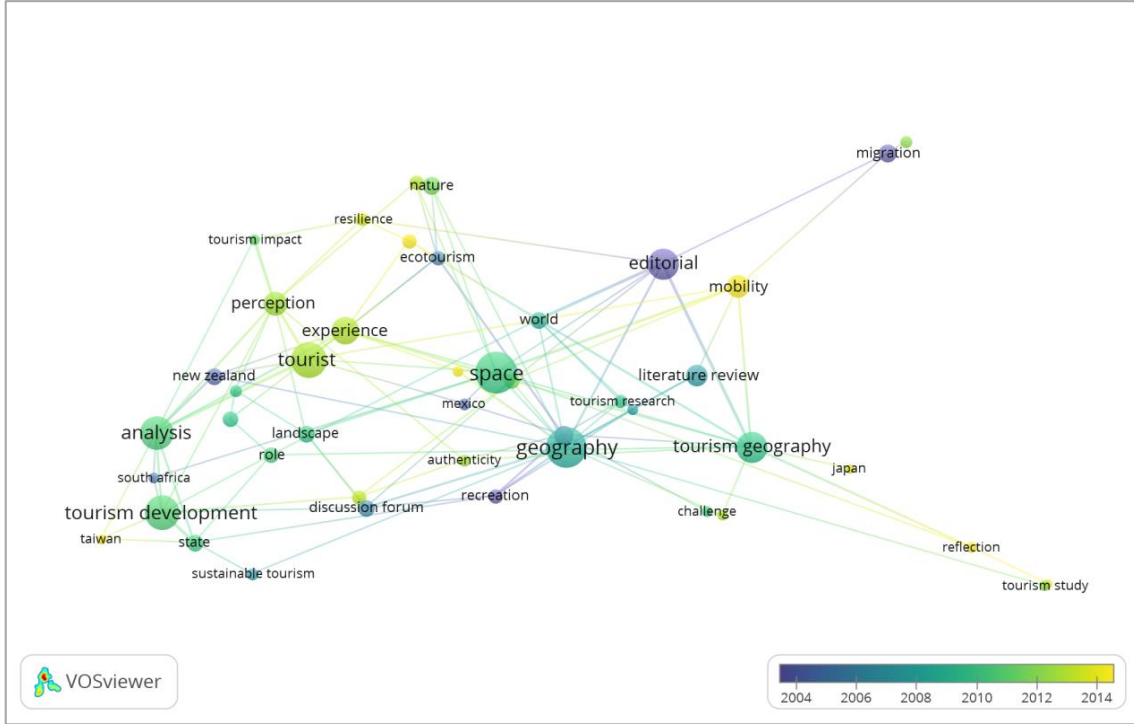


Şekil 1- *Tourism Geographies* dergisinde yayımlanan yazıların başlıklarında en çok kullanılan kavramların ağ analizi
Figure 1- Network analysis of the most commonly used concepts in the titles of articles published in *Tourism Geographies*

2. Yazı başlıklarındaki kavramların zaman eğilimi (Şekil 2):

Yukarıda elde edilen küme analizindeki varsayımlar geçerli olmak kaydıyla başlıkta en çok kullanılan kavramların zaman eğilimi elde edilmiştir. Zaman eğilimi analizinde elde edilen en önemli sonuçlar şunlardır: Son dönemde özellikle ekonomik coğrafya geleneği *evrimsel ekonomik coğrafya*

tarafından temsil edilmektedir. Postmodern turizm araştırmalarında ise en güncel meselenin *mobilité* kavramı olduğu görülmektedir. Fiziki coğrafya temelli yapılan turizm araştırmalarının ise *kırılğanlık ve dirençlilik* kavramlarının önde olduğu görülmektedir. Ayrıca zaman ve mekân tartışmalarının ele alındığı *tartışma forumu* kavramı da literatürde güncel olarak ele alınmaktadır (Şekil 2).



Şekil 2- *Tourism Geographies* dergisinde yayımlanan yazıların başlık bölümünde yer alan kavramların zamansal eğilimi

Figure 2- Temporal trend of the concepts in the title section of the articles published in *Tourism Geographies*

4.1.2. Anahtar Kelimeler Bölümünde En Çok Kullanılan Ortak Kavramlar

Akademik literatürde yer alan yazılar ve okuyucu arasında ikinci bağlantı anahtar kelimelerde başlar. Araştırmacı bu noktada eserin hangi kavramlar üzerine inşa edildiğiyle ilgili bilgi verir. Bu bölüm yine beş ya da altı kelime ile sınırlı olmasına rağmen başlık bölümü ile kıyaslandığında eser hakkında daha spesifik bilgiler veya kavramlar aktarmaktadır (Kozak, 2018). Bu bağlamda turizm coğrafyasında hangi konu ve kavramların incelendiğiyle ilgili ikinci analiz birimi *Tourism Geographies* dergisinde yayımlanan yazıların anahtar kelimeleri olmuştur.

Scopus veri tabanında *Tourism Geographies* dergisinde yayımlanan 744 yazının anahtar kelimeler bölümünde yer alan metinsel veriler birlikte kullanımlarına (co-occurrence) göre analiz edilmiştir. Araştırmalarda kavramsal değer taşıyan kelimelerin tespiti için 744 dokümanın anahtar kelimeler bölümünde kullanılan 2.391 kelime içerisinde en az 5 kez tekrarlanmış 88 kavram bulunmuştur. Bu analizde kavramlar arasında görülme sıklığı/sayısı ve birlikte bulunma (co-occurrence), yani ilişkiselliği en yüksek 88 kavram ağ haritasında yer almaktadır. Bu analizde başlık bölümünde yapısal olarak var olan kelimeler ve telifle ilişkin kelimeler göz ardı edilmiştir. Elde edilen sıklık ve birlikte kullanılma durumlarına ilişkin bulgular iki farklı boyutta analiz edilmiştir.

Tablo 5- *Tourism Geographies* dergisinde yayımlanan yazıların anahtar kelimelerinde en çok kullanılan kavramların istatistiksel sonuçları

Table 5- Statistical results of the most used concepts in the keywords of the articles published in *Tourism Geographies*

Sıra	Anahtar Kelime	Sıklık*	Bağlantı Sıklığı**	Küme***	Sıra	Anahtar Kelime	Sıklık*	Bağlantı Sıklığı**	Küme***
1	Çin (China)	34	26	1	45	Kimlik (identity)	7	13	3
2	Otantiklik (authenticity)	14	23	1	46	Tüketim (consumption)	5	3	3
3	Miras (heritage)	13	24	1	47	Yemek turizmi (food tourism)	5	6	3
4	Güney Afrika (South Africa)	10	10	1	48	Japonya (Japan)	5	3	3
5	Coğrafya (geography)	8	14	1	49	Kenya	5	5	3
6	GİS (GIS)	8	6	1	50	Yarış (race)	5	6	3
7	GPS (GPS)	7	8	1	51	Şehir turizmi (urban tourism)	18	18	4
8	Destinasyon (destination)	6	9	1	52	İkinci konutlar (second homes)	12	14	4
9	Destinasyon imajı (destination image)	6	6	1	53	İsveç (Sweden)	10	12	4
10	Performans (performance)	6	8	1	54	Hareketlilik (mobility)	9	11	4
11	Tema park (theme park)	6	8	1	55	Memnuniyet (satisfaction)	8	3	4
12	Turizm araştırmaları (tourism research)	6	6	1	56	Kitle turizmi (mass tourism)	7	9	4
13	Hong Kong	5	10	1	57	Hac (pilgrimage)	7	8	4
14	Doğa turizmi (nature tourism)	5	5	1	58	Finlandiya (Finland)	6	9	4
15	Algı (perception)	5	10	1	59	Planlama (planning)	6	15	4
16	Turist deneyimi (tourist experience)	5	5	1	60	İçerik analizi (content analysis)	5	7	4
17	Dönüşüm (transformation)	5	9	1	61	Hüzün turizmi (dark tourism)	5	3	4
18	Sürdürülebilirlik (sustainability)	19	31	2	62	Deneyim (experience)	5	11	4
19	Turizm gelişimi (tourism development)	19	27	2	63	Norveç (Norway)	5	8	4
20	Sürdürülebilir kalkınma (sustainable development)	16	23	2	64	İsrail (Israel)	5	4	4
21	Ekoturizm (ecotourism)	13	12	2	65	İklim değişikliği (climate change)	19	32	5
22	Avustralya (Australia)	11	13	2	66	Kırsal turizm (rural tourism)	18	21	5
23	Gelişme (development)	11	20	2	67	Sürdürülebilir turizm (sustainable tourism)	16	25	5
24	İspanya (Spain)	10	12	2	68	Turizm planlama (tourism planning)	9	21	5
25	Meksika (Mexico)	9	11	2	69	Mekan duygusu (sense of place)	9	11	5
26	Doğa temelli turizm (nature-based tourism)	9	9	2	70	Tayvan (Taiwan)	8	14	5
27	Kıyı turizmi (coastal tourism)	8	7	2	71	Toplumsal gelişme (community development)	7	10	5
28	Koruma (conservation)	7	10	2	72	Uyum (adaptation)	6	11	5
29	Bağlam bağımlı (place attachment)	7	3	2	73	Dirençlilik (resilience)	6	12	5
30	Milli park (national parks)	6	6	2	74	Toplum (community)	5	12	5
31	Turizm etkileri (tourism impacts)	6	11	2	75	Cinsiyet (gender)	5	6	5
32	Yoksul yanlısı turizm (pro-poor tourism)	5	3	2	76	Yönetim (governance)	5	13	5
33	Dönemsellik (seasonality)	5	4	2	77	Turizm (tourism)	90	111	6
34	Segmantasyon (segmentation)	5	4	2	78	Turizm coğrafyası (tourism geography)	9	13	6
35	Küreselleşme (globalization)	14	23	3	79	Evrimsel ekonomik coğrafya (evolutionary economic geography)	7	11	6

Tablo'nun devamı

36	Yeni Zelanda (New Zealand)	14	18	3	80	Bölgesel kalkınma (regional development)	7	9	6
37	Peyzaj (landscape)	13	18	3	81	Ekonomik kalkınma (economic development)	6	7	6
38	Miras turizmi (heritage tourism)	10	14	3	82	Tarih (history)	6	12	6
39	Yer (place)	9	23	3	83	Boş zaman (leisure)	6	7	6
40	Mekan (space)	9	13	3	84	Barcelona	7	9	7
41	Gönüllü turizmi (volunteer tourism)	9	4	3	85	Budapeşte (Budapest)	6	13	7
42	Kanada (Canada)	8	16	3	86	Tarım (agriculture)	5	9	7
43	Kültür (culture)	8	19	3	87	Avrupa (Europe)	5	9	7
44	Kimlik (identity)	8	15	3	88	Şehir planlama (urban planning)	5	10	7

*Şekil 3'deki dairelerin büyüklüğü, tablo 5'deki yayınların anahtar kelimeler bölümünde bulunan terimlerin sıklık verisine göre değişmektedir. Ayrıca Tablo 5'deki sıralama terimlerin sıklık verisine göre yapılmıştır.

**Bağlantı sıklığı, terimlerin birbirleri ile kullanım sıklığını ifade etmektedir. Bu veri haritadaki ağ (çizgi) dokusunu oluşturmaktadır.

***Terimlerin birbiri ile kullanım sıklığı arttıkça kümeler oluşmaktadır. Bu veri haritadaki renklerle temsil edilen ve tabloda rakamlarla ifade edilen küme verisini oluşturmaktadır.

1. Anahtar kelimelerdeki kavram kümeleri (Şekil 3 ve Tablo 5):

1. Kırmızı küme: Konumsal olarak mavi renkle temsil edilen üçüncü küme ile turuncu olarak temsil edilen yedinci küme arasındadır ve bu kümelerle birlikte kullanımı yaygındır. İçerik olarak bu kümeler birlikte incelendiğinde birinci kümede *otantiklik*, *miras*, *tema park* ve *dönüşüm* gibi kavramlar bulunmaktadır. Dolayısıyla birinci ve üçüncü kümede ele alınan postmodern turizm konularının yedinci kümedeki mekânsal bağlamlarda daha çok ele alındığı söylenebilir.

2. Yeşil küme: Sürdürülebilir turizm araştırmalarının oluşturduğu söylenebilir. Küme içerisinde öne çıkan kavramlar, *sürdürülebilirlik*, *sürdürülebilir kalkınma*, *ekoturizm*, *doğa temelli turizm*, *milli park*, *turizm etkileri* ve *dönemsellik* olmuştur.

3. Mavi küme: *Miras turizmi*, *gönüllü turizmi*, *kimlik*, *küreselleşme* ve *yemek turizmi* gibi kavramlar öne çıkmıştır.

4. Sarı küme: Şehir turizmi temelli kavramlardan oluşmuştur. Kümede *hac*, *hüzün turizmi*, *ikinci konutlar*, *hareketlilik* gibi kavramlar bulunmaktadır.

5. Mor küme: Yeşil kümenin en yakınındaki bu kümeyi turizm coğrafyasında fiziki coğrafya temelli araştırmalar temsil etmektedir. Bu küme içerisindeki önemli kavramlar *iklim değişikliği*, *kırsal turizm*,

sürdürülebilir turizm, *uyum*, *dirençlilik* kavramları olmuştur.

6. Mavi küme: Turizm coğrafyası alanının çekirdek kümesi olduğu söylenebilir. Bu küme içerisinde *bölgesel kalkınma*, *evrimsel ekonomik coğrafya* ve *ekonomik kalkınma* kavramları bulunmaktadır. Dolayısıyla bu küme ekonomik coğrafya temelli turizm coğrafyası çalışmaları tarafından oluşturulmuştur.

7. Turuncu küme: Birinci ve üçüncü küme için mekânsal bağlamlar oluşturan *Barselona*, *Budapeşte* ve *Avrupa* kavramları kullanılmıştır.

2. Anahtar kelimelerdeki kavramların zaman eğilimi (Şekil 4):

Yukarıda elde edilen küme boyutu analizindeki varsayımlar geçerli olmak kaydıyla anahtar kelimeler bölümünde en çok kullanılan kavramların zaman eğilimi elde edilmiştir. Zaman eğilimi analizinde elde edilen en önemli sonuçlar şunlardır: Son dönemde özellikle ekonomik coğrafya geleneği *evrimsel ekonomik coğrafya* tarafından temsil edilmektedir. Postmodern turizm araştırmalarında ise en güncel meselenin *tema park*, *miras turizmi*, *kimlik* ve *algı* kavramı olduğu görülmektedir. Şehir turizmi alanında ise en güncel kavramlar *hareketlilik*, *içerik analizi*, *hac* ve *hüzün turizmi* olmuştur. Fiziki coğrafya temelli yapılan turizm araştırmalarında ise *iklim değişikliği*, *uyum* ve *dirençlilik* kavramlarının önde olduğu görülmektedir (Şekil 4).

4.1.3. Özet Bölümünde En Çok Kullanılan Ortak Kavramlar

Akademik yazıların en önemli bölümleri özet bölümleridir. Çünkü okuyucu ve ilgilenenler için eserin konusu, amacı, hazırlama yöntemi, veri araçları, örneklem, analiz biçimi, bulgular ve sonuçlara ilişkin temel noktaları kısaca belirtmektedir (Kozak, 2018). Dolayısıyla bu alan kavramlar bağlamında yapılan bibliyometrik araştırmalar için en geniş alanı ifade etmektedir. Bu bağlamda turizm coğrafyasında hangi konu ve kavramların incelendiğiyle ilgili üçüncü analiz birimi *Tourism Geographies* dergisinde yayımlanan yazıların özet bölümleri olmuştur.

Scopus veri tabanında *Tourism Geographies* dergisinde yayımlanan 744 yazının özet bölümünde

yer alan metinsel veriler birlikte kullanımına (co-occurrence) göre analiz edilmiştir. Araştırmalarda kavramsal değer taşıyan kelimelerin tespiti için 744 dokümanın özet bölümünde kullanılan 13.319 kelime içerisinde en az 5 kez tekrarlanmış 696 kavram bulunmuştur. Bu analizde kavramlar arasında görülme sıklığı/sayısı ve birlikte bulunma (co-occurrence), yani ilişkiselliği en yüksek 325 kavram ağ haritasında yer almaktadır. Bu analizde başlık bölümünde yapısal olarak var olan kelimeler ve telife ilişkin kelimeler göz ardı edilmiştir. Elde edilen sıklık ve birlikte kullanıma durumlarına ilişkin bulgular iki farklı boyutta analiz edilmiştir. Birincisi küme boyutudur. Analize göre yedi farklı kavram kümesi ortaya çıkmıştır (Şekil 5 ve Tablo 6).

Tablo 6- *Tourism Geographies* dergisinde yayımlanan yazıların özet bölümünde en çok kullanılan kavramların istatistiksel sonuçları
Table 6- Statistical results of the most used concepts in the summary section of the articles published in *Tourism Geographies*

Sıra	Terim	Sıklık*	İlişkiselik Skoru**	Küme***	Sıra	Terim	Sıklık*	İlişkiselik Skoru**	Küme***
1	Patika (path)	19	1.189	1	164	Gün (day)	9	0.6348	3
2	Turizm Coğrafyası (tourism geography)	16	1.362	1	165	Yerel sakin (local resident)	9	1.048	3
3	Amaç (intention)	14	0.4677	1	166	Önemli fark (significant difference)	9	0.8595	3
4	İddia (argument)	13	0.6567	1	167	Daha iyi anlama (better understanding)	8	0.7231	3
5	Firma (firm)	13	0.7012	1	168	Fiyat (price)	8	0.9079	3
6	Turizm işletmesi (tourism business)	13	0.6641	1	169	İkincil konut sahibi (second home owner)	8	1.529	3
7	Çözüm (solution)	12	0.6439	1	170	Barselona (Barcelona)	7	1.025	3
8	Teorik çerçeve (theoretical framework)	12	1.000	1	171	Demografik karakter (demographic characteristic)	7	0.8909	3
9	Turizm politikası (tourism policy)	12	0.905	1	172	Ampirik araştırma (empirical research)	7	0.5148	3
10	Sınırlama (constraint)	11	0.7591	1	173	Eğlence (entertainment)	7	0.7991	3
11	Maliyet (cost)	11	0.7004	1	174	GPS (GPS)	7	1.060	3
12	Kriz (crisis)	11	0.7769	1	175	Hong Kong	7	0.9867	3
13	Küreselleşme (globalization)	11	0.7757	1	176	Karşılıklı ilişki (interrelationship)	7	0.7804	3
14	Yönetim (governance)	11	0.8994	1	177	Yerel yönetim (local government)	7	1.307	3
15	Uygulama (implementation)	11	1.038	1	178	Milliyet (nationality)	7	0.8103	3
16	Genel bakiş (overview)	11	1.108	1	179	Turist davranışı (tourist behaviour)	7	1.334	3
17	Güç/iktidar ilişkileri (power relation)	11	0.8255	1	180	Karşılaştırma (comparison)	6	1.049	3
18	İlgi (relevance)	11	0.5767	1	181	İlk kez gelen ziyaretçi (first time visitor)	6	1.564	3
19	Özel konu (special issue)	11	0.9385	1	182	Coğrafi bilgi sistemleri (geographical information system)	6	1.488	3
20	İnovasyon (innovation)	10	0.8088	1	183	Uzunluk (length)	6	0.9749	3
21	Sınırlama (limitation)	10	1.022	1	184	Olumsuz etki (negative impact)	6	1.227	3
22	İsveç (Sweden)	10	0.8628	1	185	Önceli araştırmalar (previous research)	6	1.071	3
23	İşbirliği (collaboration)	9	1.165	1	186	Sakinlerin algısı (residents perception)	6	1.280	3
24	Son (end)	9	0.6492	1	187	Kalma (stay)	6	1.161	3
25	Evrimsel ekonomik coğrafya (evolutionary economic geography)	9	2.397	1	188	Gelecek gelişmeler (further development)	5	1.031	3
26	Ortaklık (partnership)	9	0.9826	1	189	Geçen on yıl (last decade)	5	0.7703	3
27	Araştırma gündemi (research agenda)	9	1.146	1	190	Doğa turizmi (nature tourism)	5	1.284	3
28	Turizm sistemi (tourism system)	9	0.8554	1	191	İşgal/uğraşı (occupation)	5	1.049	3
29	İlerleme (advancement)	8	0.6599	1	192	Fiziki çevre (physical environment)	5	1.790	3

30	Kapitalizm (capitalism)	8	0.8213	1	193	Sakinlerin tutumu (residents attitude)	5	1.336	3
31	Ekonomik gelişme (economic growth)	8	0.9524	1	194	Sosyal etki (social impact)	5	1.652	3
32	Orman (forest)	8	0.8184	1	195	Turizm pazarlaması (tourism marketing)	5	0.7159	3
33	Limit (limit)	8	0.9608	1	196	Değişken (variable)	19	0.6332	4
34	Literatür taraması (literature review)	8	0.7245	1	197	İklim (climate)	16	0.8751	4
35	Yerellik (locality)	8	0.6293	1	198	Ziyaret (visitation)	16	0.7972	4
36	Hayatta kalma (survival)	8	0.7655	1	199	İklim değişikliği (climate change)	15	0.9857	4
37	Turizm araştırmacıları (tourism researcher)	8	1.120	1	200	Girişimci (entrepreneur)	12	0.574	4
38	Şehir turizmi (urban tourism)	8	0.5619	1	201	Dönem (era)	12	0.593	4
39	Alan (discipline)	7	1.124	1	202	Doğal kaynak (natural resource)	11	0.8153	4
40	Ekonomik coğrafya (economic geography)	7	2.248	1	203	Mekansal organizasyon (spatial pattern)	11	0.595	4
41	Evrimsel ekonomik coğrafya (eeg)	7	3.053	1	204	Tayvan (Taiwan)	11	0.6754	4
42	Keşif (exploration)	7	0.8715	1	205	Turizm talebi (tourism demand)	11	0.6895	4
43	Gelecek gelişmeler (future development)	7	1.236	1	206	Geçerlilik (availability)	10	0.6074	4
44	İçerme (inclusion)	7	0.9428	1	207	Zorluk (difficulty)	10	0.5892	4
45	Soyutlama (isolation)	7	1.103	1	208	Uyum (adaptation)	9	0.718	4
46	Çevre bölge (peripheral area)	7	1.619	1	209	Çevre (periphery)	9	1.002	4
47	İlerleme (progress)	7	1.209	1	210	Yeniden yapılandırma (restructuring)	9	1.087	4
48	Turizm coğrafyacı (tourism geographer)	7	2.061	1	211	Dönemsel (seasonality)	9	1.134	4
49	Türkiye (Turkey)	7	0.6705	1	212	Düşüş (decline)	8	1.343	4
50	İsteklilik (willingness)	7	0.7971	1	213	Yoğunluk (intensity)	8	0.5911	4
51	Çağrı (call)	6	0.7854	1	214	Dirençlilik (resilience)	8	1.368	4
52	Kültürel turizm (cultural tourism)	6	1.224	1	215	Belirsizlik (uncertainty)	8	0.7933	4
53	Etkinlik (effectiveness)	6	1.056	1	216	Kırılganlık (vulnerability)	8	1.181	4
54	Gündelik hayat (everyday life)	6	1.089	1	217	Bütün (whole)	8	0.9442	4
55	Kesişim (intersection)	6	1.098	1	218	Tarım (agriculture)	7	1.080	4
56	Kenya	6	0.8646	1	219	Toplumsal gelişme (community development)	7	0.826	4
57	Yerel ölçek (local level)	6	1.740	1	220	Yüz/cephce (face)	7	0.9814	4
58	Yerel birey (local person)	6	0.7762	1	221	Yerel ekonomi (local economy)	7	1.459	4
59	Yayın (publication)	6	2.454	1	222	Turizm ekonomisi (tourism economy)	7	1.231	4
60	İtalya (Italy)	6	1.284	1	223	Sağlamlaşma (consolidation)	6	0.9295	4
61	Kıbrıs (cyprus)	5	1.251	1	224	Çevresel durum (environmental condition)	6	0.9713	4
62	Önemli faktör (important factor)	5	1.028	1	225	Çevresel etki (environmental impact)	6	1.016	4
63	Kapsayıcı turizm (inclusive tourism)	5	1.440	1	226	Tatil (holiday)	6	1.081	4
64	Örnek (instance)	5	1.588	1	227	Yani (i e)	6	0.8128	4
65	Yerel kültür (local culture)	5	1.753	1	228	Uzun tarih (long history)	6	1.101	4
66	Yerel karar vericiler (local stakeholder)	5	2.167	1	229	Ölçme (measurement)	6	1.256	4
67	Yeni yol (new way)	5	1.851	1	230	Doğal afet (natural disaster)	6	1.004	4
68	Açık hava etkinliği (outdoor recreation)	5	1.531	1	231	Çevre bölge (peripheral region)	6	1.048	4
69	Yol bağımlılık (path dependence)	5	2.869	1	232	Hikaye (story)	6	1.362	4
70	Popüler turistik destinasyon (popular tourist destination)	5	1.633	1	233	Değişiklik (variance)	6	0.8141	4
71	Sosyal bilim (social science)	5	1.702	1	234	Hava (weather)	6	1.123	4
72	Sürdürülebilir turizm gelişimi (sustainable tourism development)	5	1.691	1	235	Olumsuz etki (negative effect)	5	1.249	4
73	Turizm gelişim süreci (tourism development process)	5	3.061	1	236	Çökme (precipitation)	5	1.769	4
74	Söylem (discourse)	29	0.3885	2	237	Benzerlik (similarity)	5	1.228	4
75	Yorumlama (interpretation)	24	0.4941	2	238	Turist endüstrisi (tourist industry)	5	1.133	4
76	Otantiklik (authenticity)	23	0.5656	2	239	Turizm sektörü (tourism sector)	17	0.5315	5
77	Geçmiş (past)	17	0.6279	2	240	Gösterge (indicator)	16	0.7198	5
78	Gerçeklik (reality)	17	0.4103	2	241	Yatırım (investment)	15	0.5123	5
79	Öykü (narrative)	16	0.4302	2	242	Bölüm (segment)	15	0.4651	5
80	Destinasyon imajı (destination image)	13	0.7211	2	243	Küme (cluster)	14	0.4645	5
81	Tarz (manner)	12	0.5263	2	244	Belirleyici (determinant)	12	0.5684	5
82	Pozisyon (position)	12	0.4206	2	245	Moda (mode)	12	0.5558	5
83	Dinamik (dynamic)	11	0.884	2	246	Yan (side)	10	0.8569	5

84	Miras turizmi (heritage tourism)	11	0.9872	2	247	Giriş (entry)	9	0.6281	5
85	Gelir (income)	11	0.8306	2	248	Prensip (principle)	9	0.6795	5
86	Uluslararası turizm (international tourism)	11	0.7849	2	249	Mekansal dağılım (spatial distribution)	9	0.9999	5
87	Cumhuriyet (republic)	11	0.6044	2	250	Başvuru/cazibe (appeal)	8	0.8112	5
88	Tehdit (threat)	11	0.7646	2	251	Plaj (beach)	8	0.7945	5
89	Varlık (asset)	10	0.9954	2	252	Güvenlik (safety)	8	0.6115	5
90	Metalaştırma (commodification)	10	0.9561	2	253	Savaş (war)	8	0.766	5
91	Seyahat (journey)	10	0.6655	2	254	İma (implication)	7	0.8181	5
92	Dil (language)	10	0.577	2	255	Japonya (Japan)	7	1.085	5
93	Zarar (loss)	10	0.9966	2	256	Birincil sektör (private sector)	7	1.052	5
94	Arama (search)	10	0.6818	2	257	Kısıtlama (restriction)	7	0.7601	5
95	Gelecek araştırmalar (future research)	9	0.7628	2	258	Güç/kuvvet (strength)	7	1.031	5
96	Mesaj (message)	9	0.65	2	259	Turizm akışı (tourism flow)	7	0.8752	5
97	Hac (pilgrimage)	9	1.066	2	260	Kümelenme analizi (cluster analysis)	6	0.942	5
98	Turistik mekân biçimi (tourism landscape)	9	0.7784	2	261	Destinasyon planlama (destination planning)	6	0.8801	5
99	Sanat (art)	8	0.7358	2	262	Dezavantaj (disadvantage)	6	0.738	5
100	Dağlama (branding)	8	0.7543	2	263	İşçi (employee)	6	1.030	5
101	Detay (detail)	8	1.230	2	264	Yabancı turist (foreign tourist)	6	0.9068	5
102	İngiltere (England)	8	0.6634	2	265	Yüzde (percent)	6	1.136	5
103	Festival	8	0.8824	2	266	Güvenlik (security)	6	0.9501	5
104	Yerli (inhabitant)	8	0.966	2	267	Kültürel bağlam (cultural context)	5	1.026	5
105	Etkileşim (interplay)	8	0.9132	2	268	Fransa (france)	5	1.242	5
106	Büyük sayı (large number)	8	0.494	2	269	Daha fazla dikkat (greater attention)	5	1.967	5
107	Müzakere (negotiation)	8	0.8284	2	270	Yarım (half)	5	1.106	5
108	Memnuniyet (pleasure)	8	0.6311	2	271	İsrail (Israel)	5	1.491	5
109	Politika (politic)	8	0.7554	2	272	Para (money)	5	1.047	5
110	Politik ekonomi (political economy)	8	0.84	2	273	Mekan anlamı (place meaning)	5	1.050	5
111	Anket (questionnaire survey)	8	0.9242	2	274	Potansiyel ziyaretçi (potential visitor)	5	0.9616	5
112	Zayıflık (weakness)	8	1.086	2	275	Önemli rol (significant role)	5	0.748	5
113	Açıklama (description)	7	0.6235	2	276	Mekansal yoğunlaşma (spatial concentration)	5	1.324	5
114	Doğu Avrupa (Eastern Europe)	7	2.055	2	277	Nispet (spite)	5	0.9031	5
115	Evrimsel (evaluation)	7	1.101	2	278	Spor (sport)	5	1.436	5
116	Katılımcı gözlem (participant observation)	7	0.8763	2	279	Seyahat (travel)	48	0.3644	6
117	Bölge (territory)	7	1.733	2	280	Ev (home)	29	0.585	6
118	Turizm bilimi (tourism scholar)	7	0.7127	2	281	Bağlantı (connection)	25	0.4934	6
119	Budapeşte (Budapest)	6	1.534	2	282	Gezgin (traveller)	19	0.452	6
120	Merkez (central)	6	2.525	2	283	Davranış (behavior)	17	0.4911	6
121	Kültürel miras (cultural heritage)	6	1.099	2	284	Köken (origin)	15	0.9988	6
122	Sonbahar (fall)	6	1.238	2	285	Göç (migration)	12	1.130	6
123	Soyulaştırma (gentrification)	6	1.518	2	286	Ek (attachment)	11	0.908	6
124	Hayal gücü (imagination)	6	0.9551	2	287	Göçmen (migrant)	11	1.170	6
125	Tezahür (manifestation)	6	1.441	2	288	Arkadaş (friend)	10	1.180	6
126	Nostalji (nostalgia)	6	0.9026	2	289	Göreceli (relative)	9	1.289	6
127	İzlanda (Ireland)	6	1.473	2	290	Refah (amenity)	8	1.037	6
128	airbnb	5	1.497	2	291	İletişim (communication)	8	0.7165	6
129	Temel (bottom)	5	1.292	2	292	Aile (family)	8	1.148	6
130	Etkili yok (effective way)	5	1.741	2	293	Ev sahibi (host)	8	0.7187	6
131	Kaçış (escape)	5	1.087	2	294	Ek yeri (place attachment)	8	1.025	6
132	Etnik turizm (ethnic tourism)	5	1.565	2	295	Mekânsal kimlik (place identity)	8	1.142	6
133	Yerel ölçek (local scale)	5	1.835	2	296	An (moment)	7	0.8025	6
134	Onur (pride)	5	0.8708	2	297	Vîr	7	1.433	6
135	Kutsal alan (sacred space)	5	0.9613	2	298	Kültürel mekân biçimi (cultural landscape)	6	0.7355	6
136	İskoçya (scotland)	5	1.571	2	299	Ayrım (distinction)	6	0.9825	6
137	Turizm tüketimi (tourism consumption)	5	1.589	2	300	Yeni şekil (new form)	5	1.324	6
138	ABD (United States)	5	1.596	2	301	Kuzey Amerika (North America)	5	1.200	6
139	Örnek (sample)	25	0.3669	3	302	Geçmiş on yıl (past decade)	5	1.015	6
140	Ziyaret (visit)	25	0.4951	3	303	Nitel veri (qualitative data)	5	1.380	6
141	Memnuniyet (satisfaction)	23	0.4767	3	304	Turizm bağlamı (tourism context)	5	1.589	6
142	Gezi (trip)	23	0.5148	3	305	Afrika (Africa)	20	0.4491	7
143	Katılımcı (respondent)	20	0.6094	3	306	Temalı park (theme park)	13	0.724	7
144	Hareket (movement)	19	0.3372	3	307	Rastlantı (encounter)	12	0.6314	7
145	Anket (questionnaire)	18	0.6107	3	308	Eğitim (education)	11	0.5963	7
146	Katılımcı (participant)	17	0.455	3	309	Bilgin (scholar)	11	0.5726	7

147	Tur (tour)	15	0.366	3	310	Yoksulluk (poverty)	10	0.8959	7
148	Yaş (age)	14	0.6337	3	311	Turizm deneyimi (tourism experience)	10	0.9	7
149	Mal sahibi (owner)	13	0.7022	3	312	Saha çalışması (Fieldwork)	9	1.055	7
150	Boyut (size)	13	0.5073	3	313	Eşitsizlik (inequality)	9	0.9437	7
151	Toplam (total)	13	0.4267	3	314	Konu/nesne (object)	9	0.8053	7
152	Erişebilirlik (accessibility)	12	0.6768	3	315	ABD (USA)	9	0.8256	7
153	Restoran (restaurant)	12	0.4114	3	316	Tayland (Thailand)	8	0.7275	7
154	İkincil konut (second home)	12	1.123	3	317	Gönüllü turizm (volunteer tourism)	7	1.184	7
155	Duygu (feeling)	11	0.4813	3	318	Etnozografik alan çalışması (ethnographic fieldwork)	6	1.515	7
156	Cinsiyet (gender)	11	0.6446	3	319	Ay (month)	6	1.016	7
157	Turizmin etkisi (tourism impact)	11	0.9	3	320	Öğrenci (student)	6	1.307	7
158	Uluslararası turist (international tourist)	10	0.6542	3	321	Turist bakışı (tourist gaze)	6	1.616	7
159	Tavsiye (recommendation)	10	0.6015	3	322	Batılı ülke (western country)	6	0.7327	7
160	Turist aktivitesi (tourist activity)	10	0.7215	3	323	Küresel güney (global South)	5	1.404	7
161	Sözcük (word)	10	0.5644	3	324	Gönüllü (volunteer)	5	1.321	7
162	Miktar (amount)	9	1.069	3	325	Batı (west)	5	1.007	7
163	Tarih (date)	9	0.6953	3					

*Şekil 5'deki dairelerin büyüklüğü, tablo 6'daki yayınların özet bölümünde bulunan terimlerin sıklık verisine göre değişmektedir. Ayrıca Tablo 6'daki sıralama terimlerin sıklık verisine göre yapılmıştır.

** İlişkisellik skoru, terimlerin birbirleri ile kullanım sıklığına göre belirlenen bir istatistiktir. Bu veri haritadaki ağ (çizgi) dokusunu oluşturmaktadır.

***Terimlerin birbiri ile kullanım sıklığı arttıkça kümeler oluşmaktadır. Bu veri haritadaki renklerle temsil edilen ve tabloda rakamlarla ifade edilen küme verisini oluşturmaktadır.

1. Özetteki kelimelerin kavram kümeleri (Şekil 5 ve Tablo 6):

1. Kırmızı küme: Bu kümede özellikle en sık kullanılan ve ilişkiselliğin en yüksek olduğu alansal özellikler taşıyan kavramlar bulunmaktadır. Bu kelimeler *patika* (path), *firma* (firm), *turizm işletmesi* (tourism business), *maliyet* (cost), *kriz* (crisis), *globalleşme* (globalization), *güç ilişkileri* (power relation), *inovasyon* (innovation), *evrimsel ekonomik coğrafya* (evolutionary economic geography), *kapitalizm* (capitalism), *ekonomik gelişme* (economic growth), *ekonomik coğrafya* (economic geography), *kapsayıcı turizm* (inclusive tourism), *yol bağımlılık* (path dependence), *sürdürülebilir turizm kalkınması* (sustainable tourism development) kavramlarıdır. Bu kümede öne çıkan kavramlar incelendiğinde alansal ağırlığın ekonomik coğrafya temelli olduğu görülmektedir.

2. Yeşil küme: Bu kümede 65 kelime bulunmaktadır. Yakın bir araştırma kümesini yedinci turuncu küme oluşturmaktadır ve aralarında ortak 21 kelime bulunmaktadır. Bu iki küme incelendiğinde en sık kullanılan ve ilişkiselliğin en yüksek olduğu kelimelerin yeni araştırma konularına işaret ettiği görülmektedir: *Söylem* (discourse), *yorumlama* (interpretation), *otantiklik* (authenticity), *destinasyon imajı* (destination image), *miras turizmi* (heritage tourism), *gelecek çalışmalar* (future research), *sanat* (art), *betimleme* (description), *katılımlı gözlem* (participant observation), *nostalji* (nostalgia), *etnik turizm* (ethnic tourism), *tema park* (theme park), *gönüllü turizm* (volunteer tourism), *turist bakışı*

(tourist gaze) öne çıkan kavramlardır. Bu kavramlar özellikle postmodern turizm araştırmaları kapsamında değerlendirilebilir.

3. Mavi küme: Bu küme 57 kavramdan oluşmaktadır. Bu küme incelendiğinde en sık kullanılan ve ilişkiselliğin en yüksek olduğu kelimelerin *memnuniyet* (satisfaction), *gezi* (trip), *tur* (tour), *ulaşılabilirlik* (accessibility), *ikincil konut* (second home), *turizm pazarlama* (tourism marketing), *seyahat* (travel), *iletişim* (communication) olduğu görülmektedir. Bu kavramların turizmi bir sektör olarak ele alan ve genellikle konaklama ve ulaşım sektörünü inceleyen araştırma grubu olduğu söylenebilir.

4. Sarı küme: Bu kümede 43 kelime bulunmaktadır. Bu kümede özellikle ilişkiselliğin en yüksek olduğu alansal özellikler taşıyan kavramlar; *iklim değişikliği* (climate change), *doğal kaynaklar* (natural resource), *uyum* (adaptation), *dirençlilik* (resilience), *kırılganlık* (vulnerability), *çevresel durum* (environmental condition), *çevresel etki* (environmental impact), *doğal afet* (natural disaster) kavramları olmuştur. Öne çıkan kavramlar incelendiğinde ağırlığın fiziki coğrafya temelli araştırmalarda olduğu görülmektedir.

5. Mor küme: Ekonomik coğrafya temelli çalışmaların ağırlığındaki birinci küme (kırmızı) ve konaklama, ulaşım ve işletme ağırlıklı üçüncü küme (mavi) arasındaki ortak kavramlardan oluşmaktadır. Ağırlıklı olarak kantitatif araştırmalarda kullanılan faktörler ve metoda ilişkin kavramlar görülmektedir.

sıklığına dayalı ortaya çıkan ilişkisellik skoru elde edilmiştir. *İlişkisellik*, sıklık varsayımı ile belirlenen kavramların, bir arada kullanılmaları durumunun ifadesidir. Analizin üçüncü aşaması, *küme analizi* yapılmasıdır. Dördüncü aşama ise, son olarak *zaman trendi/eğilimi* analizi ile dönemsel olarak öne çıkan konuların diğer dönemlerde ilerleyişi ve yarattığı tematik alanlar harita üzerinde göstermektir. Araştırmanın bu aşamasında üç farklı analiz birimi kullanılmıştır. Bu aşamada öne çıkan kavramların tespit edilmesinde üç farklı analiz biriminin kullanılması çeşitli varsayımlar altında elde edilen kavramların diğer aşamada tekrardan gözden geçirilmesini sağlamak ve turizm coğrafyasına daha genel bir bakış açısı ile araştırma alanını incelemektir. Bu bağlamda her bir analiz biriminde elde edilen bulgular, sıklık, ilişkisellik, küme ve zaman eğilimine göre analiz edilip yorumlanmıştır.

Yapılan analizlerden elde edilen bulgulara göre, tıpkı coğrafya bilimi gibi onun alt disiplini olan turizm coğrafyasının da, doğa bilimlerinden davranış bilimlerine kadar çok geniş bir yelpazede araştırma alanına sahip olduğu açık olarak görülmektedir. Dolayısıyla farklı disiplinler özelliklerinden gelen turizm coğrafyası araştırmacıları, bu özellikleriyle turizm coğrafyası çalışmalarında yer almakta ve turizm coğrafyası alanı ile konularını zenginleştirmektedir. *Tourism Geographies* dergisindeki bu çeşitlilik, bibliyometrik verilere göre yeni araştırma temaları ve yardımcı araştırma alanlarının da oluşunun nedenidir. Bu bağlamda dergi içerisinde değişik gelenekler belirgin olarak farklı araştırma temaları oluşturmuşlardır.

Başlık, anahtar kelimeler ve özet bölümlerinde, yani üç farklı analiz biriminde aynı anda yer alan en belirgin üç araştırma kümesi tespit edilmiştir. Birinci kavram kümesi; Post-modern turizm araştırmalarıdır. Bu alanda kullanılan en önemli kavramlar *hareketlilik*, *tema park*, *kültürel miras*, *otantiklik*, *kimlik*, *gönüllü turizm*, *söylem*, *yorumlama*, *sanat*, *katılımlı gözlem* ve *turist bakışı* olmuştur. Bu nedenle post-modern durumun turizm coğrafyası araştırmalarında belirgin bir varlığı söz konusudur. İkinci kavram kümesi; fiziki coğrafya temelli yapılan araştırmalar tarafından oluşturulmuştur. Bu kümede en çok kullanılan ve güncel olan kavramlar *iklim değişikliği*, *uyum*, *dirençlilik*, *çevresel uyum* ve *doğal*

afettir. Üçüncü kavram kümesi; ekonomik coğrafya temelli yapılan araştırmalar tarafından oluşturulmuştur. Bu küme içerisinde en çok ve güncel olarak kullanılan kavramların *evrimsel ekonomik coğrafya* temelli *patika*, *fırma*, *kriz*, *güç*, *inovasyon*, *kapitalizm*, *yol bağımlılık* olmuştur.

Üç farklı analiz biriminden yalnızca iki birimde çıkan kümelere de ulaşılmıştır. Başlık ve anahtar kelimeler analizinde bir küme oluşturan sürdürülebilir turizm araştırmaları, özet bölümünde yapılan analizde fiziki coğrafya ve ekonomik coğrafya temelli araştırmalara da dağılmıştır. Bu küme içerisinde öne çıkan kavramlar *sürdürülebilir kalkınma*, *ekoturizm*, *turizm etkileri* ve *dönemsellik* olmuştur.

Analizlerde yalnızca bir küme oluşumlarına da ulaşılmıştır. Sadece başlık bölümünde oluşan *boş zaman ve rekreasyon*, *zaman ve mekan tartışmaları* araştırmalarının oluşturduğu kümeler diğer analizlerde çıkmamıştır. Sadece anahtar kelimeler bölümünde oluşan *şehir turizmi* araştırmalarının oluşturduğu küme başlık ve özet bölümünde yapılan analizde oluşmamıştır. Yalnızca özet bölümünde oluşan *göç araştırmaları* ile yakın ilişkili olan *ulaşım ve konaklama* sektörüne yakın işletme temelli araştırmaların oluşturduğu kümeye başlık ve anahtar kelimeler birimlerinde ulaşılammıştır.

Sonuç olarak bu kavram kümesi oluşumlarının Türkiye’de turizm coğrafyası alanında yapılacak araştırmalar fikir vermesi ve bakış açısı oluşturması beklenmektedir³. Ayrıca küme analizlerine ek olarak kavramlara ilişkin sıklık, ilişkisellik skoru ve zaman eğilimi analizleri de yapıldığı için, bulgularda hangi kavramın daha çok kullanıldığı, hangi kavramların daha yeni kullanılmalarının olduğu anlaşılmaktadır. Bu sonuçlar özellikle Türkiye’de Turizm Coğrafyası alanına yeni giren araştırmacılar için kavramsal çeşitliliği göstermek bakımından önemli bir eşik olabilir.

Araştırmanın sonuçları Türkiye’de yapılan turizm coğrafyası çalışmaları ile kıyaslandığında, ele alınan kavramların büyük farklılıklar içerdiği saptamasını yapmak yanlış olmayacaktır. Zira uluslararası turizm coğrafyası literatüründe postmodern konuların belirgin bir şekilde varlığına karşılık, Türkiye’deki turizm coğrafyası

belirlenmiştir. Dolayısıyla bu bulgularda farklı bakış açılarının çıkarılabileceği farklı ve yeni araştırma fikirleri bulunabilir.

³ Söz gelimi yazarlar tarafından yapılmakta olan “Evrimsel Ekonomik Coğrafya Perspektifinden Turizm Destinasyonların Evrimi, Krizler ve Dirençlilik Bağlamında Antalya Örneği” adlı araştırma böyle bir sorgulama sürecinin sonucu olarak

çalışmalarının çoğunluğu, büyük ölçüde *turistik potansiyeller ve rotalar* gibi betimsel konular üzerine odaklanmaktadır (Kervankıran ve Şardağ, 2019). Bu nedenle bu karşılaştırmanın gelecek çalışmalar için konu seçiminde yönlendirici olabileceği umulmaktadır.

Araştırmanın, yöntem, yapı ve sonuçları bakımından bibliyometrik analizler üzerinden kavramsal yeni araştırma önerileri sunarak ulusal turizm coğrafyası literatüründe önemli bir boşluğu doldurması beklenmektedir. Araştırma her ne kadar nicel tekniklerle turizm coğrafyasının temel konularını bir dergi üzerinden açıklamış olsa da,

gelecek çalışmalarda veri tabanı, dergi seçimi ve örneklem sayısı artırılarak kapsamlı bulgulara ulaşılabilmektedir.

Çalışmada kullanılan yöntem ve teknikler coğrafyanın farklı alanları için de uygulanabilir. Bu nedenle yeni araştırmacıların ilgi alanlarında nasıl bir yol izlemeleri gerektiği konusunda bir yöntem olarak önerilebilir. Araştırmadan elde edilen bulgu ve sonuçların, akademik topluma, özellikle de Türkiye’de turizm coğrafyası konusunda çalışmalar yapan araştırmacılara yardımcı olması ümit edilmektedir.

REFERANSLAR

- Acar, D., Gül Yılmaz, E. 2019. Uluslararası turizm araştırmalarında Türkiye’nin yeri. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 30(2), 45-57.
- Akdoğan Kozak, M., Evren, S., Çakır, O. 2013. Tarihsel süreç içinde turizm paradigması. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 24(1), 7-22.
- Al, U., Sezen, U., ve Soydal, İ. 2012. *Türkiye’nin Bilimsel Yayınlarının Sosyal Ağ Analizi Yöntemiyle Değerlendirilmesi*. TÜBİTAK Social Sciences and Humanities Research Group-Project No: SOBAG 110K044, Ankara.
- Butler, R. W. 2000. Tourism and the environment: A geographical perspective. *Tourism Geographies*, 2(3), 337–58.
- Butler, R. W. 2004. Geographical research on tourism, recreation and leisure: Origins, eras and directions. *Tourism Geographies*, 6(2), 143–62.
- Çakır, O. 2014. İstanbul Üniversitesi, İktisadi Coğrafya ve Turizm Enstitüsü ve lisansüstü turizm programlarının kurumsal tarihi. *III. Disiplinlerarası Turizm Araştırmaları Kongresi*, 719-732. Kuşadası, Aydın.
- Doğaner, S. 2019. Türkiye turizm coğrafyası literatür incelemesi. *Türkiye Araştırmaları Literatür Dergisi*, 34(17), 441-476.
- Emekli, G. 2006. Coğrafya, kültür ve turizm: Kültürel turizm. *Ege Coğrafya Dergisi*, 15(1-2), 51-59.
- Estevão, C. M., Garcia, A. R., Filipe, S. B., Muniz, A. C. F. 2017. Convergence in tourism management research: A bibliometric analysis. *Tourism & Management Studies*, 13(4), 30-42.
- Freeman, L.C. 2004. *The Development of Social Network Analysis: A Study In The Sociology of Science*. Empirical Press, Vancouver.
- Güney, i., Altundal Öncü, M. A., Somuncu, M. 2020. Kafkas dağları için yeni araştırma eğilimleri: Bibliyometrik bir analiz. *Coğrafi Bilimler Dergisi*, 18(2), 161-190.
- Güney, İ., ve Somuncu, M. 2017. Coğrafyacıların turizm disiplinine akademik katkıları: “Annals of Tourism Research” dergisi üzerinden betimsel bir analiz. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 54(10), 453-462.
- Hall, C. M, Page, S. J. 2006. *The Geography of Tourism and Recreation*. (3rd ed.). Routledge, London & New York.
- Hall, C. M. 2009. Geography of Tourism. In Maria Sala (Eds.) *Encyclopedia of Life Support Systems II*. EOSS Publishers, Oxford.
- Hall, C. M. 2013. Framing tourism geography: Notes from the underground. *Annals of Tourism Research*, 43, 601-623.
- Hall, C. M., Page, S. J. 2009. Progress in tourism management: From the geography of tourism to geographies of tourism—A review. *Tourism Management*, 30(1), 3-16.
- Karagöz, D., Kozak, N. 2014. Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi’nin bibliyometrik analizi: Araştırma konuları ve kurumlar arası iş birliğinin sosyal ağ analizi ile incelenmesi. *Türk Kütüphaneciliği*, 28(1), 47-61.

- Kervankıran İ., Eteman Sert F., Şardağ A., 2019. Türkiye’de turizm coğrafyası araştırmalarında disiplinler ilişkisinin sosyal ağ analizi ile incelenmesi. *Gaziantep University Journal of Social Sciences*, 18(3), 938-965.
- Kervankıran, İ., Eteman, F. S., Çuhadar, M. 2018. Türkiye’de iç turizm hareketlerinin sosyal ağ analizi ile incelenmesi. *Turizm Akademik Dergisi*, 5(1), 28-49.
- Kervankıran, İ., Şardağ, A. 2019. Türkiye’de turizm coğrafyası araştırmaları: lisansüstü tezlerle yönelik bir içerik analizi. *International Journal of Geography and Geography Education*, 39, 151-170.
- Kozak, M. 2018, *Akademik Yazım: İlkeler, Uygulamalar, Örnekler*. Detay Yayıncılık Ankara.
- Kozak, N. 2000. Türkiye’de akademik turizm literatürünün gelişim süreci üzerine bir inceleme. *DAÜ: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 1(1), 15-55.
- Kuhzady, S., Benli, R. A. S. 2017. Toward a new paradigm in sustainable tourism: trend and pattern analysis in tourism resilience researches. *1 st International Sustainable Tourism Congress*, 974-980, Kastamonu Üniversitesi, Kastamonu.
- Kulak, M., Ozkan, A., Bindak, R. 2019. A bibliometric analysis of the essential oil-bearing plants exposed to the water stress: How long way we have come and how much further?. *Scientia Horticulturae*, 246, 418-436.
- Lew, A. A. 2001. Literature review: Defining a geography of tourism. *Tourism Geographies*. 3(1), 105-114.
- Mathieson, A., Wall, G. 1982. *Tourism: Economic, Physical and Social Impacts*. Longman, London.
- Merigó, J. M., Mulet-Forteza, C., Valencia, C., Lew, A. A. 2019. Twenty years of Tourism Geographies: a bibliometric overview. *Tourism Geographies*, 21(5), 881-910.
- Morris, S. A., Van der Veer Martens, B. 2008. Mapping research specialties. *Annual Review of Information Science And Technology*, 42, 213-295.
- Nepal, S. K. 2009. Traditions and trends: A review of geographical scholarship in tourism. *Tourism Geographies*, 11(1), 2-22.
- Özgüç, N. 2003. *Turizm coğrafyası* (4. bs). Çantay Kitabevi, İstanbul.
- Pearce, D.G. 1995. *Tourism today: A geographical analysis*. (2nd ed.). Longman, Harlow.
- Şardağ, A. 2016. *Türkiye’de coğrafya alanında turizm ile ilgili yapılan lisansüstü tezler üzerine bir içerik analizi*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Süleyman Demirel Üniversitesi.
- Tekeli, İ. 2010. Çok Paradigmalı Bir Sosyal Bilim Alanında Yaşamak. *Mekansal ve Toplumsal Olanın Bilgibilimi Yazıları*. (Ed. İ. Tekeli). içinde, s. 237-248, Tarih Vakfı Yurt Yayınları, İstanbul.
- Tindall, D.B., Wellman, B. 2001. Canada as social structure: Social network analysis and Canadian Sociology. *The Canadian Journal of Sociology*, 26, 265-308.
- UNWTO. 2017. *UNWTO Tourism Highlights*. UNTWO, <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284419029>.
- Urry, J. 1999. *Mekânları Tüketmek* (Çev. Rahmi G. Ögdül). Ayrıntı Yayınları, İstanbul, (Orijinal Basım Tarihi 1995).
- Urry, J. 2009. *Turist bakışı* (Çev. E. Tataroğlu ve İ. Yıldız). BilgeSu, Ankara, (Orijinal Basım Tarihi 1995).
- Van Eck, N.J., Waltman, L. 2007. WOS: A new method for visualizing similarities between object. *Advances in Data Analysis: Proceedings Of The 30th Annual Conference Of The German Classification Society*. 299-206, Springer, Heidelberg.
- Van Eck, N.J., Waltman, L. 2010. Software survey: VOSviewer, a computer program for bibliometric mapping. *Scientometrics*, 84(2), 523-538.
- Williams, S. 1998. *Tourism Geography*. Taylor & Francis e- Library. https://books.google.com.tr/books?hl=tr&lr=&id=ACnd7UYsh8cC&oi=fnd&pg=PA1&dq=Williams,+S.+1998.+Tourism+Geography.&ots=h5crHmArIq&sig=pjEdVoeTLDBwOfg_QZF5EMqKepE&redir_esc=y#v=onepage&q=Williams%2C%20S.%201998.%20Tourism%20Geography.&f=false
- Yazan, S., Bekaroğlu, E. 2018. Türk coğrafyacılığının disiplinler ilişkileri üzerine ampirik bir araştırma. *Coğrafi Bilimler Dergisi*, 16(1), 37-67.

