



Kültür ve Turizm Araştırmalarının Bilim Haritalama Teknikleri ile Bibliyometrik Analizi

Bibliometric Analysis of Culture and Tourism Research with Science Mapping Techniques

Eda Rukiye DÖNBAK¹

¹Dr.Öğr. Üyesi, Adıyaman Üniversitesi, Turizm Fakültesi, edonbak@adiyaman.edu.tr

Gönderilme Tarihi / Submitted : 28.09.2020

Düzeltilme / Resubmitted (1) : 23.12.2020

Kabul / Accepted : 28.12.2020

Özet

Kültür turizmi estetik, psikolojik, derin kültürel deneyimlerin tercihi ve katılımına dayalı turizm türü olmaktadır. Bu çalışmanın amacı kültür ve turizm kavramlarının uluslararası alan indeksli makalelerde 1984-2019 yılları arasında hangi temalar ile ilişkilendiği bunun yanı sıra yıllık bilimsel üretim, ortalama atıf en etkili dergiler ve araştırmacılar çerçevesinde bibliyometrik incelemesi olmaktadır. Bibliometrix programı ve WoS Core Collection veri tabanı kullanılarak “kültür” ve “turizm” kavramlarına yönelik kapsamlı bir içerik analizi yapılmıştır. Analiz sonucunda kavramlara genel bakış ve kavramların entelektüel yapısını oluşturacak 2216 makale elde edilmiştir. 2016-2020 yılları arasında en önemli temaların ecoturizm” ve “space tourism” motor temalar olurken, gelişmiş temaların; “social”, “resident’s attitudes”, “visual culture”, “haritage” ve “landscape” olduğu görülmektedir. Bu dönemde dönüşümsel ve temel temaların ise “tourism”, “nature”, “development” “economic development” olduğu tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Kültür, Turizm, Bibliyometrik Analiz, Vosviewer

Abstract

Cultural tourism is a type of tourism based on the preference and participation of aesthetic, psychological and deep cultural experiences. The aim of this study is to examine which themes related with the concepts of culture and tourism are associated with in articles with international indexed between 1984 and 2019, as well as annual scientific

production, average citation, the most influential journals and researchers. A comprehensive content analysis on the concepts of "culture" and "tourism" has been performed using the Bibliometrix program and the WoS Core Collection database. As a result of the analysis, 2216 articles were obtained to form an overview of the concepts and the intellectual structure of the concepts. While the most important themes between 2016-2020 were "ecotourism" and "space tourism" motor themes, developed themes; It is seen that they are "social", resident's attitudes ", " visual culture ", " haritage "and" landscape ". In this period, it was determined that the transformational and basic themes were "tourism", "nature", "development" and "economic development".

Keywords: Culture, Tourism, Bibliometric Analyze, Vosviewer

GİRİŞ

Kültür ve turizm her zaman ayrılmaz bir şekilde bağlantılı olmuştur. Kültürel cazibe merkezleri ve etkinlikler seyahat için önemli bir motivasyon sağlamakla birlikte seyahat kendi içinde bir kültür içermektedir (Richards, 2018). Kültürle ilgili turizm bir destinasyonun tarihî, kültürel bilgilerini edinme amaçlı seyahatleri kapsamakta, el sanatları, performans sanatları ve müzik gibi kültürü yansıtan ürünler de dahil olmak üzere hizmetleri içeren ana turizm pazarı bölümlerinden birini ifade etmektedir (Uduji vd., 2020). Reisinger (1994), da kültürel turizmi, estetik, entelektüel, duygusal veya psikolojik nitelikteki yeni ve derin kültürel deneyimlere katılım arayışına veya katılımına dayanan bir özel ilgi ve deneyim turizmi biçimi olarak tanımlamaktadır (Chen and Rahman, 2018).

20. yüzyılda kültür, turizmin temel amacı olmaktan çıkarken, Urry (1990) turizmin kültür olduğunu vurgulamıştır (Chiao, 2018). Tarihsel, sanatsal, bilimsel, kültürel miras, yaşam stili sunumlarının ilgi çekmesi ile motive olan seyahat edenlerin gerçekleştirdikleri aktiviteler kültür turizminin çerçevesini oluşturmaktadır (Silberberg, 1995; Sadık, 2018). Kültür ve kültürel miras turizmi, turizm endüstrisinin hızla büyüyen alanlarıdır (Timothy, 2011; Seyfi vd, 2020). UNWTO tarafından uluslararası turizm tüketiminin önemli bir unsuru olarak kabul edilen kültür ve miras turizmi, küresel ölçekteki turizmin yaklaşık % 40'ını oluşturmaktadır (Richards, 2018; Seyfi vd., 2020). Richards, (2018)'a göre Avrupa'da, kültürel anlayışın artmasına ve parçalanmış ekonomilerin yeniden inşa edilmesine yardımcı olmasını sağlayan kültür turizminin toplumda ve akademik çevrede tanımlanmaya başlaması 2. Dünya Savaşı sonrası boş

zaman seyahatlerindeki artışa kadar izlenebilmektedir. Kùltür ve turizm ilişkisinin ekonomik sonuçlarını yakalayabilme, verimli politikalar tasarlama, ilgili motivasyon ve davranışları anlayabilmek için titiz metodolojik yaklaşımlarla yapılacak araştırmalara ihtiyaç vardır (Noonan ve Rizzo, 2017).

Bu çalışmanın amacı “Kùltür ve Turizm” in kesiştiği kavramlara yönelik bibliyometrik analiz çalışması yapmaktır. Kùltür turizmi 1984-2005 yılları arasında araştırmaların odağında yer alan temel temalardan biri olmuştur. Dönemsel seyrinin daha iyi bir bakış açısı ile inceleneceği düşünùldüđünden araştırma “Kùltür ve Turizm” teması etrafında kurgulanmış, konunun literatürdeki 35 yıllık seyri bibliyometrik olarak elde edilmeye çalışılmıştır.

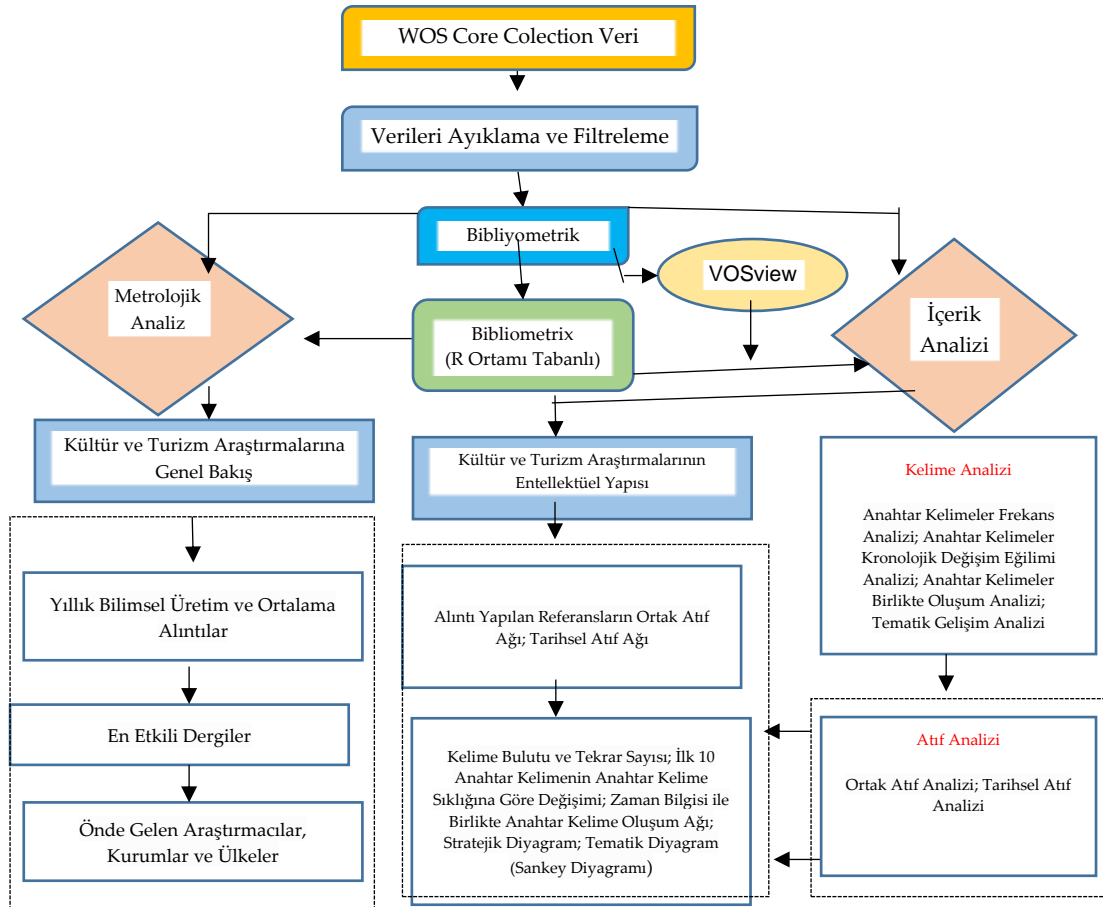
“Kùltür ve Turizm” konusunda literatürün çok geniş olması, gelişimin ve ilişkilerin ana eğilimlerinin analizini ve tanımlanmasını güçleştirmektedir. Bu gibi durumlarda çalışma konusunun gelişimi, ana eğiliminin analizi ve tanımlanmasını yapabilmek için bibliyometrik yöntemler kullanılmaktadır (Hajduk, 2017).

YÖNTEM

“Kùltür ve Turizm” konusunun literatürdeki 35 yıllık eğilim ve gelişimi bibliyometri yöntemi ile araştırılmıştır. Bibliyometri, basılı dergi, kitap, makale gibi bilimsel yayınların yazar, alan, konu, atıf, kurum, ÷lke gibi bilgilerinin matematiksel ve istatistiksel araçlarla nicel analizinde kullanılan ve ilgili disipline, alana, konuya, kurumlara, ÷lkelere, yazarlara, yazarlar arası işbirliğine ilişkin bazı ipuçları veren yöntemler bütünüdür (Kurutkan ve Orhan, 2018). Bu bilgiler ışığında, çalışmanın araştırma çerçevesi Şekil 1’de sunulmuştur. Birinci adım, “Kùltür ve Turizm” konusunun bibliyometrik analizi için yüksek kaliteli veri bulunduran veritabanı seçmektir. “Kùltür ve Turizm” konusunun bibliyometrik analizi Web of Science veri tabanından elde edilen verilerle yapılmıştır. Web of Science (WOS), yüksek kaliteli ve etkili bilimsel makalelerden alınan özetlerin ve referansların miktarının çok büyük olması ve yaygın olarak kabul edilen bir veritabanı olması sebebi ile bibliyometrik araştırmalar için çok kullanışlı bir veri tabanıdır (Li ve Hale, 2016). İkinci adım, seçilen veritabanından verileri ayıklamak ve filtrelemektir. WOS veri tabanında arama yapılırken kullanılan arama stratejisi aşağıda verilmiştir:

Topic: (Culture) And Topic:(Tourism) Refined By: Publication Years:(1984-2019) And Document Types: (Article) And Languages: (English) Timespan: All Years. Indexes: Scı-Expanded, Ssci.

Böylece “kültür” ve “turizm” kavramlarının geçtiği makaleler veri tabanı sistemi üzerinden süzölmüştür. Çalışmada değerlendirilmiş olan makaleler 1984 ve 2019 yılları arasında yayınlanmış 2116 yayını kapsamakta olup, verilere 03.11.2020 tarihinde erişim sağlanmıştır. Üçüncü adım, bibliyometrik analizi yapmaktır. Bu çalışmada Bibliometrix programı ve VOSviewer programı ile “kültür” ve “turizm” araştırma alanının kapsamlı bir içerik analizi yapılmıştır. Nicel bibliyometrik analiz için bir dizi araç sağlayan (Aria ve Cuccurullo, 2017) yeni bir bibliyometrik teknik olan 2017'de R dilinde geliştirilen Bibliometrix R-paketi uygulanmıştır. Bu yeni teknik esnektir ve bir dizi başka istatistiksel ve grafiksel paketi entegre etme imkânı mevcuttur. Bibliyometrik analiz için R dilinin kullanılması, Kültür ve Turizm alanının daha derinlemesine analizini kolaylaştırabilecek yeni bir girişimdir (Jiangang ve ark., 2020).



Şekil 1. Araştırma Çerçevesi

Bibliyometrik analizin bir kısmı, bibliyometrix R-paketi (RStudio v.3.4.1 yazılımı) kullanılarak yapılmıştır. Bibliometrix için bir web arayüzü sağlayan bir uygulama olan biblioshiny, açık kaynaklı yazılım tasarımıdır (Busayo, Kalumba ve ark., 2020). Biblioshiny "kodlayıcılar için bibliyometrix" bibliyometrix tarafından desteklenmektedir ve web tabanlı grafik arayüzüdür (Aria ve Cuccurullo, 2017). Bibliometrix, diğer R paketleri ile ara bağlantıyı kolaylaştırmak için R dilinde programlanmıştır. Napoli Üniversitesi'nden Aria ve Cuccurullo ve Campania Üniversitesi'nden Luigi Vanvitelli (İtalya) tarafından geliştirilmiştir. Esas olarak WoS, Scopus ve Dimensions verileriyle çalışmaktadır. Arayüz sezgisel ve iyi organize edilmiş geliştiriciler ile ana menüyü Hizmet Yönetimi Otomasyon (Service Management Automation-SMA) iş akışına göre bölmektedir. Bu menü, "kaynak (source), yazar(author) ve belge (document)" adlı üç seviyeli ölçümler ve "kavramsal (conceptual), entelektüel (intellectual) ve sosyal (social) adlı üç bilgi yapısı için mantıksal analiz ve grafikleri içermektedir.

Analiz seçenekleri çeşitlidir ve daha önce belirtilen mantıksal ve grafiklere bölünmüş 7 kategoriye ayrılmıştır: Bunlar; 1.Genel Bakış (Overview), 2.Kaynaklar (Sources), 3.Yazarlar (Authors), 4.Belgeler (Documents), 5.Kavramsal yapılar (Conceptual Structures), 6.Entellektüel Yapı (Intellectual Structure) ve 7. Sosyal Yapı (Social Structure)'dır. Oluşturulan grafikler ve performans analizleri çeşitli dosya formatlarına aktarılabilir; haritalar pajek ve html olarak dışa aktarılabilir ve tablolar panoya kopyalanabilir veya Excel, pdf veya çıktı olarak kaydedilebilir (Moral-Muñoz, Herrera-Viedma vd., 2020).

Görselleştirme yazılımları; araştırma dağılımını, sıcak noktaları ve araştırma geliştirme yönünü görsel olarak gözlemlemek için kullanılabilen düğüm-bağlantı haritaları oluşturabilir. Çalışmanın bir kısmında, veriler VOSviewer v.1.6.15'a aktarılmış ve sistematik olarak analiz edilmiştir. Van ve Waltman (2010), tarafından geliştirilen VOSviewer (<http://www.vosviewer.com>), küme analizi sonuçlarını görüntüleme avantajlarına sahip bir literatür görselleştirme yazılımıdır. Program görsel haritalama yöntemine dayalı olarak çalışmaktadır (Van ve Waltman, 2010).

VOSviewer tarafından oluşturulan bilgi haritalarında unsurlar, birleşme noktaları ve aralarındaki ağ bağlantıları olarak temsil edilir. Ülkeler, kuruluşlar, yazarlar, ortak alıntı literatürleri ve anahtar kelimeler gibi birleşme noktaları ve bilgi etiketleri analiz

bileşenlerinin gücü ile orantılıdır. Unsurlar arasındaki ilişkiler, birleşme noktaları arasındaki bağlantılarla ifade edilebilir.

Dairelerin büyüklüğü ve etiketin yazı tipi, oluşum sayısının büyüklüğünü, renkler ise kümeleri (kaç sınıfa ayrıldığını) temsil etmektedir. İki daire arasındaki uzaklık, guruplar arasındaki benzerliği ve ilişkiyi ortaya koymaktadır. X eksen ve Y eksen özel bir anlam taşımamakta ve haritalar serbestçe döndürülebilmektedir (Khalil ve Crawford, 2015).

BULGULAR

2216 makale, bu araştırma alanına genel bakışı ve alanın entelektüel yapısını analiz etmek için kullanılmıştır. Bir yandan, “kültür ve turizm” yayınlarının, dergilerin, araştırmacıların, kurumların ve ülkelerin bir dizi indeks aracılığıyla tespit edilen etki alanlarına genel bir bakış yapılmış, öte yandan, kelime ve atıf analizleri kullanarak yapılan içerik analizleri ile “kültür ve turizm” alanının entelektüel yapısını keşfetmek için, “kültür ve turizm” araştırmalarının güncel trendleri, tematik gelişimi ve araştırma odakları tespit edilmiştir.

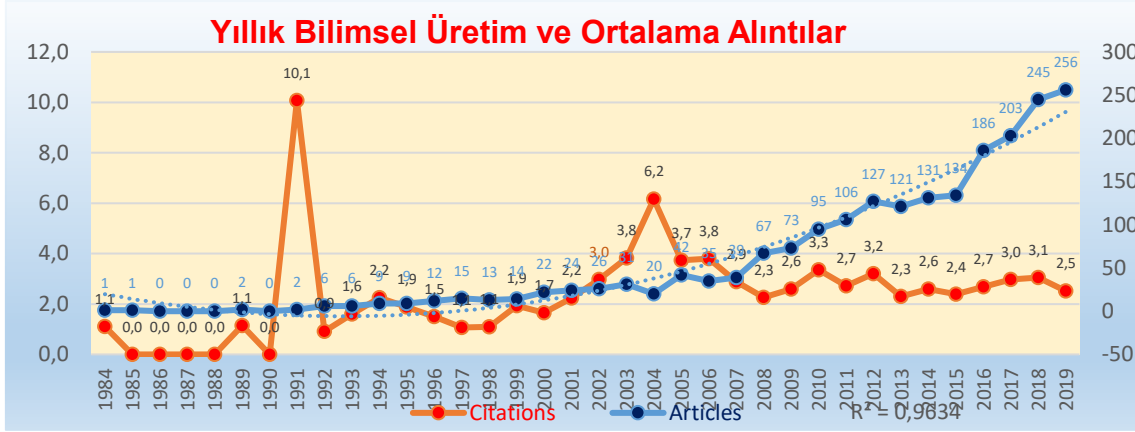
Kültür ve Turizm Konusundaki Araştırmalara Genel Bakış

Yıllık Bilimsel Üretim ve Ortalama Alıntılar

“Kültür ve turizm” incelemesinin genel yönleri bu bölümde sunulmuştur. Bibliometrix yardımıyla, bu alanda yapılan yayınlardan yıllık bilimsel üretim ve yıllık ortalama alıntılar Şekil 2.'de gösterildiği gibi elde edilmiştir.

1984'den 2019'a kadar, bazı küçük dalgalanmalara rağmen, “kültür ve turizm” ile ilgili yayınların sayısının istikrarlı bir şekilde arttığı gözlemlenmiştir. “Kültür ve turizm” konusunun popüleritesinin yıllara göre arttığı söylenebilir. 2019 yılında 256 makale ile zirve noktaya ulaşılmıştır.

Grafikte yıllık bilimsel üretime eğilim çizgisi eklendiğinde güvenirlilik katsayısı olan “R²” değeri ortaya çıkmaktadır. Bu değer 1'e ne kadar yakınsa eğilim çizgisi değerleri o kadar iyi temsil etmektedir. Burada R² değeri 0,96 ile 1'e yakın olduğundan değerleri oldukça iyi temsil etmiştir.

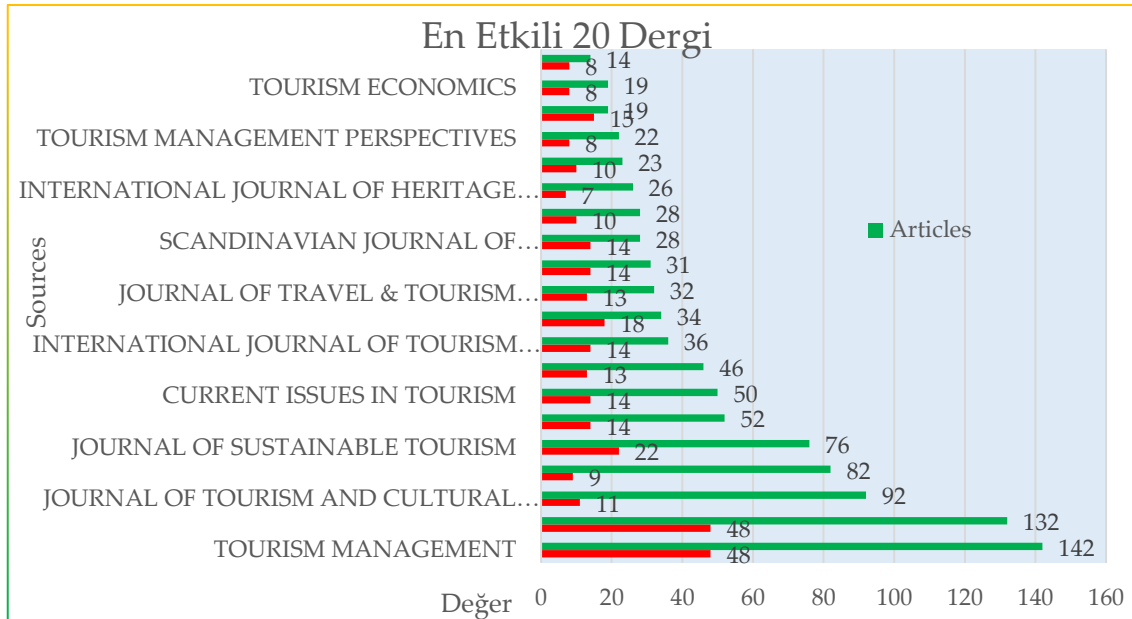


Şekil 2. Yıllık Bilimsel Üretim ve Ortalama Alıntı Miktarları

Her bir belgenin yıllık ortalama atıfları ile ilgili olarak; 1991 yılındaki yayınlar en çok ortalama 10,1 atıf almıştır. Bunu 2004 yılı 6,2 yayın ortalaması ile takip etmiştir. Genel olarak, 2007 ile 2019 arasında yıllık ortalama atıf miktarı 2,3-3,3 arasında sabit kalmıştır.

En Etkili Dergiler

Kültür ve Turizm ve ilgili makaleler çok çeşitli dergilerde yayınlanmaktadır. Elde ettiğimiz 2116 makale 560 farklı dergiden gelmektedir. “Kültür ve turizm” ile ilgili makalelerin sayısı ve her derginin h-indeksi, Kültür ve Turizm araştırma alanındaki en ilgili ve etkili dergileri belirlemek için ölçümler olarak kullanmıştır. Şekil 3. “kültür ve turizm” ile ilgili en çok makaleyi yayınlayan ilk 20 dergiyi göstermektedir. Bu 20 dergi, “kültür ve turizm” alanındaki en ilgili kaynaklar olarak kabul edilebilir.



Şekil 3. Kültür ve Turizm Konusunda En Etkili 20 Dergi

Şekil 3'te görüldüğü gibi, Tourism Management, Annals of Tourism Research, “kültür ve turizm” ile ilgili en çok sayıda makaleyi yayınlayan ilk iki dergidir ve aynı zamanda h-indeksinin en yüksek olduğu dergilerdir. Bu dergilerin alanında en etkili dergiler olduğu görüldüğünden, konuya ilgi duyanların özellikle bu iki dergiye takip etmeleri önerilebilir.

Önde Gelen Araştırmacılar, Kurumlar ve Ülkeler

Toplanan verilerde yer alan yazar bilgileri kullanılarak, “kültür ve turizm” alanında önde gelen yazarlar, kurumları ve ülkeleri belirlenebilir ve ortaya çıkarılabilir. “Kültür ve turizm” yayınlarına en çok katkıda bulunan ilk 20 etkili yazarın h-indeksi, toplam atıfları (TC), yayın sayısı (NP) ve “kültür ve turizm” alanındaki ilk yayın yılı başlangıcı (PY-start) Tablo 1.'de sunulmuştur.

Tablo 1. Kültür ve Turizm Araştırma Alanındaki En Etkili 20 Yazar

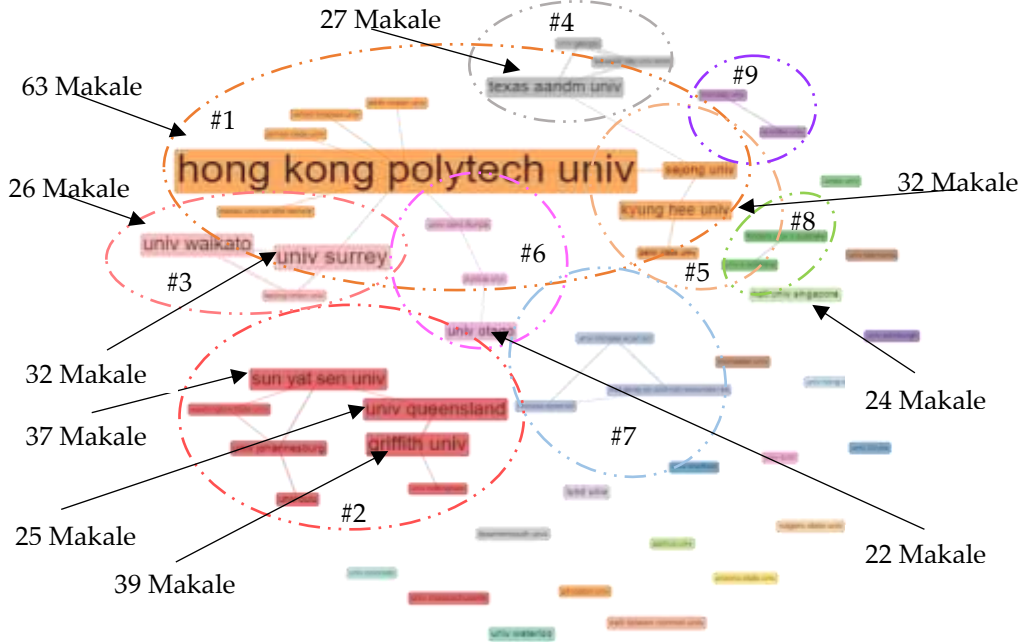
Author	h_index	g_index	m_index	TC	NP	PY_start
RYAN C	12	21		545	21	1997
KIM S	7	13	0,778	299	13	2012
WALL G	7	11		131	12	1997
LEE S	7	10	0,538	220	10	2008
XU HG	7	10	1	134	10	2014
WOOSNAM KM	6	9	1	88	9	2015
BOLEY BB	7	8	0,7	125	8	2011
HORNG JS	6	7	0,545	250	7	2010
ZHANG J	7	7	0,538	188	7	2008
HUNTER WC	5	6	0,357	119	6	2007
KING B	5	6	0,185	125	6	1994
LI X	3	5	0,429	33	6	2014
LIU YD	5	6	0,714	66	6	2014
MCKERCHER B	6	6	0,353	323	6	2004
ZHANG CZ	3	4	0,5	18	6	2015
CHANG TC	5	5	0,227	82	5	1999
CROTTS JC	5	5	0,25	498	5	2001
GIBSON C	5	5	0,294	249	5	2004
GNOTH J	5	5	0,5	118	5	2011
HAN H	5	5	0,625	74	5	2013

TC (Total Citation); NP (Number of Publication); PY start (Publication Year Start)

Tablo 1'den Ryan C'nin h-endeksi (12), TC (545) ve NP (21)'si en yüksek olduğu için bu alandaki en önde gelen araştırmacı olduğu söylenebilir. Bu sonuçlar Ryan C tarafından 1997'de elde edilmiştir. Onu h-endeksi açısından Kim S, Wall G, Lee S, Xu HG, Boley BB ve Zhank J takip etmektedir. Toplam Atıf Miktarı açısından Crotts JC, Mckercher B, Kim S, Horng JS ve Gibson C takip etmektedir. Yıllık Yayın Sayısı açısından ise Kim S, Wall G, Lee S, Xu HG ve Woosnam KM takip etmektedir.

Şekil 4, “kültür ve turizm” araştırmalarına katkıda bulunan başlıca kurumların işbirliği ağını göstermektedir. En çok “kültür ve turizm” ile ilgili makale yayınlayan ilk 10 kurum da Şekil 4'te işaretlenmiştir. En üretken kurum Hong Kong Polytechnic University (63 makale) ile ardından Griffith University (39 makale) yer almaktadır. Sun

Yat Sen University (37 makale), University Surrey (32 makale), Kyung Hee University (32 makale), Texas Aandm University (27 makale), University Waikato (25 makale), University Queensland (25 makale), Natl University Singapore (24 makale) ve Otago University (22 makale) olduğu görülmektedir.



Şekil 4. Kültür ve Turizm Araştırmaları İçin Kurumsal İşbirliği Ağı

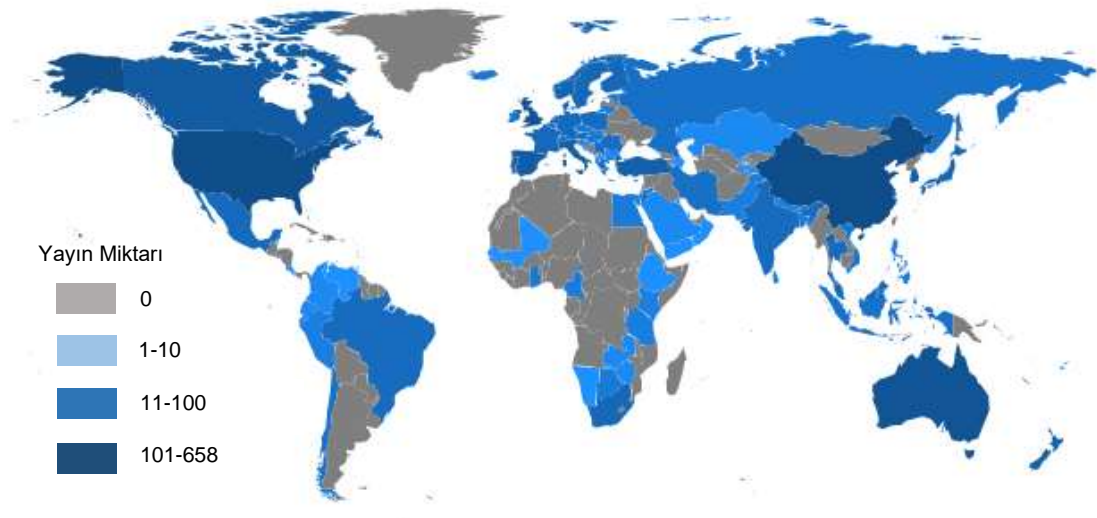
Şekil 4.'te en az iki kurum içeren sekiz ağ kümesi tanımlanmıştır. En büyük küme (#1 olarak işaretlenmiştir) 9 kurum içermektedir. Küme #1'deki, Hong Kong Polytechnic Üniversitesi, en çok “kültür ve turizm” araştırmalarına sahip kurum olduğu ve diğer kurumlarla en çok işbirliğine sahip olduğu için çekirdek kurum olarak kabul edilebilir. Sejong Üniversitesi ile olan işbirliği gücü, aralarındaki çizginin kalınlığından görülebileceği gibi en büyüktür.

İkinci en büyük küme (#2 olarak işaretlenmiştir) yedi kurum içermektedir. Griffith Üniversitesi ve Sun Yat Sen Üniversitesi, bu kümede en yüksek sayıda “kültür ve turizm” makalesi ürettikleri ve aralarındaki işbirliği de en güçlü olduğu için 2. kümedeki iki çekirdek kurum olarak kabul edilebilir. Küme #3–#9, “Kültür ve turizm” sorunlarını aktif olarak inceleyen diğer bazı kurumsal işbirliği gruplarıdır. Kümeler arasında değişen derecelerde işbirliği olduğu da unutulmamalıdır.

En güçlü kümeler olan Küme #1 ile küme #2 arasında işbirliği bulunmamaktadır. Bununla birlikte küme #1, küme # 3,5,6 ile güçlü işbirliğine sahiptir. Küme #2,7,8,9'un

diğer kümeler ile işbirliği bulunmamaktadır. Natl University Singapore bir kurum kümesi oluşturamasa da 24 makale ile en etkili kurumlar arasında yerini almıştır.

Şekil 5, Kültür ve Turizm ile ilgili makalelerin yayınlandığı dünya genelindeki ülkeleri göstermektedir. “Kültür ve turizm” araştırmasının yayınına toplam 92 ülke katılmaktadır. Kültür ve Turizm makalelerinin en verimli dört ülkesi, diğer ülkelerin çok ilerisinde olan ABD (371 makale), Çin (333 makale), İngiltere (221 makale) ve Avustralya'dır (172 makale). Makale sayısı, ortak yazarlığa dayalı olarak farklı ülkeler arasında işbirliği içinde yayınlananları içerir.



Şekil 5. Kültür ve Turizm Konusunda Dünya Çapında Yayınlar

Ülke düzeyinde Kültür ve Turizm araştırmalarının ayrıntılarını daha fazla analiz etmek için, ilk 10 ilgili yazarın ülkesi Tablo 2'de sunulmuştur. Kültür ve Turizm makaleleri yayınlayan başlıca ülkeler ve bunların işbirliği ilişkileri Şekil 6'da gösterilmiştir.

Tablo 2'den ve Şekil 6'dan, Kültür ve Turizm alanında ABD, Çin, İngiltere ve Avustralya'nın baskın konumları olduğu ve ilgili yazarlar açısından hala önde gelen ülkeler arasında yer aldığı anlaşılmaktadır.

Tablo 2. Kültür ve Turizm Araştırmasında İlgili Yazarların İlk 10 Ülkesi

Country	Articles	SCP	MCP	MCP_Ratio
USA	371	297	74	0,1995
CHINA	333	232	101	0,3033
UNITED KINGDOM	221	165	56	0,2534
AUSTRALIA	172	132	40	0,2326
CANADA	85	69	16	0,1882
SPAIN	79	66	13	0,1646
ITALY	57	45	12	0,2105
KOREA	57	34	23	0,4035
NEW ZEALAND	53	33	20	0,3774
TURKEY	44	38	6	0,1364

SCP, tek ülke üretimi anlamına gelir, MCP, birden fazla ülke üretimi anlamına gelir. MCP oranı, toplam makaleler içindeki MCP oranını ifade eder

Uluslararası işbirliği en yüksek ülkenin 0,40 MCP Oranı ile Kore olduğu söylenebilir. Şekil 6'dan üç kümenin (#1, #2 ve #3 olarak işaretlenmiş olan) tüm işbirliği ağına hâkim olduğu görülebilir. Küme #1, ABD ve Çin öncülüğünde toplam 12 ülkeden oluşmakta, küme #2 İngiltere öncülüğünde 19 ülkeden oluşmakta, küme #3 ise Avusturalya öncülüğünde 8 ülkeden oluşmaktadır. Şekil 6'dan en güçlü işbirliği ilişkisinin ABD ve Çin arasında olduğunu aralarındaki çizginin kalınlığının en fazla olmasından çıkarabiliriz. Küme #4 incelendiğinde küme #2'de yer alan Türkiye'nin ise, İngiltere'nin liderlik ettiği işbirliği ağında yer aldığı ve ABD, Çin, İngiltere, İspanya, İtalya, Yunanistan ve Fransa ile işbirliği yaptığı görülmektedir.

**Şekil 6.** Kültür ve Turizm Araştırmalarının Ortak Yazarlığına Dayalı Ülke İşbirliği Ağı

Kültür” ve “Turizm” Araştırma Alanının Entellektüel Yapısı

Bu bölümde, içerik analizinin çözüm yolları olarak, Kültür ve Turizm araştırma alanının bilgi tabanının temel unsurlarını tanımlamak için anahtar kelime analizi ve alıntı

analizi birlikte değerlendirilmiştir. Bu alanın entelektüel yapısını hem statik hem de dinamik perspektiflerden sunmak için bir dizi bibliyometrik yöntem kullanılmıştır.

Anahtar Kelime Analizi

Anahtar kelimeler, yazarlar tarafından araştırma içeriğinin açık, temsili ve öz bir açıklaması olarak kullanılır. Bu nedenle anahtar kelime analizi temelinde bir araştırma alanının en önemli konularını ve temalarını belirlemek için kullanılmaktadır (Zheng, Le ve ark., 2016).

Anahtar Kelimeler Frekans Analizi: Statik Perspektif

İlk olarak, Kültür ve Turizm etki alanının anahtar kelime frekansı (tekrar sayısı) hakkında bilgi almak için Bibliometrix kullanılmıştır. Bibliometrix kullanarak oluşturulan anahtar kelimelerin kelime bulutu Şekil 7’de görülmektedir. Kelime bulutu, “kültür ve turizm” araştırma alanındaki güncel konuların net ve eksiksiz bir grafiksel görüntüsüdür. “Kültür ve turizm” ilgili makalelerde kullanılan yüksek frekanslı anahtar kelimeler yorumlanmadan sunulabilir. Tüm “kültür ve turizm” alanındaki metin bilgilerinin ana unsurlarını anlamaya yardımcı olan araştırma alanının kavramsal yapısını haritalamak için kullanılabilir.

Şekil 7’de, 14 kereden fazla ortaya çıkan ilk 50 anahtar kelimeler vurgulanmıştır. Anahtar kelimelerin boyutu, veri setinde görünme sıklığı ile doğru orantılı olarak ilişkilendirilmiştir. Kelime bulutundan, "Turizm (Tourism)" ve "Kültür (Culture)", kelimelerinin yanı sıra "Çin (China)", "Otantiklik, Özgünlük (Authenticity)", "Miras (Heritage)", "Kültürel Turizm (Cultural Tourism)", "Sürdürülebilirlik (Sustainability)", "Kimlik (Identity)", "Geliştirme (Development)" ve "Sürdürülebilir Turizm (Sustainable Tourism)" gibi önemli anahtar kelimeler gözlemlenebilir.



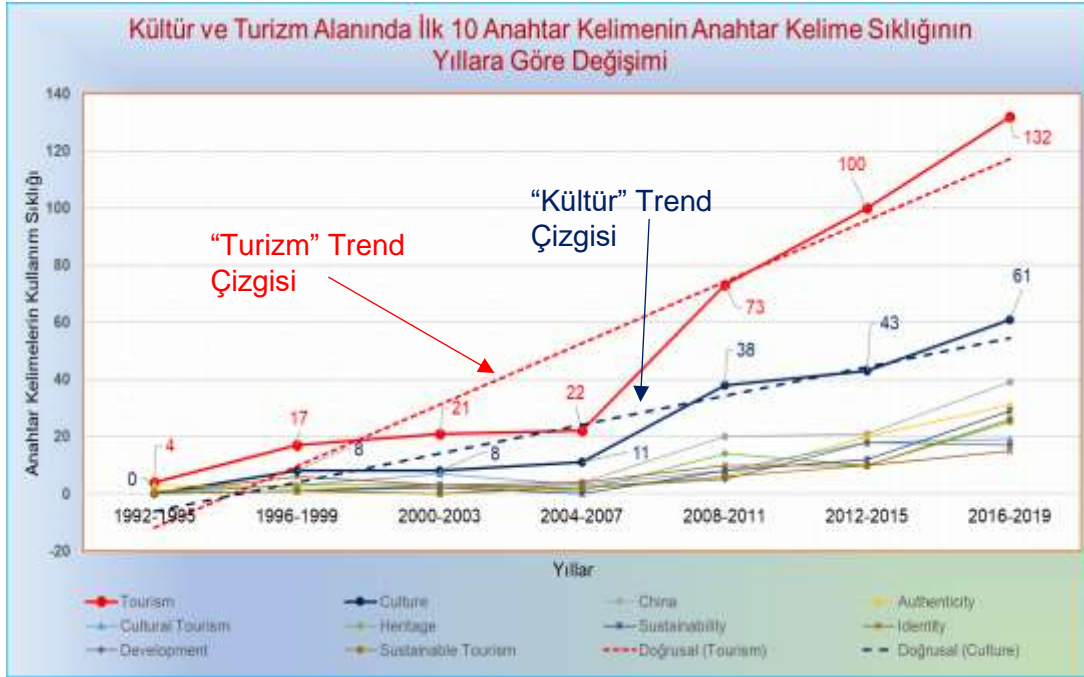
Kelime	Tekrar Sayısı
Tourism	377
Culture	177
China	89
Authenticity	70
Cultural tourism	61
Heritage	57
Sustainability	54
Identity	50
Development	48
Sustainable Tourism	45

Şekil 7. Kültür ve Turizm Araştırma Alanındaki Anahtar Kelimelerin Kelime Bulutu ve Tekrar Sayısı

Anahtar Kelimeler Kronolojik Değişim Eğilimi Analizi: Dinamik Perspektif

Farklı zaman dilimlerinde konuların değişimini daha iyi anlamak için, 1992'den 2019'a kadar olan 28 yıllık zaman aralığı, yedi adet 4 yıllık zaman dilimine bölünmüştür. Kelime bulutundan, farklı biçimlerde ortaya çıkan bazı yüksek frekanslı anahtar kelimelerin aslında aynı konuları tasvir ettiği gözlemlenebilir. “Turizm ve kültür” alanındaki yayınlardaki anahtar kelimeler herhangi bir birleştirme işlemi yapılmaksızın analiz edilmiştir. Aynı konuları yansıtan ancak farklı biçimlerdeki bu anahtar kelimeler de çalışmamızda sunulmuştur.

Bu yöntem ile Bibliometrix’den elde edilen Kültür ve Turizm etki alanının en sık kullanılan 10 anahtar kelimesi Şekil 8’de görselleştirilmiştir.



Şekil 8. Kültür ve Turizm Alanında İlk 10 Anahtar Kelimenin Anahtar Kelime Sıklığına Göre Değişimi

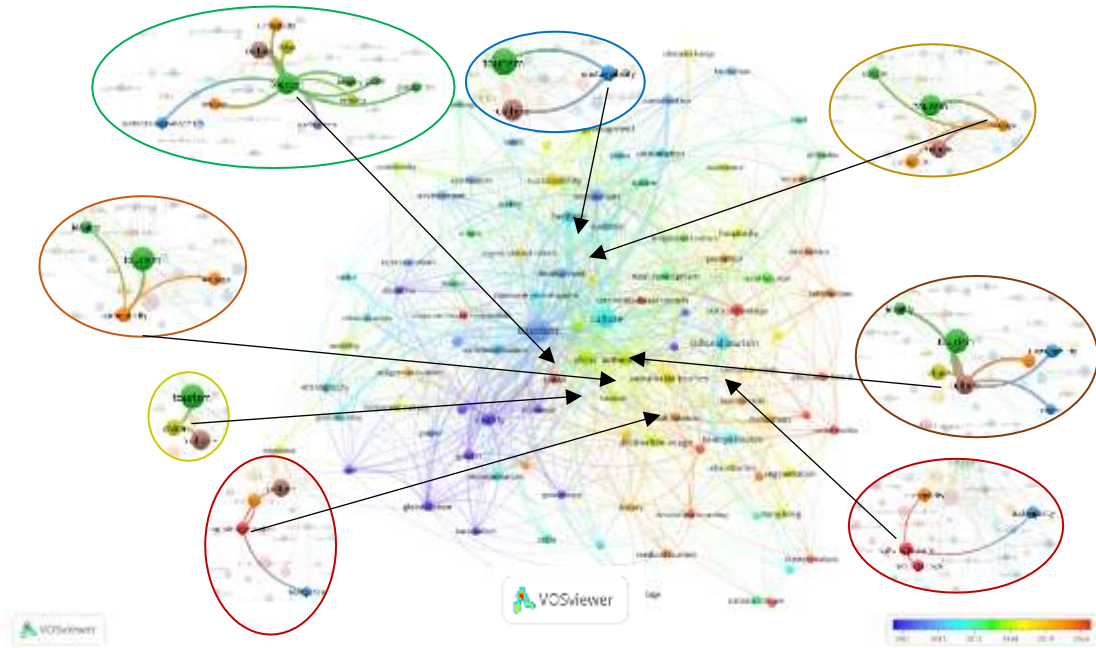
Şüphesiz “kültür ve turizm”, diğer sekiz anahtar kelimedenden çok daha yüksek sıklığa sahip en yaygın anahtar kelimelerdir. İlk üç zaman diliminde çok yavaş gelişmiştir. Ancak dördüncü zaman diliminden bu yana yüksek bir büyüme oranıyla yükselmiştir.

Diğer sekiz anahtar kelimeye değerlendirdiğimizde, ilk dört zaman dilimi bu araştırma konularının filizlenmesine tanıklık ediyor gibi görünmektedir. Bu dört dönem boyunca baskın bir anahtar kelime yoktur. Dördüncü zaman diliminden sonuncuya kadar, tüm anahtar kelimeler, bazı küçük dalgalanmalara rağmen bir bütün olarak yükselme eğilimi göstermiştir. "Çin" ve "Otantiklik", sıklık açısından artış yaşayan en önemli konulardır.

"Sürdürülebilirlik" ve "Sürdürülebilir Kültür" üzerine yapılan araştırmalarda da son zaman diliminde belirgin bir artış eğilimi olduğu görülmektedir. Bibliyometrik tabanlı analizin bu bölümü aracılığıyla, Kültür ve Turizm alanının gündemdeki konuların büyük değişiklikleri görsel ve niceliksel (miktersal) olarak ifade edilmiştir.

Anahtar Kelimeler Birlikte Oluşum Analizi: Statik Perspektif

Kültür ve Turizm literatürünün ilk 99 yüksek frekanslı anahtar kelimesinin birlikte oluşum ağı Şekil 9'da gösterildiği gibi VOSviewer yazılımı (Van Eck ve Waltman 2010) kullanılarak elde edilmiştir.



Şekil 9. Kültür ve Turizm Literatüründeki Yüksek Frekanslı Anahtar Kelimelerin Zaman Bilgisi ile Birlikte Ortak Oluşum Ağı

Birlikte oluşma ağında, anahtar kelimeler arasındaki genel mesafe, onların ilişkilerini yansıtır. Genel olarak, iki anahtar kelime arasındaki mesafe ne kadar kısa olursa, ilişkileri o kadar gúçlüdür (Van Nunen, Le ve ark. 2018). Kavramsal yapı haritasına karşılık gelen anahtar sözcük kümeleri de birlikte oluşum ağında işaretlenir.

“Kültür ve turizm” anahtar kelime ortak oluşum (co-occurrence) ağı 8 kümeden oluşmaktadır. Bu kümeler; Tourism, Culture, China, Cultural Tourism, Authenticity, Sustainability, Sustainability Tourism ve Haritage’dır. “Kültür ve turizm” kelimelerini belirten dairelerin büyüklüğünden bu iki kelimenin en fazla tekrarlandığı ve aynı şekilde aralarındaki ağ çizgisinin kalınlığından ağ bağlantılarının en yüksek olduğu sonucu ortaya çıkmaktadır.

Turizm anahtar kelimesi, Culture, China, Authenticity, Haritage, Sustainable Development, Performance, Identity, Gender, Ethnicity ve Globalizasyon kelimeleri ile deteklenmektedir. Kültür anahtar kelimesi, Tourism, Sustainability, China, Identity ve Nature kelimeleri tarafından desteklenmektedir. Diğer 6 kümedeki Anahtar kelimeler ve bu anahtar kelimeleri besleyen diğer anahtar kelimeler Şekil 9’da sunulmuştur.

2011’e doğru daha çok kullanılan anahtar kelimeler mavi ile gösterilirken, 2016 yılına kadar en çok kullanılan anahtar kelimeler kırmızı ile gösterilmiştir. 2011’lerde en çok kullanılan anahtar kelimeler Culture, Haritage, Cultural Tourism, Haritage Tourism, Representation, Commodification, Etnography ve Consumption iken, 2016’larda Cultural Haritage, Social Media, Place Attachment, Comunity-Based Tourism, Japan, Corporate Social Responsibility ve Destination Branding olmuştur.

Burada, "mavi" anahtar kelimelere daha az dikkat edildiği sonucu çıkarılmamalı, aslında, bu konularla ilgili birçok araştırmaya hala ihtiyaç duyulduğu, Ancak "kırmızı" konular üzerine yapılan araştırmaların řu anda üstünlük kazandığı görülmelidir.

Tematik Gelişim Analizi: Dinamik Perspektif

Bu bölümde, 1984 ve 2020 yılları arasında “kültür ve turizm” araştırmalarının tematik gelişimini dinamik bir bakış ağısıyla analiz etmeye çalışılmıştır. Her ne kadar veri tabanından 1984-2019 olarak veriler seçilmiş olsada kabul edilen yayınların yayın yılının bir sonraki yıla sarkması sebebi ile 2020 yılında da yayın varmış gibi görülmüştür. Araştırma dönemini (1984-2020) belge sayısı ve sabit zaman penceresini dikkate alarak birbirini izleyen dört alt döneme ayırdık. Aynı zaman dilimini kapsayan alt dönemlerin belirlenmesi yaygın görünmekle birlikte, ilk alt dönem erken yıllarda yayınlanan sınırlı

yayımlar nedeniyle 22 yıl olarak sabitlenmiştir. Son üç alt dönem, her biri 5 yılı kapsayacak şekilde belirlenmiştir. Sonuç olarak, tüm araştırma dönemi (1984–2020) birbirini takip eden dört alt döneme (1984–2005, 2006–2010, 2011–2015, 2016–2020)’e bölünmüştür.

Her bir alt dönemdeki “kültür ve turizm” araştırmalarının stratejik diyagramları Şekil 10’da sunulmuştur. Yazarların anahtar kelimelerine dayanan bir ortak kelime analizi kullanılarak Bibliometrix tarafından oluşturulmuştur. Bu alanda en çok vurgulanan ve detaylandırılan temaları tespit etmek için, en az beş kez ortaya çıkan anahtar kelimeler analiz için kullanılmıştır. Bu adımdan sonra, en çok tekrarlanan anahtar kelimeler son derece uygun anahtar kelimeler olarak tema kümeleri halinde gruplandırılmıştır.

Şekil 10’un her bir alt şekli, farklı tür temaları temsil eden dört çeyreğe bölünmüştür. Her bir tema kümesini karakterize etmek için merkezilik ve yoğunluğu içeren iki ölçü kullanılmıştır.

Birinci çeyrekteki temalar, yüksek merkezilik ve yüksek yoğunluk değerlerine sahip motor temalar olarak bilinirler. Temel temalar olarak motor temalar da bir araştırma alanının yapılandırılması için önemlidir. Buna ek olarak, bir motor temasındaki anahtar kelimeler de güçlü iç bağlar sergiler, yani daha yaygın olarak birlikte görünürler ve onları nispeten daha "gelişmiş" hale getirir (Cobo ve ark., 2011). Bu da onların “kültür ve turizm” alanını şekillendirmek için önemli ve iyi geliştirilmiş olduklarını belirtir.

İkinci çeyrekteki temalar, düşük merkezilik ve yüksek yoğunluk değerlerine sahip, iyi geliştirilmiş ve izole edilmiş temalar olarak bilinir. Bu temalar aynı zamanda çevresel olarak da düşünülebilir, ancak ortaya çıkan/azalan temaların aksine, daha güçlü iç bağlara, yani daha yüksek yoğunluğa sahiptirler ve bu nedenle özel olarak kabul edilebilirler. Bu temalar, iyi gelişmiş iç bağlara sahiptir, ancak “kültür ve turizm” alanı için değeri düşük öneme sahiptir.

Üçüncü çeyrek, azalan veya yeni ortaya çıkan temalar olarak bilinen düşük merkezilik ve düşük yoğunluk değerlerine sahip temaları içerir. Bu kadrındaki temaların diğer temalarla nispeten az iç ve dış bağları vardır. Bu nedenle, ilgili alanda daha az öneme sahip oldukları düşünülebilir. Bu temalar sadece zayıf bir şekilde geliştirilmiş olmakla kalmayıp, aynı zamanda “kültür ve turizm” alanı için düşük bir öneme sahiptir.

Dördüncü çeyrek, temel temalar olarak bilinen yüksek merkezilik ve düşük yoğunluk değerlerine sahip temaları içerir. Nispeten yüksek sayıda dış bağlara, yani

yüksek bir merkeziyete sahip oldukları için bu durum alan için çok önemlidirler. Bu temalar, “kültür ve turizm” araştırmalarının geliştirilmesi için önemlidir, ancak yeterince geliştirilmemiştir. Şekil 10’daki kürelerin boyutu, her alanda işaretlenmiş olan her temanın adının anahtar kelime sıklığı ile orantılıdır. Şekil 10’dan görülebileceği gibi, yayın sayısı fazla olan temalar esas olarak dördüncü çeyrekte yer almaktadır ki bu oldukça mantıklıdır. Çünkü esas ve değişken temalar “kültür ve turizm” alanında ana odak noktasıdır. Birinci dönemden son alt döneme kadar, tema kümelerinin sayısı artar, bu da “kültür ve turizm” alanının, çeşitli temaları kapsayan giderek daha karmaşık ve renkli bir araştırma alanına dönüştüğünü gösterir.

İlk dönem olan 1984-2005 döneminde 15 tema ortaya çıkmıştır. Bu temalardan;

*“authenticity”, “violence”, “policy”, motor tema;

*“landscape research”, “emergent ethnicity”, “shopping tourism” ve “conservation” izole ve gelişmiş tema,

*“tourism”, “cultural tourism”, “national identity” ve “south dongting lake” ortaya çıkan veya kaybolan tema;

*“commodification”, “government” ve “economic development” temel ve dönüşümsel temalardır.

Son dönem olan 2016-2020 dönemine ilişkin stratejik diyagramda 14 tema ortaya çıkmıştır. Bu temalardan;

*“ecoturizm” ve “space tourism” motor tema;

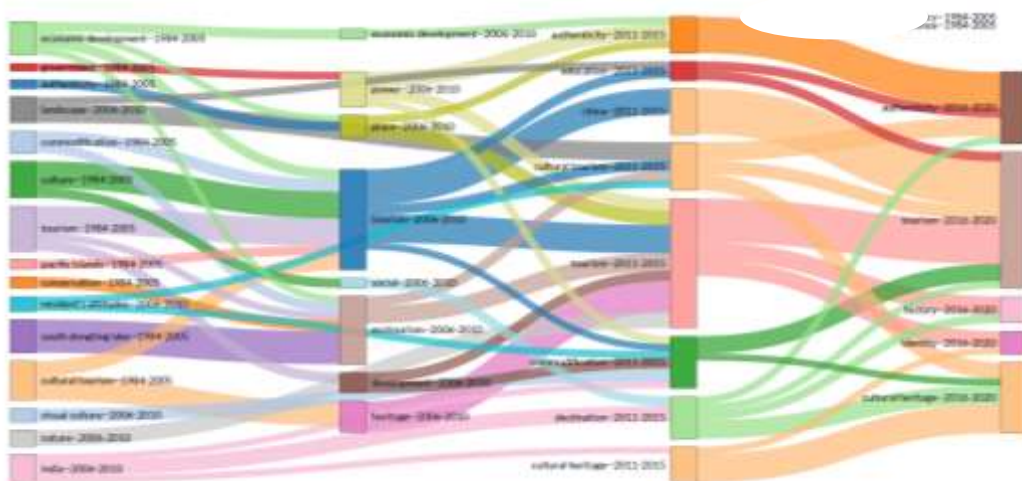
*“social”, “resident’s attitudes”, “visual culture”, “haritage” ve “landscape” izole ve gelişmiş tema,

*“power” ve “place” ortaya çıkan veya kaybolan tema;

*“tourism”, “nature”, “development” “economic development” temel ve dönüşümsel temalardır.



Şekil 10. Kültür ve Turizm Araştırmalarının Stratejik Diyagramı (1984–2020)



Şekil 11. Kültür ve Turizm Araştırmasının Tematik Gelişimi (1984–2020)

Kültür ve Turizm araştırmasının 1984-2020 yılları arasındaki tematik gelişimi Şekil 11'de gösterilmiştir. Tema kümelerinin zaman içinde birbirleriyle uzunlamasına bir çerçeve içinde ne şekilde etkileşime girdiğini göstermek ve temaların ana evrimsel yollarını saptamak için bir Sankey Diyagramı kullanılmıştır. Sankey diyagramında, her biri düğüm, en yüksek frekansa ve karşılık gelen alt döneme sahip anahtar kelimeyle etiketlenen bir tema kümesini temsil etmektedir. Düğümün boyutu, karşılık gelen tema için anahtar kelime sayısı ile orantılıdır. Düğümler arasındaki akış, tema kümelerinin evrimsel yönünü göstermektedir. Kenar genişliği, bağlantılı iki temanın toplamı kadardır. Farklı alt dönemler boyunca gelişen bir dizi tema, tematik bir alan olarak kabul edilebilir. Genel bir perspektiften bakıldığında, temalar arasındaki bağlantıların sayısının zamanla arttığı görülebilir.

İlk dönem olan 1984-2005 arasında 15 tema varken bu temalar son dönem olan 2016-2020 döneminde 5 tema altında toplanmıştır. İlk dönemde Culture ve Tourism ağırlıklı tema iken, Tourism diğer 3 dönemde gelişimini korumuş, Culture teması ise zamanla Culture, Tourism, Tourism, Tourism ve Culture, Social, Destination, Cultural Haritage gelişim yolunu izlemiştir. İlk dönemde etkin bir tema olmayan Otantiklik-Authenticity son dönemde etkin tema haline gelmiştir. İlk dönemde hiç bulunmayan History, Identity ve Cultural Haritage son dönemde etkin tema olmuştur. İlk dönemdeki Landscape teması son dönemde büyük yer tutan Otantiklik-Authenticity ve Cultural Haritage temalarını beslemiştir.

Atıf Analizi

Bir araştırma alanının temelindeki entelektüel yapıyı ve gelişim dinamiklerini araştırmak için yaygın olarak kullanılan atıf analizi, burada “kültür ve turizm” alanında en sık alıntılanan yayınları ve bunların ilişkilerini belirlemek ve araştırmak için yapılmıştır. Tablo 3, Kültür ve Turizm alanında en çok atıfta bulunulan 20 makale global alıntı (GC) ve yerel alıntı (LC) sayılarına göre azalan sırada gösterilmiştir. Yerel alıntı, “kültür ve turizm” alanındaki bu yayınların etkisini temsil etmek için bir gösterge olarak kullanılabilen, toplanan veri setindeki (2116 yayın) yayınlar tarafından alıntı yapılan bir belgenin sayısını ifade eder. Global Alıntı, bir makalenin WOS çekirdek toplama veritabanında kaç kez alıntı yapıldığını ifade eder ve bunların WOS çekirdek toplama veritabanı çemberindeki etkisini temsil eder. Cohen (2004)'in hem LC (47)'de hem de

GC (442) değeri diğer yayınlardan daha yüksek çıkmıştır. Tablo 3'te son yıllarda en çok alıntı yapılan makale LC (16) ve GC (132) değerleri ile Chank (2011)'a aittir.

Normal olarak, dönemin ilk yıllarında yayınlanan makaleler atıf almak için daha fazla zamana sahiptir. Bu yayınların yayın yıllarının etkisini ortadan kaldırmak için ve yayınların yıllarının etkisini göstermek için Yıllık Toplam Yerel Atıflar (TLC/Y) ve Yıllık Toplam Küresel Atıflar (TGC/Y) parametreleri kullanılmıştır. Özellikle, Cohen (2004), Sims (2013), Medina (2003), Chang (2010) ve Reisinger (2009) TLC/Y açısından ilk beşte yer almıştır ve bu yayınların içerikleri ile Kültür ve Turizm araştırma alanında en etkili makaleler olabileceği ifade edilebilecektir.

Tablo 3. Kültür ve Turizm Alanında En Çok Atıf Alan 20 Yerel Makale

Document	Local Citations	TLC/Y	Global Citations	GLC/Y	Topic
Cohen E, 2004	47	2,938	442	27,625	Food in tourism
Medina IK, 2003	37	2,176	130	7,647	Commoditizing culture
Kim H, 2003	30	1,765	397	23,353	Motion picture impacts on destination images
Noy C, 2004	30	1,875	299	18,688	This trip really changed me
Sims R, 2009	28	2,545	424	38,545	Food, place and authenticity
Bruner EM, 1991	27	0,931	225	7,759	Transformation of self in tourism
Sorensen A, 2003	27	1,588	202	11,882	Backpacker ethnography
Munt I, 1994	26	1,000	196	7,538	The 'other' postmodern tourism
Pritchard A, 2001	26	1,368	174	9,158	Culture, identity and tourism representation
Britton S, 1991	24	0,828	359	12,379	Tourism, capital, and place
Chang RY, 2010	20	2,000	188	18,800	Food preferences of chinese tourists
Reisinger Y, 2010	20	2,000	82	8,200	Applying hofstede's national culture measures in tourism research
Silver I, 1993	19	0,704	150	5,556	Marketing authenticity in third world countries
Mcintosh AJ, 2004	19	1,188	78	4,875	Tourists' appreciation of Maori culture in New Zealand
Maoz D, 2007	19	1,462	121	9,308	Backpackers' motivations the role of culture and nationality
Dyer P, 2003	18	1,059	122	7,176	Tourism impacts on an australian indigenous community
Ng SI, 2007	18	1,385	154	11,846	Tourists' intention to visit a country
Ryan C, 2002	17	0,944	91	5,056	Tourists and aboriginal people
Hottola P, 2004	16	1,000	130	8,125	Culture confusion
Chang RY, 2011	16	1,778	132	14,667	Attributes that influence the evaluation of travel dining experience:

Kültür ve Turizm alanının entelektüel yapısını daha fazla analiz etmek için, statik ve dinamik perspektiflerden Kültür ve Turizm alanını keşfetmeye yönelik olarak Ortak Atıf Analizi ve Tarihsel Atıf Analizini inceleyebiliriz.

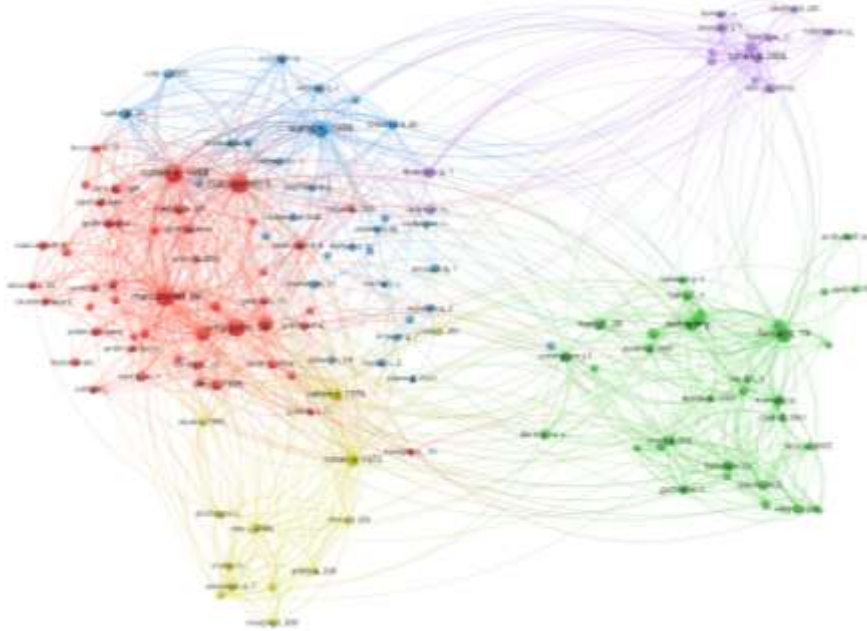
Ortak Atıf Analizi: Statik Perspektif

“Kültür ve turizm araştırmalarına ilişkin toplanan 2116 yayın tarafından atıfta bulunulan toplam 83376 referans, “kültür ve turizm” alanının atıf temelinin oluşturmaktadır. Birlikte alıntı yapılan yayınların sıklığını ölçen ortak alıntı analizi, burada “kültür ve turizm” atıf tabanını statik bir perspektiften keşfetmek için uygulanmıştır. İki belge bir sonraki belgeyle birlikte alıntı yapılmışsa, bu iki belge bir ortak atıf ilişkisi oluşturur. İki belgeye ortak olarak ne kadar çok alıntı yapılırsa,

aralarında o kadar fazla benzerlik olduğu varsayılabilir (Van Nunen, Le ve ark., 2018). Ortak alıntı analizi, bir araştırma alanındaki en etkili yayınları belirlemeye yardımcı olabilir ve ortak alıntı ilişkilerini temsil edebilir.

Bu bölümde, Şekil 12'de gösterildiği gibi “kültür ve turizm” alanında alıntı yapılan referansların ortak atıf ağını çizmek için VOSViewer yazılımını kullanılmıştır. Ortak atıf ağı, 20 kez alıntı eşiği kullanılarak oluşturulmuştur ve ağda toplam 137 düğüm bulunmaktadır. Şekil 12'de, her düğüm bir yayını temsil etmektedir. Düğümlerin boyutu her bir makalenin alıntı sayısı ile orantılıdır. Düğümler arasındaki çizgiler, ortak alıntı ilişkilerini temsil etmektedir.

Ortak atıf ağları oluşturulurken iki yayının diğer yayınlarda birlikte geçme durumları incelenir. Bu yayınlar diğer yayınlarda ne kadar sık geçerse, ortak atıf ağındaki düğümleri o kadar büyüyecek ve birbirlerine yaklaşacaktır. Ağ üzerinde önemli konuma sahip yazarların mavi, kırmızı, yeşil, sarı ve mor renklerinde kümelendikleri görülmektedir. Aynı renkteki ve birbirine yakın düğümlerin temsil ettiği yazarlar diğer yayınların kaynakçalarında daha sık birlikte görülmektedir.



Şekil 12. Kültür ve Turizm Alanında Alıntı Yapılan Referansların Ortak Atıf Ağı

Aynı renkteki düğümler, bu makaleler arasında benzer bir konuyu işaret etmektedir. Ortak alıntı ağı, Kültür ve Turizm yayınlarının referanslarının nasıl bir arada gruplandığını gösterir. Ağda, her biri Kültür ve Turizm alanının bir alt alanını gösteren

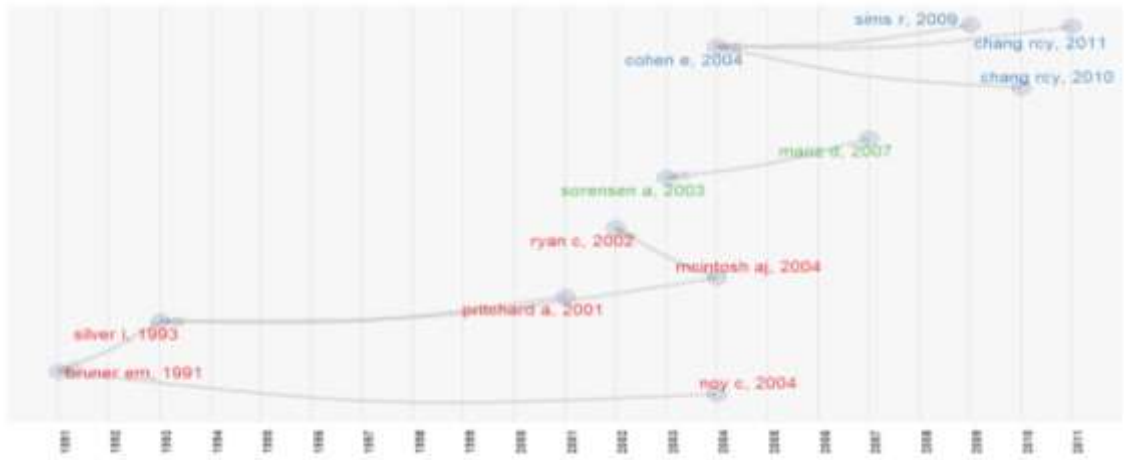
beş farklı küme açıkça gösterilmektedir: Bu kümeler; Kırmızı, Mavi, Sarı, Yeşil ve Mor Renk ile belirtilmiştir. Kırmızı ve Mavi kümeler birbirine daha yakın dururken Sarı, Yeşil ve Mor kümeler daha uzak durmaktadır.

Mor küme, ortak atıf ağındaki en küçük kümedir. Bu makalelerin temalarından, bu kümenin esas olarak Turizmde Beslenme alt alanına odaklandığı gözlemlenebilir (Cohen E, 2004). Yeşil küme esas olarak Kültürler ve Organizasyonlar etrafında şekillenmiştir (Fornell C, 1981). Mavi kümedeki yayınlar çoğunlukla Otantik Kültür etrafında şekillenmiştir (Wang N, 1999). Kırmızı küme Aşamalı Özgünlük (Maccannell, 1973), Özgünlük (Cohen E, 1988) ve Turist (Maccannell, 1976) etrafında şekillenmiştir. Sarı küme ise Uluslararası Turizm Sosyolojisi (Cohen E, 1972) etrafında şekillenmiştir.

Tarihsel Atıf Analizi: Dinamik Perspektif

Tarihsel atıf analizi, “kültür ve turizm” araştırmalarına dinamik bir bakış açısı sağlar. Bibliometrix’in işlevlerini kullanarak, “kültür ve turizm” alanının tarihsel atıf ağı Şekil 13.'de gösterildiği gibi oluşturulmuştur. Bu şekil, yerel olarak atıfta bulunulan ilk 20 makale arasındaki atıf ilişkilerini çizmektedir. Bu da “kültür ve turizm” alanındaki kilit literatürün araştırma odaklarının zaman içindeki gelişimini ortaya koymaktadır. Bu ağda, her düğüm bir yayını temsil etmektedir. Düğümler arasındaki bağlantılar alıntı ilişkilerini temsil etmektedir. Bir yayının sonraki bir yayından alıntılanmışsa, bu iki belge bir alıntı ilişkisi oluşturmaktadır.

Tarihsel atıf ağının 12 düğüme sahip üç alt ağı vardır ve düğümlerin her birinin diğer yayınlar ile atıf ilişkisi vardır. 20 yayından geriye kalan 8 bağlantısı kesilmiş yayın Şekil 13'de gösterilmemiştir.



Şekil 13. Kültür ve Turizm Alanının Tarihsel Atıf Ağı

Bu 20 anahtar yayının tam metnini derinlemesine incelemek, “kültür ve turizm” alanındaki araştırma odaklarının evrimini anlamaya yardımcı olabilir. İlk alt ağ dört düğüm içermektedir. İkinci alt ağ, birbirine bağlı 2 yayının bulunduğu küçük kümedir. Üçüncü küme ise 6 yayının bulunduğu büyük kümedir.

Genel olarak bakıldığında 12 yayının 10 tanesi 2001-2011 yılları arasında yayınlanmıştır ve ağa dahil edilmek için yeterli atıf sayısına ulaşmıştır. 2011 yılından sonra yapılan yayınlar Tarihsel Atıf Analizi grafiğinde yer bulamamıştır.

Tablo 3 ile birlikte Şekil 13 incelendiğinde Cohen E, 2004 yayını 47 yerel atıf puanı ile hem genelde hem de son yıllarda Kültür ve Turizm alanının baskın yayını olarak değerlendirilebilecektir. İkinci sırada ise Kim H, 2003 yayını 30 yerel atıf puanı ile gelmektedir. Silver I, 1993 yayını ile Bruner EM, 1991 yayını yatay çizgisi ile uzun yıllar Kültür ve Turizm alanının en çok yerel atıf alan yayınları olmuştur. Daha yüksek bir yerel atıf, makalenin daha yaygın olarak alıntı yapıldığını (ve dolayısıyla hedef olarak belirli bir araştırma akışı içinde bulunduğunu) gösterir. Daha düşük bir Yerel Atıf ise ya diğer araştırma akışlarına yayılmayı ya da bir yayının kendisinin diğer araştırma alanlarıyla bağlantıları olduğunu gösterir.

SONUÇ ve ÖNERİLER

1984-2019 yılları arasında uluslararası indexli dergilerde yer almış olan “kültür ve turizm” kavramlarının bibliyometrik analizi sonucunda konu ile ilgili farklı temaların seyri elde edilmiştir.

2016 ve 2020 yılları arasında kültür ve turizm alanında ortaya çıkan temalardan “space tourism” /uzay turizmi dikkati çeken temalardan biri olarak literatürde yerini almaya başlamıştır. Kültür ve turizm alanında en fazla atıf alan makaleye sahip olan Cohen, (2019, s:5)’e göre uzay turizmi 20. yüzyılın ikinci yarısından itibaren uzay araştırmalarının gelişmesi sonucunda insanların dikkatini çekmeye 21. yüzyıldan itibaren ise popüler kültür içerisinde yerini almaya başlamıştır. Bu dönemdeki (2016-2020) “eco tourism / eko turizm” teması önemli diğer bir tema olmaktadır. Aynı dönemde elde edilmiş olan “nature” (doğa), “development” (gelişim) “economic development” (ekonomik gelişim) temel ve dönüşümsel temalarının eko turizmin önemli birleşenleri olduğu bilinmektedir. “Kültür” ve “turizm” kavramlarının birlikte temsil edildiği ve 2016-2020 arasındaki temel temalardan biri Eko-turizm olduğu söylenebilmektedir.

Arştırmanın sonucunda “kültür ve turizm” konusunda elde edilen temel temalardan biri Commodification (yozlaşma)’dır. Kültür turizminin geleneksel kültürel biçimlere yerel ilginin canlanmasını teşvik etmesi, böylece hem kültürel bağları güçlendirdiğini hem de yerel aktörlerin maddi faydalara erişimini sağlandığı ileri sürülse de kültürün yozlaştırılmasına da etkide bulunacağı Shepherd (2002) tarafından önerilmektedir.

2016-2020 arasındaki dönemde “Visual Culture” (görsel kültür), gelişmiş temalardan bir tanesi olmaktadır. Gonzales (2008), çalışmasında uluslararası film yapımcılarının filmleri, film ve televizyon izleyicisinin eğilimlerine ve küresel çalışan sınıfın boş zamanına tabi tuttuğu sürece görsel kültür turizm için ekiler yaratmış olacaktır. Sürme ve Olcay (2019) çalışmalarında kullanılmış olan görsellerin on bir farklı turizm türünün tanıtımında yer aldığını belirlemiştir. Resident Attitudes, (yerel halkın tutumları) bu dönem içerisinde belirlenmiş olan diğer gelişmiş tema olmaktadır. Tolerasyon Yaklaşımı, Turizm Bölgesi Yaşam Döngüsü, Büyüme Makinesi, Paydaş Kuramı Sosyal Değişim Kuramı yerel halkın turizme yaklaşımını açıklayan kuramlar olmaktadır (Çiçek ve Sarı, 2018). Örneğin Avcı (2018) çalışmasında, turizmin kültürel etkilerinin, yöre halkının toplumsal yaşamını, sağlığını olumlu yönde etkilemesinin yanı sıra yeni kültürleri tanıma, yeni insanları tanıma olanağının da yöre halkının psikolojik sağlığını olumlu etkilediği sonucu elde edilmiştir. Yerel işletmelerin ve istihdam olanaklarının ve kültürel kimliğin artması, çevre bilincinin geliştirilmesi, ev sahibi topluluklar için turizmin temel faydalarından bazıları iken yerel vergilerin artması, kültürel mirasa zarar verme ve çevresel bozulma gibi bazı zararları da söz konusudur (Martin vd, 2018).

Kültür ve turizm arasındaki etkileşimin seyrini takip etmekteki en büyük zorluklardan biri, 'kültür' teriminin hızla değişen anlamlarının ve yorumlarının haritasını çıkarmak olacaktır ki bu da kültür turizmi tanımı için önemli çıkarımlara sahiptir. Peacock (2006), teknolojik değişimlerin gerçek kültürel katılım üzerinde bir ikame etkisine sahip olmaktan ziyade, reklam olarak işleyen ve dolayısıyla turizm akışlarını teşvik eden bir "kültürün küreselleşmesi" yaratma olasılığının yüksek olduğunu ileri sürmüştür. Bu anlamda gelecekte kültür turizmi ile ilgili araştırma yapacak olan araştırmacılar için öncelikle kültürün değişen türlerine ör: Dijital kültür, görsel kültür vb. odaklanmaları bu türlerin turizm ile olan ilişkilerinin incelenmesi önerilmektedir.

KAYNAKÇA

Aria, M. & Cuccurullo, C. (2017). Bibliometrix: an r-tool for comprehensive science mapping analysis. *Journal of Informetrics*, 11(4), 959-975. <https://doi.org/10.1016/j.joi.2017.08.007>

Avcı, N. (2018). Turizmin yöre halkının yaşam kalitesine etkileri: Çeşme ilçesi örneği. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 29(2), 164-174.

Busayo, ET. Kalumba, A.M. Afuye, A.G. Abayomi, G. Ekundayo, O.Y. & Orimoloye, I.R. (2020) Assessment of the sendai framework for disaster risk reduction studies since 2015, *International Journal of Disaster Risk Reduction*. 50 (November), 1-7, <https://doi.org/10.1016/j.ijdr.2020.101906>

Chen, H. & Rahman, I. (2018). Cultural tourism: An analysis of engagement, cultural contact, memorable tourism experience and destination loyalty. *Tourism Management Perspectives*, 26, 153-163.

Chiao, H. M. Chen, Y. L. & Huang, W. H. (2018). Examining the usability of an online virtual tour-guiding platform for cultural tourism education. *Journal of Hospitality, Leisure, Sport & Tourism Education*, 23, 29-38.

Cobo, M.J. López-Herrera, A.G. Herrera-Viedma, E. & Herrera, F. (2011). An approach for detecting, quantifying, and visualizing the evolution of a research field: a practical application to the fuzzy sets theory field. *J. Informetr.* 5, 146–166. <https://doi.org/10.1016/j.joi.2010.10.002>.

Cohen, E. & Spector, S. (Eds.). (2019). *Space tourism: The elusive dream*. Emerald Group Publishing. WA, İngiltere.

Çiçek, D. & Sarı, Y. (2018). Yerel halkın turizme olan desteği: Türkiye'deki sakin şehirler üzerine bir araştırma. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 29(2), 185-196.

Gonzales, H. G. (2008). Tourism, mass media, and the making of visual culture in the greater Yucatan Peninsula. *Journal of Film and Video*, 60 (2), 50-58.

Hajduk, S. (2017). Bibliometric analysis of publications on city logistics in international scientific literature. *Procedia Engineering*.182, 282–290.

Jiangang, S. Kaifeng, D. Guangdong, W. Rui, Z. & Xiaowei, F. (2020). Comprehensive metrological and content analysis of the public–private partnerships (ppps) research field: a new bibliometric journey. *Scientometrics*. 124:2145–2184. <https://doi.org/10.1007/s11192-020-03607-1>.

Khalil, G. M. & Crawford, CAG. (2015). A bibliometric analysis of us-based research on the behavioral risk factor surveillance system. *American Journal of Preventive Medicine*, 48(1), 50-57.

Kurutkan, M.N. & Orhan, F. (2018). *Kalite Prensiplerinin Görsel Haritalama Tekniğine Göre Bibliyometrik Analizi*, Sage Yayınevi. Ankara

Li, J. & Hale, A. (2016). Output distributions and topic maps of safety related journals. *Saf. Sci.*; 82, 236–244. <https://doi.org/10.1016/j.ssci.2015.09.004>.

Martín Martín, J. M. Guaita Martínez, J. M. & Salinas Fernández, J. A. (2018). An analysis of the factors behind the citizen's attitude of rejection towards tourism in a context of overtourism and economic dependence on this activity. *Sustainability*, 10(8), 2851-2868.

Moral-Muñoz, J.A. Herrera-Viedma, E. Santisteban-Espejo, A. & Cobo, M.J. (2020). Software Tools For Conducting Bibliometric Analysis In Science: An Up-To-Date Review. *El Profesional De La Información*, 29(1), 1699-2407.

Noonan, D. S. & Rizzo, I. (2017). Economics of cultural tourism: issues and perspectives. *Journal of Cultural Economy*, 41, 95-107.

Peacock, A. T. (2006). *The arts and economic policy*. In V. Ginsburgh & D. Throsby (Eds.), *Handbook of the economics of art and culture*. Amsterdam: Elsevier.

Reisinger, Y. (1994). Tourist—host contact as a part of cultural tourism, *World Leisure & Recreation*, 36(2), 24-28.

Richards, G. (2018). Cultural tourism: A review of recent research and trends. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 36, 12-21.

Sadık, G. (2018). Bibliometric profile of postgraduate thesis on cultural tourism. *Dijital Çağda İşletmecilik Dergisi*, 1(2), 76-83.

San Martín, H. García-de los Salmones, M. D. M., Herrero, Á. & Pérez, A. (2018). Explaining residents' attitudes towards tourism and tourists: A new approach based on brand theory. *International Journal of Tourism Research*, 20(6), 738-747.

Seyfi, S. Hall, C. M. & Rasoolimanesh, S. M. (2020). Exploring memorable cultural tourism experiences. *Journal of Heritage Tourism*, 15(3), 341-357.

Shepherd, R. (2002). Commodification, culture and tourism. *Tourist studies*, 2(2), 183-201.

Silberberg, T. (1995). Cultural tourism and business opportunities for museums and heritage sites. *Tourism Management*, 16(5): 361–365.

Sürme, M. & Olcay, A. (2019). Turizm tanıtım faaliyetlerinde fotoğrafların kullanımı:“Home of...” konsepti örneği-effect of photography in tourism promotion activities: Case of: "Home of..." concept. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 9(20), 179-195.

Timothy, D. J. (2011). *Cultural heritage and tourism: An introduction*. Bristol: Channel View Publications.

Uduji, J. I. Okolo-Obasi, E. N. & Asongu, S. A. (2020). Sustaining cultural tourism through higher female participation in Nigeria: the role of corporate social responsibility in oil host communities. *International Journal of Tourism Research*, 22(1), 120-143.

Urry, J. (2002). *The tourist gaze*. Sage.

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

Van Nunen, K. Li, J. Reniers, G. & Ponnet, K. (2018). Bibliometric analysis of safety culture research. *Safety Science*, 108, 248–258. <https://doi.org/10.1016/j.ssci.2017.08.011>.

Zheng, X. Le, Y., Chan, APC., Hu, Y. & Li, Y. (2016). Review of the application of social network analysis (sna) in construction project management research. *International Journal of Project Management*, 34(7), 1214–1225. <https://doi.org/10.1016/j.ijpro man.2016.06.005>.