



Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi/
Journal of Travel and Hospitality Business
Cilt/Vol:21(3),Yıl/ Year:.,2024 ss/pp,649-670
Gönderim Tarihi/ Received: 09.07.2024
Kabul Tarihi /Accepted: 24.10.2024
DOI: 10.24010/soid.1512973

Turizm ve Tutum Konulu Yayınların 40 Yıllık Geçmişi: Bir Bibliyometrik Analiz

40-Year History of Publications on Tourism and Attitude: A Bibliometric Analysis

Dr. Öğr. Üyesi Birsen ÇEVİK ÜNLÜ 
Şırnak Üniversitesi
Turizm ve Otel İşletmeciliği Yüksekokulu
E-posta: birsencevikunlu@gmail.com

Arş. Gör. Gamze ALP 
Bitlis Eren Üniversitesi
Kanık Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu
E-posta: galp@beu.edu.tr

Öz

Sosyal psikolojinin temel araştırma konularından biri olan tutum, turizm araştırmalarında da ilgi odağı olmuştur. Bu çalışmanın amacı nitel araştırma yöntemlerinden biri olan bibliyometrik analiz yöntemi ile turizm ve tutum araştırmalarının ağ haritalarını çıkarmak ve gelişimin ne yönde olduğunu ortaya koymaktır. Turizm ve tutum araştırmalarını incelemek adına 23 Haziran 2024 tarihinde Web of Science'ta tarama yapılmış ve 1985-2024 yılları arasında yayımlanmış 8389 akademik yayına erişim sağlanmıştır. Yayınlardan sadece SSCI, SCI Expanded ve ESCI indekslerinde taranan İngilizce makaleler (6882) değerlendirilmiştir. Analizler VOSviewer programında gerçekleştirilmiş ve edinilen bulgulara göre ilgili çalışmaların 2018 yılından sonra ivme kazandığı, ağırlama, eğlence, spor ve turizm alanında çoğunlukla yer aldığı, en fazla yayının ABD tarafından yapıldığı görülmüştür. Çalışmanın sonunda pratik ve teorik önerilere yer verilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Turizm, Tutum, Bibliyometrik, Bibliyometrik Analiz, VOSviewer

Abstract

Attitude, which is one of the main research topics of social psychology, has also been the focus of attention in tourism research. The aim of this study is to draw network maps of tourism and attitude research with bibliometric analysis method, which is one of the qualitative research methods, and to reveal the direction of development. To examine tourism and attitude research, the Web of Science was searched on June 23, 2024, and 8389 academic publications published between 1985 and 2024 were accessed. Only articles in English (6882) scanned in SSCI, SCI Expanded and ESCI indexes were evaluated. The analyzes were carried out in the VOSviewer program and according to the findings, it was seen that the relevant studies gained momentum after 2018, mostly took place in the field of hospitality, entertainment, sports and tourism, and the most publications were made by the USA. At the end of the study, practical and theoretical suggestions are given.

Key Words: Tourism, Attitude, Bibliometric, Bibliometric Analysis, VOSviewer

Extended Summary

Purpose

This study aims to conduct a bibliometric analysis of English articles published on tourism and attitudes that have been scanned in the Web of Science in the last 40 years and to visualize the findings with network maps.

Background

The concept of attitude, which is a basic and indispensable concept of social psychology (Çelik, 2021), expresses the tendencies of individuals towards objects, events or situations (Ajzen, 2001). The most well-known definition of attitude in this discipline was made by Allport (1935: 810): "a mental and neural state of readiness, organized through experience, exerting a directive or dynamic influence upon an individual's response to all objects and situations with which it is related". Attitudes, which are multifaceted (Thurstone, 1928), offer a summary evaluation of a psychological object, such as good-bad, useful-harmful and/or pleasant-unpleasant (Ajzen and Fishbein, 2000; Ajzen, 2001). In addition, attitudes can be positive and/or negative, or they can be explicit or implicit.

Attitudes are also defined as positive or negative reactions to anything (Tezbaşaran, 1997). The reactions here indicate behavior. Therefore, the relationship between attitude and behavior has been a frequent subject of research from past to present (Ajzen, 2005). Tourism, which allows different cultures to come together, offers a wide field of study for attitude research. When the literature is examined, studies on the attitudes of local people and tourists, especially on tourism, tourism development and sustainability, are frequently encountered.

Method

In line with the research purpose, a qualitative research approach was preferred, and data was collected and evaluated using the document analysis method. In this regard, the concepts of "tourism" and "attitude" were scanned by selecting the topic tab in the Web of Science. Some restrictions were placed on the screening results and the sample of the study was determined as 6882 articles. The data were transferred to the VOSviewer program and network maps were obtained with the help of various analyses.

Findings

It is seen that the publications on tourism and attitude scanned in WoS were published between 1985 and 2024. It is noteworthy that there has been a rapid increase in the number of publications since 2018. The relevant publications are mostly in the Hospitality, Leisure, Sports and Tourism category (n = 3784). With 1380 publications, the USA is the country with the most publications on tourism and attitude issues and also the most cited country. The most cited article (1838 citations) is "A model of destination image formation" written by Baloglu and McCleary (1999). The concept of attitude establishes strong connections with the concepts of perception, sustainable tourism, ecotourism, behavioral intention, satisfaction, motivation, local people and destination image. The most used author keywords in 2020 are Covid-19, theory of planned behavior and social media.

Results

When the historical development of publications on attitudes in tourism is examined from the WoS database, it is seen that it dates to 1985. However, it was determined that there was a continuous increase in the number of publications between 2004 and 2022. One of the main reasons for this increase is the idea that attitudes can predict behavior. When the most cited publications on the research topic are examined; Baloglu and McCleary (1999) and Gallarza et al. (2002) focused on the concept of destination image. Ap (1992) focused on local people's perceptions of tourism impacts. The fact that the majority of these studies are published in high-impact SSCI journals such as *Tourism Management* and *Annals of Tourism Research* indicates the originality and quality of the subject. Author keywords that have been frequently used in recent years are Covid-19, pandemic, risk perception. It is clearly seen that this period, in which many countries took measures such as entry and exit bans, travel restrictions and quarantines (Acar, 2020), is reflected in publications on tourism and attitudes. The United States was found to have higher citation rates by a wide margin. Citation rates of countries can be a guide for author collaborations.

1. Giriş

İnsanın olduğu her yerde sosyal psikolojinin varlığından söz etmek mümkündür (Bilgin, 2014). Çünkü sosyal psikolojinin odak noktası insan ilişkileridir. Bu terim, içerisinde barındırdığı duygular, heyecan, tutum, önyargı gibi olgular itibarıyla de pek çok alanla iç içe geçmektedir. Sosyal psikoloji alanına değerli katkıları bulunan Gordon Allport "Sosyal psikoloji bireylerin, davranış, duygu ve düşüncelerinin başkalarının gerçek, hayal edilen veya ima edilen varlığından nasıl etkilendiğinin bilimsel yollarla araştırılmasıdır." şeklinde tanımlamıştır (akt. Hogg ve Vaughan, 1995: 1). Bu tanımdan yola çıkarak; var olandan ima edilene kadar tüm davranışların, duyguların hatta düşüncelerin etkileşiminin sosyal psikolojinin temelinde yer aldığı ifade edilebilmektedir. Daha genel bir bakış açısıyla Moscovici (1988), sosyal psikolojiden politik, kültürel ve dini konuları aydınlatabilecek bir bilim alanı olarak bahsetmiştir.

Sosyal psikolojinin temel ve vazgeçilmez bir kavramı olarak karşımıza çıkan tutumlar ise (Çelik, 2021), bireylerin nesnelere, olaylara ya da durumlara karşı eğilimlerini ifade etmektedir (Ajzen, 2001). Benzer şekilde Tezbaşaran (1997) tutumu, herhangi bir şeye veya diğerlerine karşı gösterilen olumlu ve/veya olumsuz tepkiler olarak ifade etmektedir. Burada bahsedilen tepki davranış olarak ifade edilmekte ve insan davranışlarının anlaşılması noktasında tutum araştırmaları ön plana çıkmaktadır. Çünkü tutum, bireylerin çevreleriyle olan etkileşimleri esnasında ortaya çıkmaktadır (Bidjari, 2011). Bundan dolayı da tutum ile davranış arasındaki ilişki geçmişten günümüze sıklıkla araştırılan konular arasında yerini almaktadır (Ajzen, 2005). Özellikle farklı kültürlerin bir araya gelmesine olanak sağlayan turizm, tutum araştırmaları için oldukça geniş bir çalışma alanı sunmaktadır. Turizmdeki tutum araştırmaları, destinasyonlarda turizmin gelişebilmesi için bölge halkının tutumlarının önemli olduğunu vurgulamaktadır (Şahin, 2017). Bu hususta yerel halkın turizme ilişkin tutumlarını belirlemeye yönelik olarak literatürde çok sayıda araştırmaya rastlanmaktadır (Mason ve Cheyne, 2000; Akova, 2006; Park ve diğ., 2015; Pekerşen ve diğ., 2019; Batmas ve diğ., 2020). Bu araştırmalar yerel halkın turizmden fayda sağladığını (Akova, 2006), turizmin yaşanan kırsal bölgede yeni istihdam yarattığını (Mason ve Cheyne, 2000), turizmin sosyo-ekonomik gelişim sağladığını (Park ve diğ., 2015), turizmin kalkınma aracı olarak görüldüğünü (Muresan ve diğ., 2016) ve turizme olumlu bakıldığını (Pekerşen ve diğ., 2019) göstermektedir. Buradan hareketle, turizm

ve tutum arasındaki ilişkileri irdeleyen araştırmaların incelenmesinin, yerel halk ve turistlerin turizme karşı tutumlarının anlaşılmasına katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Turizm ve tutum konusu incelendiğinde, turizmin gelişiminin, başarısının ve sürdürülebilirliğinin yerel halkın aktif desteğine bağlı olduğu anlaşılmaktadır (Gursoy ve Rutherford, 2004). Yerel halkın bu husustaki desteği ve tutumu ise turizmden sağlayacağı faydaya göre değişkenlik göstermektedir (Ko ve Stewart, 2002). Örneğin İspanya'da yapılan bir araştırmada turizmden fayda sağlayabilen yerel halkın turizme karşı olumlu tutum geliştirdikleri belirlenmiştir (Vargas-Sánchez ve diğ., 2009). Elbette turizm gelişiminin birtakım olumsuz etkileri de bulunmakta ve bu durumda yerel halkın desteği sağlanamamaktadır (Ap, 1992). Yerel halk turizmden beklediği faydayı sağlayamadığı durumda negatif tutum geliştirebilmektedir (Getz, 1994). Yerel halkın turizme karşı tutumlarının belirlenmesi, turizm ve tutum konusunu ele alan yayınların artmasıyla, turizm planlamasının geliştirilmesi ve uygulanması sağlanabilecektir. Çünkü yerel halkın turizme katılım sağlaması, turizmin başarı ve başarısızlık konusundaki geleceğini etkilemektedir (Sirakaya-Turk ve diğ., 2008). Bu hususta turizm gelişiminde yerel halkın tutumlarını belirlemeye odaklanan araştırmaların yoğunluğu dikkat çekmektedir (Mason ve Cheyne, 2000; Akova, 2006; Joshi ve Dhyani, 2009; Park ve diğ., 2015; Muresan vd., 2016; McCaughey vd., 2018; Pekerşen ve diğ., 2019; Batmas ve diğ., 2020). Bu doğrultuda yapılan araştırmalarda, yerel halkın turizme karşı tutumları ekonomik, sosyo-kültürel ve çevresel faktörlere (Liu vd., 1987; Brunt ve Courtney, 1999; Besculides vd., 2002; Gursoy ve Rutherford, 2004) göre incelenmiştir. Turizmin, toplumun yaşam kalitesini artıracak fırsatlar sunması (Liu ve Var, 1986; Andereck vd., 2005), yeni iş ve yatırım olanakları yaratması (Kwan ve McCartney, 2005), yerel halkın birbiri ve toplumla olan ilişkisini değiştirebilmesi (Güneş, 2014) ve kültürel değerlerin korunması ve geliştirilmesi (Andereck vd., 2005) gibi çok sayıda olumlu etkisi söz konusudur. Dolayısıyla yerel halkın turizmin etkilerine dair tutumları hem günümüzdeki hem de gelecekteki turizm programlarının başarılı bir şekilde geliştirilmesi, pazarlanması ve yönetilmesi için oldukça önemlidir (Ap, 1992; Bilgin ve Çetinkaya, 2017). Bir destinasyonun başarısında ve gelişiminde onu ziyaret eden turistlerin memnuniyet düzeyi de oldukça önemlidir (Soldić Frleta, 2018). Memnuniyet düzeyinin artması alınan ürün, hizmet veya deneyime karşı olumlu tutuma yol açabilmekte ve sonraki davranışlarını etkileyebilmektedir (Esbjerg ve diğ., 2012). Seyahat deneyiminden sonra da ziyaretçilerin tutumlarında olumlu değişimler görülebilmektedir (Çelik, 2019a).

Literatür incelendiğinde turizmde mobbing (Yıldız ve Özkan, 2022), turizmde bölgesel kalkınma (Apak, 2024), turizmde yeşil pazarlama (Aslantürk ve Baltacı, 2023), turizmde örgütsel davranış (Saltık ve Alımanoğlu, 2020), sosyal medya ve turizm (Yapıcı, 2022), macera turizmi (Aylan, 2021) gibi konularda bibliyometrik çalışmaların yapıldığı, ancak turizm ve tutum konusunun bibliyometrik olarak çalışılmadığı belirlenmiştir. Bu noktadan hareketle sosyal bilimler alanında çok sayıda derginin yer aldığı ve en bilinen veri tabanlarından biri olan Web of Science'ta (WoS), turizm ve tutum araştırmalarının nasıl gelişim gösterdiğini ve içerdiği konuları keşfeden bir araştırmanın gerekliliği önem kazanmaktadır. Bu hususta yapılan akademik çalışmaların özet bir değerlendirmesini sunmak amacıyla turizm ve tutum konulu araştırmaların bibliyometrik analizi yapılmıştır. Son zamanlarda sıkça tercih edilen VOSviewer programı bibliyometrik analizler için tercih edilmiştir. VOSviewer akademik yayınlardan elde edilen verilerin görselleştirilmesini sağlamaktadır (Van Eck ve Waltman, 2009). Ayrıca uygulama yazar, ülke, anahtar kelime ve bunların birlikte bulunma durumuna göre şekilsel ağlar sunmaktadır (Van Eck ve Waltman, 2010). Bu doğrultuda bu çalışma ile (i) 1985-2024 yılları aralığında tutum ve turizm konulu araştırmaların gözden geçirilmesi, (ii) bu araştırmalara en çok katkıyı sağlayan

yazarların, dergilerin ve ülkelerin belirlenmesi ve (iii) bulguların ağ haritaları ile görselleştirilmesi amaçlanmaktadır. Bu sayede hem literatüre katkı sağlamak hem de konuya ilgi duyan araştırmacılara bütüncül bir yaklaşım sunmak amaçlanmaktadır. Bu makale üç bölümden oluşmakta ve ilk bölümde kavramsal çerçeve açıklanmıştır. İkinci bölümde yöntem yer almakta ve son bölümde ise araştırma bulguları sunulmuştur.

2. Kavramsal Çerçeve

Sosyal psikolojinin temel bir kavramı olarak karşımıza çıkan tutumlar, genel anlamda bir nesne veya objeye karşı olumlu/olumsuz duruş şeklinde belirtilmektedir (Thurstone, 1928; Hewstone ve diğ., 2008). Banaji ve Heiphetz'e (2010) göre bireyler günlük yaşantılarında birtakım tercihlerde bulunmaktadır ve bu tercihler tutum kavramı ile ifade edilmektedir. Literatürde tutum kavramına yönelik çok sayıda tanım bulunmakla birlikte (Fabrigar ve diğ., 2005; Aiken, 2002; Petty ve diğ., 1997) bireylerin düşünceleri ve algıları üzerinde etkiye sahip olduğu ve nihayetinde karar vermeyi kolaylaştırdığı savunulmaktadır (Aiken, 2002). Ayrıca zihnin bir değerlendirme olarak görülen tutumlar (Bohner ve Dickel, 2011), sosyal psikologlar tarafından insan davranışının açıklanmasında kullanılmaktadır (Ajzen, 2005).

Rokeach (1966: 530) tutumu "kişiyi tercihli bir şekilde yanıt vermeye yatkın hale getiren, bir nesne veya durum hakkındaki inançların nispeten kalıcı bir organizasyonu" şeklinde tanımlamaktadır. Daha öncesinde Krech ve Crutchfield (1948) tutumların bireyin iç dünyasıyla ilgili olduğunu ve belirli inanç ve değer yargılarına bağlı olarak ortaya çıktığını savunmuştur. Tutum konusunda çokça akademik yayını bulunan Fishbein ve Ajzen (1975: 216) ise tutumu "bireyin hedef davranışla ilgili bir nesneye ilişkin olumlu veya olumsuz duyguları (değerlendirmeleri)" olarak tanımlamaktadır. Sosyal psikoloji disiplini en bilinen tutum tanımı ise Allport (1935: 810) tarafından yapılmıştır: "Deneyim yoluyla düzenlenen, ilgili olduğu tüm nesne ve durumlara bireyin tepkisi üzerinde yönlendirici veya dinamik bir etki yaratan zihinsel ve sinirsel bir hazır olma durumudur". Tanımlarından yola çıkarak tutumların; doğrudan gözlemlenemeyeceği, davranışlarda keşfedilebileceği, birtakım faktörlerden etkilenip şekillenebileceği ifade edilebilir. Ayrıca tutumun temelinde bir değerlendirme durumunun söz konusu olduğunu da belirtmek gerekir (Petty ve diğ., 1997). Ajzen ve Fishbein (1977) tutumların bireyin dünyasının başka bir birey/nesne/davranış/politika gibi bazı yönlerine göre tutulduğunu ve bireyin tutumunun, ilgili varlık hakkındaki değerlendirmesini temsil ettiğini belirtmektedir.

Tutumların oluşumu ve etkisi konusunda geçmişten günümüze pek çok araştırmaya rastlanmaktadır. Tutumlara yönelik ortaya atılan klasik görüşte (Üç Ögeli Model) tutumlar duygusal, bilişsel ve davranışsal olmak üzere üç temel öğeden oluşmaktadır (Rosenberg ve Hovland, 1960; Chaiken ve Stangor, 1987). Eagly ve Chaiken (1993) ise bu üç boyutun nasıl tepkiler üretebileceğine odaklanmıştır; duygusal-hissetmek, bilişsel-düşünmek ve davranışsal-yapmak. Çok yönlü olan tutumlar (Thurstone, 1928); iyi-kötü, faydalı-zararlı ve/veya hoş-hoş olmayan vb. psikolojik bir nesnenin özet bir değerlendirmesini sunmaktadır (Ajzen ve Fishbein, 2000; Ajzen, 2001). Ayrıca tutumlar olumlu ve/veya olumsuz olabileceği gibi açık veya örtük de olabilmektedir. Nihayetinde tutum kavramı insan davranışının açıklanmasında ilgi odağı olmuştur (Ajzen, 2005). Fakat tutumların her zaman bir davranışı öngörmeyi sağladığını ifade etmek doğru olmamaktadır (Ajzen ve Fishbein, 1977).

Yapılan literatür incelemesinde turizmde tutum araştırmalarının pek çok farklı açıdan ele alındığı görülmektedir. Bu hususta yerel halkın (Muresan ve diğ., 2016; Meimand ve diğ., 2017; Lwoga, 2018; Hsu ve diğ., 2019; Moraru ve diğ., 2021; Shen

ve diğ., 2022; Blackie ve diğ., 2023) ve turistlerin tutumunu (Sparks ve Pan, 2009; Buffa, 2015; Choe ve Kim, 2018; Çelik, 2019b; Rather, 2021) belirlemeye yönelik araştırmaların dikkat çekici olduğu ifade edilebilmektedir. Ayrıca mevcut çalışmalar incelendiğinde; genel olarak turizme (Wang ve Pfister, 2008; Boley ve diğ., 2014; García ve diğ., 2015; Ouyang ve diğ., 2017), turizm gelişimine (Látková ve Vogt, 2012; Woosnam, 2012; Liang ve Hui, 2016; Eusébio ve diğ., 2018; Gursoy ve diğ., 2019) ve sürdürülebilirliğe (Choi ve Murray, 2010; Muresan ve diğ., 2016) yönelik tutumların popüler araştırma konuları arasında yer aldığı görülmektedir.

Belirli alan veya konuların nitelik ve nicelik açısından değerlendirilmesi ve bu husustaki çalışmaların gelişmelerinin ortaya konulabilmesi için bibliyometri araştırmaları ya da sistematik derlemeler sıklıkla kullanılmaktadır (Yılmaz, 2017; Şahin ve Yılmaz, 2022). Bibliyometri, kavramsal olarak kitap, dergi, makale vb. bilimsel yayınlara istatistiksel ve matematiksel yöntemin uygulanması olarak tanımlanmaktadır (Pritchard, 1969). Bu uygulama ile ilgili alandaki yayınların yılları ve türleri gibi birtakım özellikleri sistematik olarak derlenebilmektedir (Al ve Coştur, 2007). Dokümanların nicel analizlerine imkân veren bibliyometri (Al ve Tonta, 2004); yayın oranları, atıf oranları, yazar ve ülke bilgileri gibi kriterler temelinde bütünsel bir resim ortaya koymaktadır. Bu bilgiler ışığında turizm ve tutum ilişkisini detaylı bir şekilde kavrayabilmek ve bütüncül bir bakış oluşturabilmek adına yapılacak bibliyometrik çalışma önem arz etmektedir. Bibliyometrik çalışma sayesinde turizm ve tutum çalışmaları hem nicel hem de nitelik olarak incelenebilecektir. Böylece araştırmacılar incelenen konunun gelişim sürecini görebilecek ve gelecek araştırmalar için çıkarım yapabilecektir. Çalışma, ulusal ve uluslararası yazında turizm ve tutum konulu yayınları ağ haritalarıyla sunan ilk yayın olma özelliğini taşımaktadır.

3. Yöntem

Bu araştırmanın amacı Web of Science'ta yer alan turizm ve tutum konulu yayınların bibliyometrik özelliklerinin incelenmesi ve sonrasında ağ haritalarının oluşturulmasıdır. Araştırma amacı doğrultusunda nitel yaklaşım tercih edilmiş, doküman incelemesi yöntemi ile veriler toplanmış ve VOSviewer programı ile veriler analiz edilmiştir. Verilerin yılları, kategorik dağılımları, hangi ülkelerde yoğunlaştığı, en çok hangi araştırmacıların çalıştığı ve hangi yayınların daha fazla atıf aldığı grafik veya tablo ile gösterilmiştir. Yazar anahtar kelimelerinin birlikte bulunması, yayınların yapıldığı ülkelerin aldıkları atıfların yoğunluğu, kaynakların ve yayınların aldıkları atıflara göre dağılımları ise ağ haritaları ile görselleştirilmiştir.

3.1. Araştırmanın Amacı

Turizm ve tutum konulu yayınların bibliyometrik özelliklerinin incelenmesine yönelik şu araştırma sorularına yanıt aranmaktadır:

1. WoS'ta yer alan turizm ve tutum konulu yayınlar yıllara göre nasıl dağılım göstermektedir?
2. WoS'ta yer alan turizm ve tutum konulu yayınlar WoS kategorisinde nasıl dağılım göstermektedir?
3. WoS'ta yer alan turizm ve tutum konulu yayınlar hangi ülke ya da bölgelerde yoğunlaşmaktadır?
4. WoS'ta yer alan turizm ve tutum konulu yayınlarda en çok yayını bulan araştırmacılar kimlerdir?
5. WoS'ta yer alan turizm ve tutum konulu yayınlarda en çok atıf alan yayınlar hangileridir?

6. WoS'ta yer alan turizm ve tutum konulu yayınların yazar anahtar kelimelerinin birlikte bulunmasına dair ağ haritası nasıl yoğunlaşmaktadır?
7. WoS'ta yer alan turizm ve tutum konulu yayınların yayımlandığı kaynakların aldıkları atıflara göre ağ haritası nasıl yoğunlaşmaktadır?
8. WoS'ta yer alan turizm ve tutum konulu yayınların aldıkları atıflara göre ağ haritası nasıl yoğunlaşmaktadır?
9. WoS'ta yer alan turizm ve tutum konulu yayınların yapıldığı ülkelerin aldıkları atıflara ağ haritası nasıl yoğunlaşmaktadır?

3.2. Araştırmanın Kapsamı ve Örneklemi

Araştırmanın amacı doğrultusunda 23 Haziran 2024 tarihinde Web of Science veri tabanından “turizm” ve “tutum” kavramlarının İngilizcesi konu sekmesi (başlık, özet ve anahtar kelimelerin dâhil olduğu) seçilerek taranmıştır. 8389 akademik yayın sayısına ulaşılmıştır. Bu akademik yayınların 1985-2024 yılları arasında yayımlandığı belirlenmiştir. Yayınların WoS kategorilerine bakıldığında; ağırlama, eğlence, spor, turizm (n=4391, %52), çevre çalışmaları (n=1181, %14) ve yönetim (n=1123, %13) şeklinde olduğu belirtilebilmektedir. Yayın tipine bakıldığında ise büyük bir kısmının makale (n=7401, %88) olduğu görülmektedir. Ayrıca yayınların WoS indeksleri incelendiğinde ilk sırada Social Sciences Citation Index'in (SSCI) (n=4507) yer aldığı ve onu Emerging Sources Citation Index'in (ESCI) (n=2464) takip ettiği anlaşılmaktadır. Yayınların çoğunluğu İngilizce (n=8051, %96) olmakla birlikte İspanyolca (n=153), Rusça (n=34), Portekizce (n=30) ve Türkçe (n=24) gibi farklı dillerden yayınlara da rastlanmıştır.

Şekil 1: Veri Toplama Süreci



Şekil 1'de görüldüğü gibi araştırmanın evrenini 8389 akademik yayın oluştururken, örnekleme belirleme aşamasında ölçüt örnekleme yönteminden yararlanılarak birtakım kısıtlamalar belirlenmiştir. Ölçüt örnekleme, ölçüt ya da ölçütlerin araştırmacılar tarafından belirlenebilmesine ya da önceden belirlenen ölçütlerin kullanılmasına olanak sağlamaktadır (Yıldırım ve Şimşek, 2006). Bibliyometrik çalışmalarda da belirli bir çerçeve çizmek için bazı hariç tutma ve dâhil etme kriterleri belirlenebilmektedir (Aladag ve diğ., 2020).

Bu hususta öncelikle ağ haritalarında tek bir dil ile gösterim sağlayabilmek adına en çok tercih edilmiş yayın dili olan İngilizce seçilmiştir ve diğer dillerde yazılan yayınlar araştırmaya dâhil edilmemiştir. Yine yayınların büyük bir kısmını makaleler oluşturduğundan yayın tipi olarak sadece makale seçilmiştir ve diğer yayın tipleri hariç tutulmuştur. Son olarak WoS indeksleri konusunda da bir kısıtlama getirilerek sadece şu indekslerde yer alan yayınlar dâhil edilmiştir: SSCI (n=4320), SCI Expanded (n=1451) ve ESCI (n=2124). Belirlenen kısıtlamalar sonucunda toplam 6882 akademik yayın bu araştırmanın örneklemini oluşturmuştur.

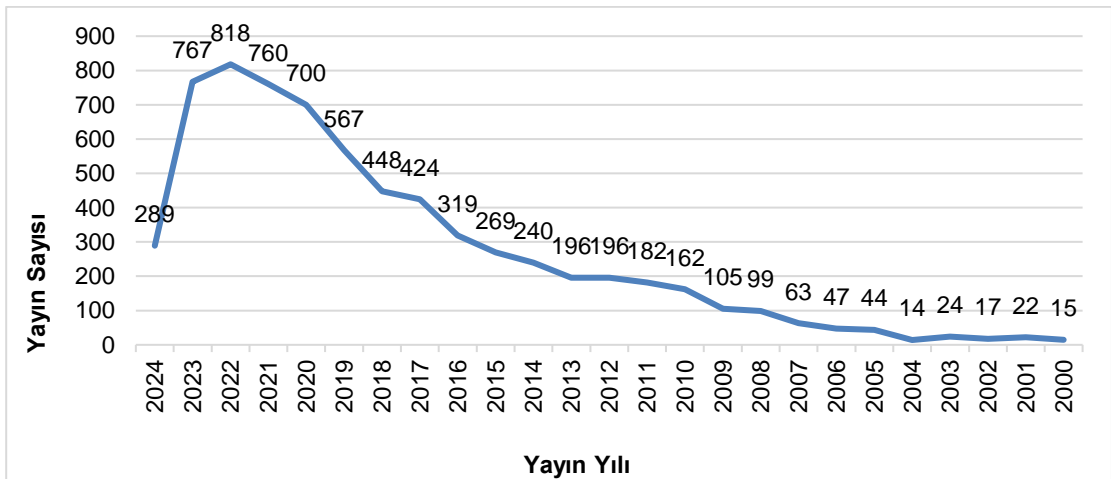
WoS'tan edinilen veriler bibliyometrik araştırmalarda sıkça kullanılan VOSviewer programı (Versiyon 1.6.20) ile gerçekleştirilmiştir. Program ağların şekilsel olarak gösterilmesine olanak sağlamaktadır. Program sayesinde yayınların ya da yazarların görsel ağları, birlikte bulunma durumları ve sözcük haritaları oluşturulmaktadır (Van Eck ve Waltman, 2009). VOSviewer haritalandırma programı; BibExcel (Persson ve diğ., 2009) ve CiteSpace (Chen, 2004) görselleştirme programlarına göre verilerin hızlı analiz edilmesine, büyük çaplı bilimsel ağ grafiklerinin kolay anlaşılır hale getirilmesine ve görsel olarak haritalandırılmasına olanak sağlamaktadır (Van Eck ve Waltman, 2017). Bu amaçla çalışma kapsamında turizm ve tutum konulu yayınların incelenmesinde VOSviewer programından yararlanılmıştır.

4. Bulgular

4.1. WoS Verilerine Dair Bulgular

WoS'ta taranan turizm ve tutum konulu yayınların 1985-2024 yılları arasında yayımlandığı görülmektedir. Grafik 1'de 2000-2024 (son 24 yıl) yılları arasındaki yayın sayıları yer almaktadır. Grafikte görüleceği üzere 2000-2004 yılları arasında yayın sayısında hafif dalgalanmalar bulunmaktadır. 2004-2022 yılları arasında yayın sayısında sürekli bir artış olduğu ifade edilebilmektedir. Ancak 2018 yılından itibaren turizm ve tutum konulu yayınların sayısında hızlı artış olması dikkat çekmektedir. Turizm ve tutum konulu yayınların en çok yayımlandığı yıl ise 818 makale ile 2022 yılıdır.

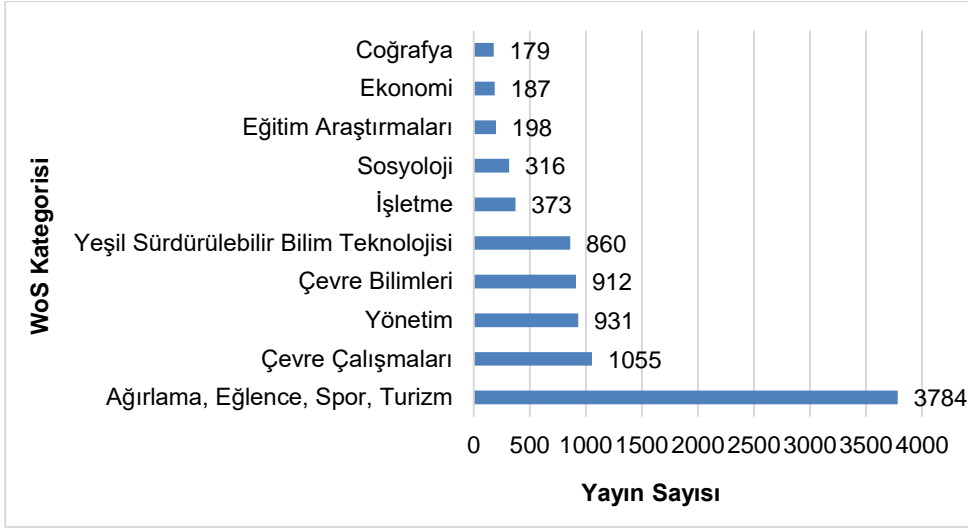
Grafik 1: Turizm ve Tutum Konulu Yayınların Yıllara Göre Dağılımı



Araştırmaya konu olan yayınların WoS kategorilerindeki dağılımı incelendiğinde farklı kategorilerde yayınların yer aldığı görülmektedir. Buna yönelik veriler Grafik 2'de

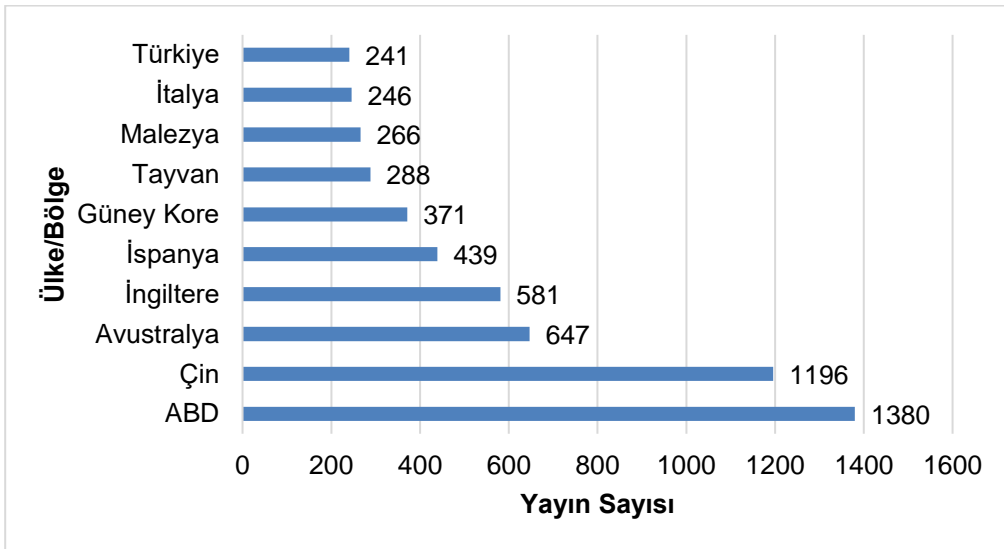
yer almakta olup turizm ve tutum konulu yayınların en çok ağırlama, eğlence, spor, turizm kategorisinde (n=3784) yer aldığı görülmektedir. Ardından çevre çalışmaları (n=1055), yönetim (n=931) ve çevre bilimleri (n=912) kategorileri gelmektedir.

Grafik 2: Turizm ve Tutum Konulu Yayınların WoS Kategorisindeki Dağılımı



WoS'ta taranan turizm ve tutum konulu yayınların ülke/bölge bazındaki dağılımı Grafik 3 ve Şekil 2'de görsel olarak yer almaktadır. Grafik 3'e göre 241 yayın ile Türkiye 10. sırada yer almaktadır. 1380 yayın ile ABD ise turizm ve tutum konularında en çok yayının yapıldığı ülke olarak lider konumdadır. Çin ise 1196 yayın sayısı ile 2. sırada yer almaktadır.

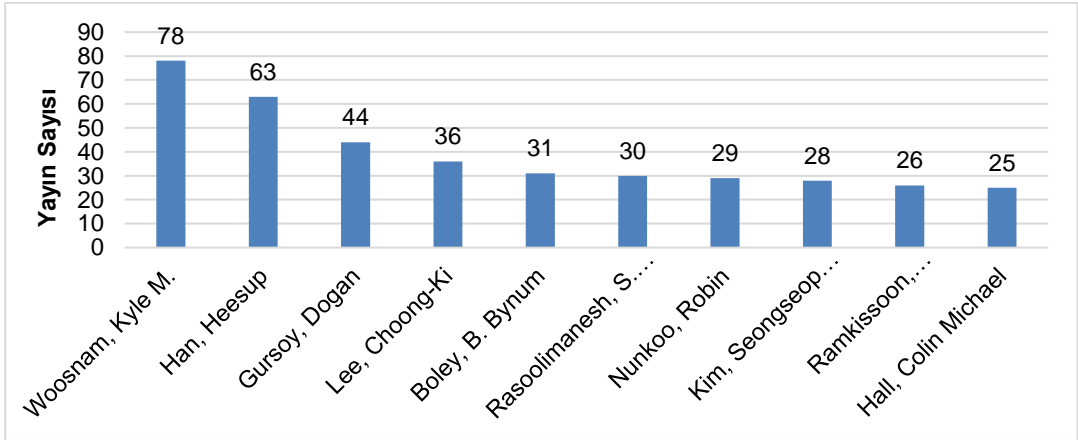
Grafik 3: Turizm ve Tutum Konulu Yayınların Ünelere Göre Dağılımı (İlk 10 Ülke)



Şekil 2: Ülkelere Göre Yayın Sayıları



Grafik 4: Turizm ve Tutum Konulu Yayınları Olan Araştırmacılar (İlk 10 Araştırmacı)



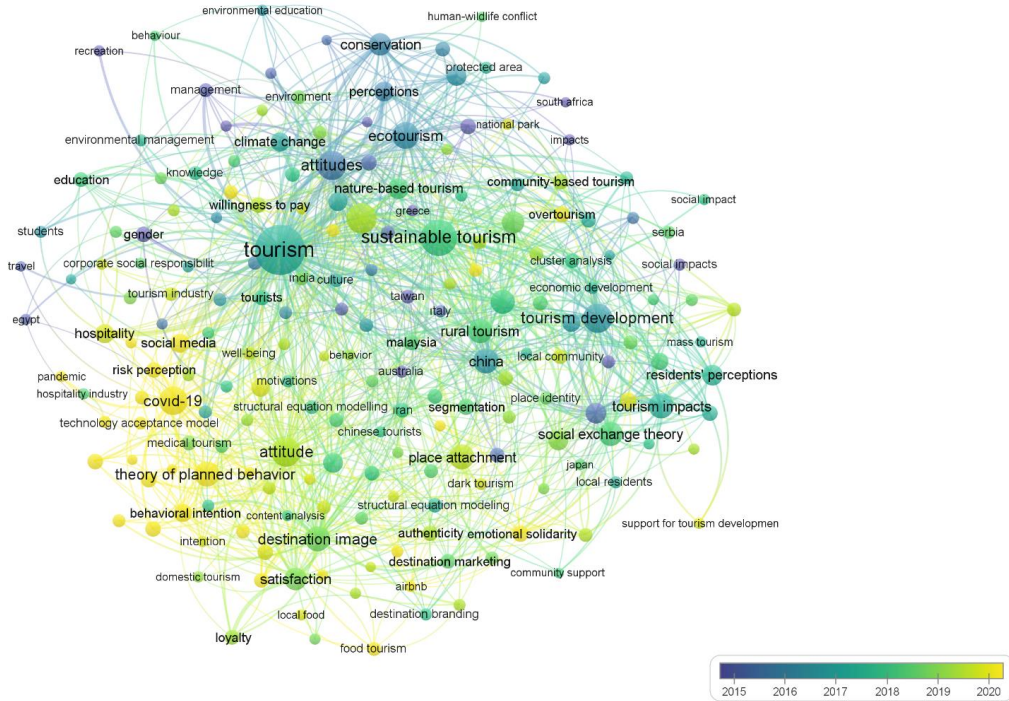
Turizm ve tutum konularında en çok yayına sahip araştırmacılara dair veriler Grafik 4'te yer almaktadır. Grafik incelendiğinde en çok yayına sahip araştırmacınının 78 yayın ile Kyle M. Woosnam olduğu görülmektedir. Heesup Han 63 yayın ile 2. sırada yer alırken Doğan Gürsoy 44 yayın ile 3. sırada yer almaktadır.

Tablo 1: Turizm ve Tutum Konusunda En Çok Atıf Alan Yayınlar (İlk 10 Yayın)

Makale Adı	Yazar/Yazarlar	Dergi Adı	Atıf Sayısı
A Model of Destination Image Formation	Seymus Baloglu Ken W. McCleary	Annals of Tourism Research	1838
Residents' Perceptions on Tourism Impacts	John Ap	Annals of Tourism Research	1003
Destination Image: Towards a Conceptual Framework	Martina G. Gallarza Irene Gil Saura Haydée Calderón García	Annals of Tourism Research	998
Residents' Perceptions of Community Tourism Impacts	Kathleen L. Andereck Karin M. Valentine Richard C. Knopf Christine A. Vogt	Annals of Tourism Research	966

Şekil 3'te turizm ve tutum kavramlarının birlikte bulunma ve yazar anahtar kelime ilişkileri bir konu ağı ile görselleştirilmiştir. WoS veri tabanında 1985 yılından 2024 yılına kadar yazarlar tarafından 6882 dokümanın yayımlandığı ve bu dokümanlarda 200 yazar anahtar kelimenin kullanıldığı belirlenmiştir. Yayın sayısının fazlalığından dolayı ağ haritasındaki karmaşanın önlenmesi adına yazar anahtar kelimelere kısıt (minimum 20 kez kullanılmış olması) getirilmiştir. Bu kısıta göre, 7 kümeye ayrılan ağ haritası, toplamda 3906 düğümden ve 7140 bağlantıdan oluşmaktadır. Şekildeki düğümler diğer bir ifade ile renkli halkalar, turizm ve tutum konusunda kullanılan yazar anahtar kelimeleri göstermektedir. Kelime halkalarının geniş olması yazar anahtar kelimelerin incelenen çalışmalarda sıklıkla kullanıldığını belirtmektedir. Buna göre, yazar anahtar kelimelerin en sık kullanılanı, halkaların büyüklüğünden de anlaşılacağı üzere 674 kez kullanılan turizm ve 409 kez kullanılan tutum terimidir. Ağ haritasındaki bağlar ise, yazar anahtar kelimeler arasındaki bağlantıları göstermektedir. Lee ve diğ. (2014), bu bağlantıların VOSviewer tarafından ilişki gücünün yoğunluğuna göre konumlandırıldığını ve buna göre de renklendirildiğini ifade etmektedir. Buna göre turizmin; Covid 19, planlı davranış teorisi, motivasyonlar, sosyal medya ve cinsiyet gibi terimlerle aynı renk kümede yer alarak güçlü bağlantılar kurduğu; en yoğun bağlantıyı sürdürülebilirlik (sustainability) ve ağırlama (hospitality) yazar anahtar kelimeleri ile kurduğu anlaşılmaktadır. Tutum yazar anahtar kelimesi ise güçlü bağlantılarını; algılama, sürdürülebilir turizm, ekoturizm, davranışsal niyet, memnuniyet, motivasyon, yerel halk ve destinasyon imajı kavramlarıyla kurmaktadır.

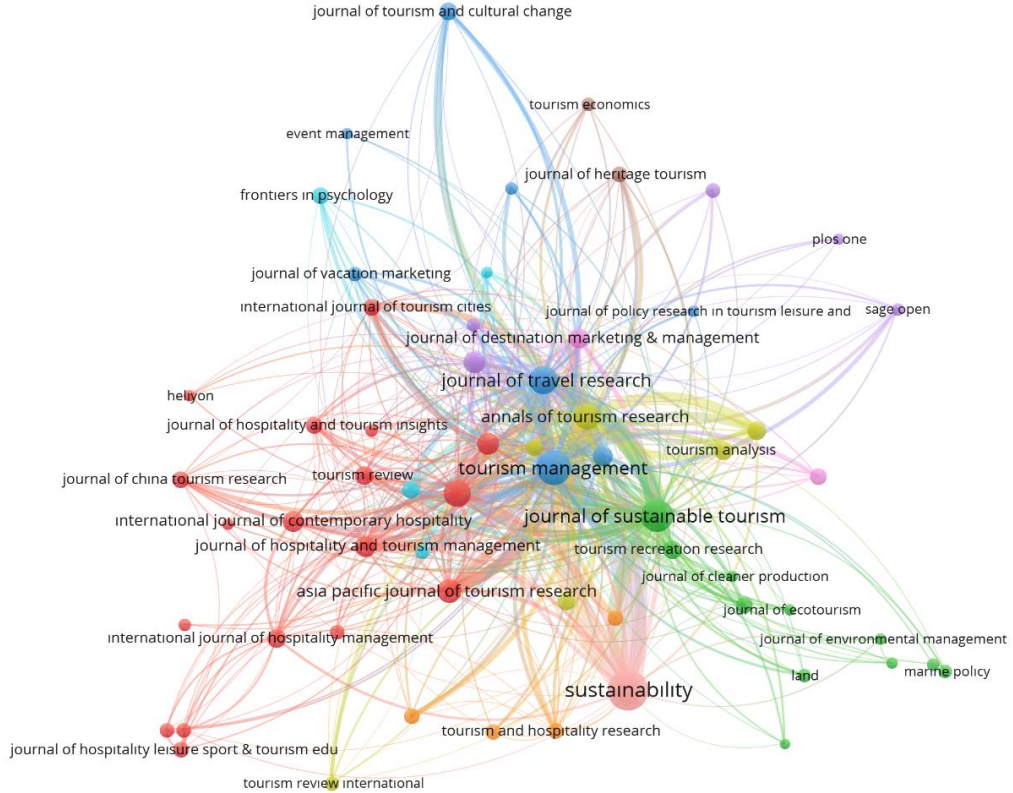
Şekil 4: Turizm ve Tutum Konulu Yayınların Yazar Anahtar Kelimelerinin Birlikte Bulunma Haritası (Yıl Bazında)



Turizm ve tutum konulu yayınların yazar anahtar kelimelerinin birlikte bulunma durumu yıl bazında incelendiğinde yoğunluğun 2015-2020 yılları aralığında olduğu görülmektedir. Şekil 4'te yer alan ağ haritasındaki renk tablosu yıl bazında hangi

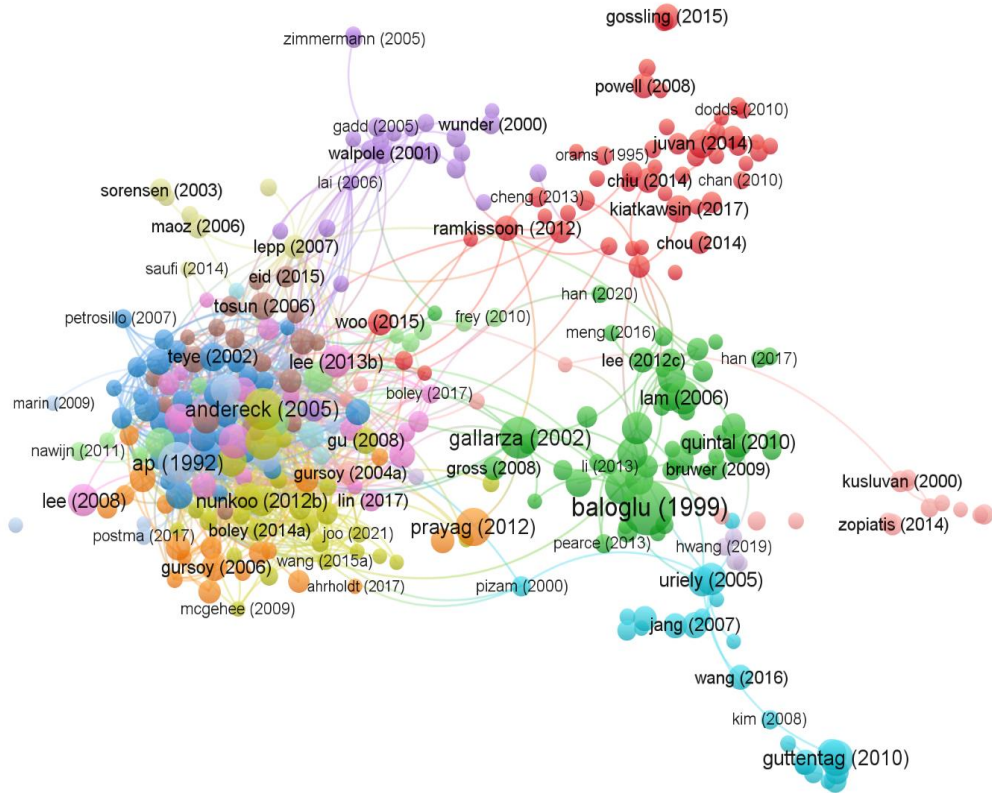
anahtar kelimelerin daha yoğun kullanılmış olduğuna dair bilgiler sunmaktadır. Bu doğrultuda haritaya bakıldığında 2016 yılında turizm, turizm gelişimi, ekoturizm yazar anahtar kelimelerinin daha yoğun kullanıldığı söylenebilmektedir. 2018 yılında ise sürdürülebilir turizm, doğa temelli turizm ve kırsal turizm yazar anahtar kelimelerinin daha çok kullanıldığı görülmektedir. Ağ haritasında sarı renkle gösterilen ve 2020 yılında en çok kullanılan yazar anahtar kelimeler ise Covid-19, planlı davranış teorisi ve sosyal medyadır.

Şekil 5: Turizm ve Tutum Konulu Yayınların Atıf ve Kaynak İlişkilerine Dair Haritası



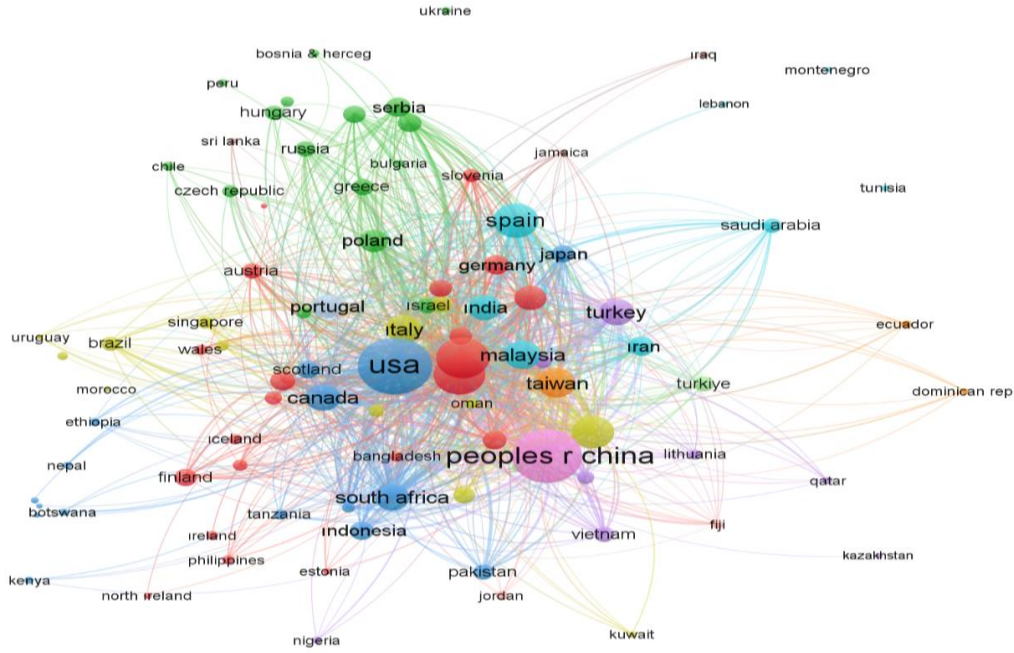
Şekil 5'te turizm ve tutum konulu yayınların atıf ve kaynak ilişkileri görsel olarak sunulmuştur. WoS veri tabanında araştırma konusuna ilişkin olarak son 40 yılda yayımlanan 1144 kaynağa ulaşılmıştır. Atıf ve kaynak haritasını daha iyi görselleştirmek adına kaynağın minimum 20 atıf almış olması ve minimum 20 dokümana sahip olması kısıtı konulmuştur. Bu kısıttan sonra araştırma terimlerinin 61 kaynakta ve 10 kümede yer aldığı tespit edilmiştir. Haritanın kaynakları arasındaki ilişkiye bakıldığında yeşil, mavi ve kırmızı renkli büyük halkaların kaynaklarının yoğun bağlantılar kurdukları anlaşılmaktadır. Turizm ve tutum konusunda en yüksek atıf alan kaynaklar ise Tourism Management (32732 atıf), Annals of Tourism Research (25884 atıf), Journal of Travel Research (13623 atıf) şeklinde sıralanmaktadır. Tourism Management ve Annals of Tourism Research kaynaklarının, yakın konumlanmasından da anlaşılacağı üzere, birbirlerine daha fazla atıf verdikleri ve daha bağlantılı (bağlantı gücü 936) dergiler oldukları ifade edilebilmektedir.

Şekil 6: Turizm ve Tutum Konulu Yayınların Atıf Durumuna Dair Haritası



Turizm ve tutum kavramlarının yer aldığı 6882 yayına minimum 100 atıf kısıtı konulmuştur. Bu kısıttan sonra 15 küme ve 365 yayından oluşan ağ haritası oluşturulmuştur (Şekil 6). Harita, en çok atıf alan yayınların belirlenmesi için oluşturulmuştur. Buna göre en fazla atıf alan yayınların Baloglu ve McCleary (1999) (n=1838), Ap (1992) (n=1003) ve Gallarza ve diğ. (2002) (n=998) isimli yazarlara ait olduğu görülmektedir. Yayınlar arasındaki ilişkiye bakıldığında Baloglu ve McCleary (1999), Ap (1992) ve Gallarza ve diğ. (2002) isimli yazarları gösteren mavi ve yeşil halkaların net görüntüsü dikkati çekmektedir. Bu 3 yayının birbirlerine yoğun atıf verdikleri ve geniş bir ağ yapısı sergiledikleri ifade edilebilmektedir. Haritada bu halkaların büyük olması, yayınlarda adı geçen yazarların daha fazla atıf aldığını ifade etmektedir.

Şekil 7: Turizm ve Tutum Konulu Yayınların Atıf ve Ülkelerine Dair Haritası



Ülkeler bazında gerçekleştirilen analiz, turizm ve tutum konusunda en fazla atıf alan ülkelerin dağılımını göstermektedir. Ağ haritasının daha iyi anlaşılması adına ülkelere minimum 5 kez atıf alma şartı konulmuştur. Bunun sonucunda 141 olan ülke sayısı 95'e inmiş ve 12 farklı kümeden oluşan Şekil 7'deki görsel oluşmuştur. Bu bağlamda araştırma terimlerine 95 farklı ülkeden atıf verildiği anlaşılmaktadır. Atıf sayısı en yüksek olan ülkelerin sırasıyla ABD (n=54255), Çin (n=27577) ve Avustralya (n=25654) olduğu görülmektedir. ABD'nin halkasının büyüklüğü göz önüne alındığında hem en fazla atıf aldığı hem de diğer ülkelerle yüksek bağlantı kurduğu anlaşılmaktadır. Nitekim 82046 bağlantısının 28883'ü ABD'ye aittir. Bu bağlantı gücü ABD'nin diğer ülkelere en fazla atıf verilen ülke olduğunu kanıtlamaktadır. Ayrıca en yüksek atıf bağlantılı ülkelere bakıldığında 4233 bağlantı gücü ile ABD ve Çin ilk sırada yer almaktadır.

5. Sonuç ve Öneriler

Turizm ve tutum konulu çalışmaların alan yazındaki sayısı giderek artış gösterse de (Mason ve Cheyne, 2000; Akova, 2006; Park ve diğ., 2015; Pekerşen ve diğ., 2019; Batmas ve diğ., 2020) bu çalışmalar arasında turizm ve tutum konusunu inceleyen bibliyometrik bir araştırmaya rastlanmamıştır. Literatür incelendiğinde turizmde mobbing (Yıldız ve Özkan, 2022), turizmde bölgesel kalkınma (Apak, 2024), turizmde yeşil pazarlama (Aslantürk ve Baltacı, 2023), turizmde örgütsel davranış (Saltık ve Alimanoğlu, 2020), sosyal medya ve turizm (Yapıcı, 2022), macera turizmi (Aylan, 2021) gibi konularda bibliyometrik çalışmaların yapıldığı, ancak turizm ve tutum konusunun bibliyometrik olarak çalışılmadığı belirlenmiştir. Çalışmada turizm ve tutum konulu yayınların çeşitli kriterler temelinde incelenmesi ve literatüre yönelik bütüncül bir yaklaşım oluşturulması hedeflenmektedir. Bu kapsamda sistematik literatür derlemesi ve ağ haritalamasının bir arada kullanılması tercih edilmiştir. Bu amaçla da WoS üzerinden ulaşılan 6882 makale değerlendirilmeye alınmıştır. Değerlendirme sonrasında turizm ve tutum konusunda çalışan yazarlar, yayın yapan ülkeler, en çok

kullanılan yazar anahtar kelimeler ve yayımlanan kaynakların birbirleri ile etkileşimi belirlenmiştir. Böylece araştırmanın yöntem bölümünde ifade edilen tüm araştırma sorularına yanıt alınmış ve bulgular kısmında grafik, tablo veya ağ haritaları ile görselleştirilmiştir.

Elde edilen bulgulara göre WoS'ta turizm ve tutum konulu ilk makalenin 1985 yılında yayımlandığı görülmektedir. Ancak farklı veri tabanlarından benzer kelimeler tarandığında daha eski yıllarda yayımlanmış makalelere de rastlanmaktadır. Örneğin; turizmin sosyolojik açıdan incelenerek tutumlara değinildiği (Cohen, 1984), yerel halkın turizme yönelik tutumlarına odaklanıldığı (Sheldon ve Var, 1984; Brougham ve Butler, 1981; Belisle ve Hoy, 1980) veya turizme karşı toplum tutumunun araştırıldığı (Murphy, 1983) makaleler literatürde yer almaktadır.

2004-2022 yılları arasında turizm ve tutum konulu makale sayısında sürekli bir artışın olduğu tespit edilmiştir. Bu artışın temel nedenlerinden birinin tutumların davranışı öngörebilmesinden kaynaklandığı düşünülmektedir. Araştırma konusu hakkında en fazla atıf alan diğer bir ifade ile en verimli yayınlar incelendiğinde; Baloglu ve McCleary (1999) ve Gallarza ve diğ. (2002) destinasyon imajı kavramına odaklanmışlardır. Ap (1992) ise yerel halkın turizm etkilerine yönelik algılarına ağırlık vermiştir. Bulgularda yer verildiği üzere turizm ve tutum araştırmalarındaki yazar anahtar kelimeler arasında güçlü bağlantıya sahip kavramlar arasında algılama, destinasyon imajı ve yerel halk kavramları yer almaktadır. En üretken dergiler dikkate alındığında 1144 kaynağın olması turizm ve tutum konusunun çok çalışıldığını gözler önüne sermektedir. Hatta söz konusu çalışmaların büyük çoğunluğunun Tourism Management ve Annals of Tourism Research gibi etki değeri yüksek (Q1) olan SSCI dergilerde yayımlanması ilgili konunun özgünlüğüne ve kalitesine vurgu yapmaktadır. Turizm ve tutum konusunda en fazla atıf alan Baloglu ve McCleary'nin (1999) çalışmasının ve Tourism Management dergisi yayınlarının bu konuda çalışacak araştırmacılara yardımcı olacağı düşünülmektedir.

İlgili araştırma konusundaki yazar anahtar kelimelere dair analiz (yıllar bazında) değerli bilgiler sunmaktadır. Son yıllarda sıkça kullanılan yazar anahtar kelimelerin Covid-19, pandemi, risk algısı olduğu görülmektedir. Covid-19 pandemisi tüm dünyayı etkisi altına almıştır (Kıvılcım, 2020; Alaeddinoğlu ve Rol, 2020) ve dolayısıyla pek çok sektör gibi turizm sektörü de bu durumdan büyük ölçüde etkilenmiştir. Pek çok ülke giriş-çıkış yasakları, seyahat kısıtlamaları, karantinalar gibi önlemler almıştır (Acar, 2020). Bu dönemin turizm ve tutum konulu yayınlara yansımaları da net bir şekilde görülmektedir.

Ülkelerin atıf durumları incelendiğinde, 95 ülke arasından ABD'nin büyük bir farkla yüksek atıf oranlarına sahip olduğu saptanmıştır. Kazakistan ise aldığı atıf oranı ile sıralamada en sonda yer almaktadır. Bu doğrultuda, Kazakistan'ın turizm ve tutum konusunda oldukça sınırlı sayıda atıf aldığı ifade edilebilmektedir. Ayrıca ülkelerin atıf oranları yazar iş birlikleri için yol gösterici olabilir. Çalışma konusundaki yayınların sırasıyla ağırlama, eğlence, spor, turizm, çevre çalışmaları, yönetim ve çevre bilimleri kategorilerinde sıklıkla yer aldığı görülmektedir. Araştırmanın farklı kategorilerde yer almasının ve bunun doğal sonucu olarak da farklı alan yazarlarının konuya katkı sağlamanın literatüre zenginlik katacağı düşünülmektedir.

Çalışmanın teorik ve pratik çıkarımlarından da bahsedildiğinde, literatürde turizm ve tutum konusunda daha önce yapılmış bir bibliyometrik çalışmaya rastlanmamıştır. Son dönemlerde bibliyometrik çalışmalarda artış gözlenirse de (2022-2024 yılları arasında WoS'ta yayımlanan bibliyometrik başlıklı yayın sayısı=15119), araştırma

konusunun daha önce bibliyometrik ve sistematik temelli olarak çalışıldığı görülmemiştir. Bu husus, literatürü zenginleştirmek ve araştırmacılara yol gösterici olmak amacıyla WoS veri tabanında yer alan turizm ve tutum konulu çalışmaların incelenmesi ihtiyacını açığa çıkarmaktadır. Dolayısıyla çalışmanın turizm ve tutum konusunu bibliyometrik analizler ile inceleyen ilk araştırma olacağı düşünülmektedir. Çalışma kapsamında en fazla atıf alan yazarlar, dergiler ve ülkeler ile yazar anahtar kelimelerin belirlenmesi teorik katkılar olarak gösterilebilmektedir. Elde edilen tüm bulguların gelecek araştırmacılara yol göstereceği tahmin edilmektedir.

Bibliyometrik analizler araştırmacıların ilgi duyduğu konulara yönelik öncü çalışmaları, araştırmacıları ve yayın kaynaklarını tanımasına olanak sağlamaktadır. Böylece araştırmacı bu çalışmalardan faydalanabilmekte veya çalışma konusuna uygun dergileri belirleyebilmektedir. Bu araştırma kapsamında sadece bir tane veri tabanı (WoS) tercih edilmiştir. Dolayısıyla başka araştırmalarda SCOPUS, Proquest veya YÖK Tez gibi farklı veri tabanlarının tercih edilmesi çalışmayı daha kapsamlı hale getirebilecektir. WoS veri tabanından sadece turizm ve tutum konulu makaleler değerlendirmeye alınmıştır. Kitap, konferans bildirileri veya tez gibi farklı yayın türlerinin de analizlere dâhil edilmesinin araştırma sonuçlarını zenginleştireceği düşünülmektedir. Ağ haritalarında tek bir dil ile gösterim sağlayabilmek adına en çok yayın sayısına sahip dil olan İngilizce değerlendirmeye alınmıştır. Farklı araştırmalarda farklı yayın dillerinin tercih edilmesi önerilebilmektedir. Mevcut çalışmada sadece ikincil veri kaynaklarından yararlanılmıştır, gelecek araştırmalarda birincil veri kaynakları elde etmek üzere yerel halk, ziyaretçiler, turizm planlamacıları, sektör temsilcileri veya akademisyenlerle görüşülmesinin çalışmayı genişleteceği düşünülmektedir. Edinilen bulgular neticesinde genellikle olumlu ya da olumsuz tutum olarak nitelendirilen önyargıların ve etkilerinin turizmde yeterince yer edinmediği görülmüştür. Bu doğrultuda yapılacak bir bibliyometrik araştırma ile turizm ve önyargı konusundaki literatüre katkı sağlanacağı düşünülmektedir.

6. Kaynakça

- Acar, Y. (2020), "Yeni Koronavirüs (Covid-19) Salgını ve Turizm Faaliyetlerine Etkisi", *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4(1), ss. 7-21.
- Aiken, L. (2002), *Attitudes and Related Psychosocial Constructs: Theories, Assessment, and Research*, Sage Publications, Inc.
- Ajzen, I. (2001), "Nature and Operation of Attitudes", *Annual Review of Psychology*, 52(1), ss. 27-58.
- Ajzen, I. (2005), *EBOOK: Attitudes, Personality and Behaviour*, UK: McGraw-Hill Education.
- Ajzen, I. ve Fishbein, M. (1977), "Attitude-Behavior Relations: A Theoretical Analysis and Review of Empirical Research", *Psychological Bulletin*, 84(5), ss. 888-918.
- Ajzen, I. ve Fishbein, M. (2000), "Attitudes and the Attitude-Behavior Relation: Reasoned and Automatic Processes", *European Review of Social Psychology*, 11(1), ss. 1-33.
- Akova, O. (2006), "Yerel Halkın Turizmi Algılamalarına ve Tutumlarına Yönelik Bir Araştırma", *Akademik İncelemeler Dergisi*, 1(2), ss. 77-109.
- Al, U. ve Coştur, R. (2007), "Türk Psikoloji Dergisi'nin Bibliyometrik Profili", *Türk Kütüphaneciliği*, 21(2), ss. 142-163.
- Al, U. ve Tonta, Y. (2004), "Atıf Analizi: Hacettepe Üniversitesi Kütüphanecilik Bölümü Tezlerinde Atıf Yapılan Kaynaklar", *Bilgi Dünyası*, 5(1), ss. 19-47.
- Aladag, O. F., Koseoglu, M. A., King, B. ve Mehraliyev, F. (2020), "Strategy Implementation Research in Hospitality and Tourism: Current Status and Future Potential", *International Journal of Hospitality Management*, 88, 102556.

- Alaeddinoğlu, F. ve Rol, S. (2020). "Covid-19 Pandemisi ve Turizm Üzerindeki Etkileri", *Yüzüncü Yıl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi* (Salgın Hastalıklar Özel Sayısı), ss. 233-258.
- Allport G. W. (1935), "Attitudes", İçinde C. Murchinson (Editör), *Handbook of Social Psychology*, ss. 798-844, Worcester, MA: Clark Univ. Press.
- Andereck, K. L., Valentine, K. M., Knopf, R. C. ve Vogt, C. A. (2005), "Residents' Perceptions of Community Tourism Impacts", *Annals of Tourism Research*, 32(4), ss. 1056-1076.
- Ap, J. (1992), "Residents' Perceptions on Tourism Impacts", *Annals of Tourism Research*, 19(4), ss. 665-690.
- Apak, Ö. C. (2024), "Turizmde Bölgesel Kalkınmaya İlişkin Çalışmaların Değerlendirilmesi: Bibliyometrik Haritalama Analizi", *Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 15(2), ss. 626-640.
- Aslantürk, E. ve Baltacı, M. (2023), "Turizmde Yeşil Pazarlama: Bibliyometrik Bir Analiz", *Mersin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 7(1), ss. 45-56.
- Aylan, F. K. (2021), "Macera Turizminin Görsel Haritalama Tekniğiyle Bibliyometrik Analizi: Web of Science Veri Tabanı İncelemesi", *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 18(3), ss. 496-517.
- Baloglu, S. ve McCleary, K. W. (1999), "A Model of Destination Image Formation", *Annals of Tourism Research*, 26(4), ss. 868-897.
- Banaji, M. R. ve Heiphetz, L. (2010), "Attitudes", İçinde S. T. Fiske, D. T. Gilbert ve G. Lindzey (Editörler), *Handbook of Social Psychology*, ss. 353-393, John Wiley & Sons.
- Batmas, K. H., Yıldırım- Ulusoy, H. ve Köroğlu, Ö. (2020), "Yerel Halkın Kırsal Turizme İlişkin Tutumlarının İncelenmesi: Balıkesir Örneği", *Journal of Recreation and Tourism Research*, 7(2), ss. 190-208.
- Belisle, F. J. ve Hoy, D. R. (1980), "The Perceived Impact of Tourism by Residents a Case Study in Santa Marta, Colombia", *Annals of Tourism Research*, 7(1), ss. 83-101.
- Besculides, A., Lee, M. E. ve McCormick, P. J. (2002), "Residents' Perceptions of the Cultural Benefits of Tourism", *Annals of Tourism Research*, 29(2), ss. 303-319.
- Bidjari, A. F. (2011), "Attitude and Social Representation", *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 30, ss. 1593-1597.
- Bilgin, N. (2014), *Sosyal Psikoloji*, 6. Baskı, İzmir: Ege Üniversitesi Basımevi.
- Bilgin, Y. ve Çetinkaya, A. (2017), "The Role of Tourism in Sustainability of the Rural Settlementfabrics: Cumalıkızık Example", *International Journal of Humanities and Social Science Invention*, 6 (2), ss. 58-65.
- Blackie, I. R., Tsholetso, T. ve Keetile, M. (2023), "Residents' Attitudes, Perceptions and the Development of Positive Tourism Behaviours Amid Covid-19", *Cogent Social Sciences*, 9(1), 2200356.
- Bohner, G. ve Dickel, N. (2011), "Attitudes and Attitude Change", *Annual Review of Psychology*, 62, ss. 391-417.
- Boley, B. B., McGehee, N. G., Perdue, R. R. ve Long, P. (2014), "Empowerment and Resident Attitudes toward Tourism: Strengthening the Theoretical Foundation Through a Weberian Lens", *Annals of Tourism Research*, 49, ss. 33-50.
- Brougham, J. E. ve Butler, R. W. (1981), "A Segmentation Analysis of Resident Attitudes to The Social Impact of Tourism", *Annals of Tourism Research*, 8(4), ss. 569-590.
- Brunt, P. ve Courtney, P. (1999), "Host Perceptions of Sociocultural Impacts", *Annals of Tourism Research*, 26(3), ss. 493-515.
- Buffa, F. (2015), "Young Tourists and Sustainability. Profiles, Attitudes, and Implications for Destination Strategies", *Sustainability*, 7(10), ss. 14042-14062.

- Chaiken, S. ve Stangor, C. (1987), "Attitudes and Attitude Change", *Annual Review of Psychology*, 38(1), ss. 575-630.
- Chen, C. (2004), "Searching for Intellectual Turning Points: Progressive Knowledge Domain Visualization". *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 101 (Suppl_1), ss. 5303–5310.
- Choe, J. Y. J. ve Kim, S. S. (2018), "Effects of Tourists' Local Food Consumption Value on Attitude, Food Destination Image, and Behavioral Intention", *International Journal of Hospitality Management*, 71, ss. 1-10.
- Choi, H. C. ve Murray, I. (2010), "Resident Attitudes toward Sustainable Community Tourism", *Journal of Sustainable Tourism*, 18(4), ss. 575-594.
- Cohen, E. (1984). "The Sociology of Tourism: Approaches, Issues, and Findings", *Annual review of sociology*, 10, ss. 373–392.
- Çelik, S. (2019a), "Does Tourism Change Tourist Attitudes (prejudice and stereotype) towards Local People?", *Journal of Tourism and Services*, 10(18), ss. 35–46.
- Çelik, S. (2019b), "Does Tourism Reduce Social Distance? A Study on Domestic Tourists in Turkey", *Anatolia*, 30(1), ss. 115-126.
- Çelik, S. (2021), "Factors Affecting the Impact of Tourism on Attitude Change: A Qualitative Research", İçinde J. T. da Silva, Z. Breda ve F. Carbone (Editörler), *Role and Impact of Tourism in Peacebuilding and Conflict Transformation*, ss. 238-254, IGI Global.
- Eagly, A. H. ve Chaiken, S. (1993), *The Psychology of Attitudes*, Harcourt Brace Jovanovich College Publishers.
- Esbjerg, L., Jensen, B. B., Bech-Larsen, T., de Barcellos, M. D., Boztug, Y. ve Grunert, K. G. (2012), "An Integrative Conceptual Framework for Analyzing Customer Satisfaction with Shopping Trip Experiences in Grocery Retailing". *Journal of Retailing and Consumer Services*, 19(4), ss. 445–456.
- Eusébio, C., Vieira, A. L. ve Lima, S. (2018), "Place Attachment, Host–tourist Interactions, and Residents' Attitudes towards Tourism Development: The Case of Boa Vista Island in Cape Verde", *Journal of Sustainable Tourism*, 26(6), ss. 890-909.
- Fabrigar, L. R., MacDonald, T. K. ve Wegener, D. T. (2005), "The Structure of Attitudes", İçinde D. Albarracín, B. T. Johnson ve M. P. Zanna (Editörler), *The handbook of attitudes*, ss. 79-125, Lawrence Erlbaum Associates Publishers.
- Fishbein, M. ve Ajzen, I. (1975), *Belief, Attitude, Intention, and Behavior: An Introduction to Theory and Research*, Reading, MA: Addison-Wesley.
- Gallarza, M. G., Saura, I. G. ve García, H. C. (2002), "Destination Image: Towards a Conceptual Framework", *Annals of Tourism Research*, 29(1), ss. 56-78.
- García, F. A., Vázquez, A. B. ve Macías, R. C. (2015), "Resident's Attitudes towards the Impacts of Tourism", *Tourism Management Perspectives*, 13, ss. 33-40.
- Getz, D. (1994), "Residents' Attitudes towards Tourism: A Longitudinal Study in Spey Valley, Scotland", *Tourism Management*, 15(4), ss. 247–258.
- Gursoy, D. ve Rutherford, D. G. (2004), "Host Attitudes toward Tourism: An Improved Structural Model", *Annals of Tourism Research*, 31(3), ss. 495–516.
- Gursoy, D., Ouyang, Z., Nunkoo, R. ve Wei, W. (2019), "Residents' Impact Perceptions of and Attitudes towards Tourism Development: A Meta-analysis", *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 28(3), ss. 306-333.
- Güneş, N. (2014), *Yerel Halkın Turizm Algısı ve Turizme Katılımı: Antalya Konyaaltı ve Kepez İlçesi Örneği*, Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Antalya.
- Hewstone, M. E., Stroebe, W. E. ve Jonas, K. E. (2008), *Introduction to Social Psychology*, Blackwell Publishing.
- Hogg, M. A. ve Vaughan, G. M. (1995), *Social Psychology: An Introduction*, London: Harvester Wheatsheaf.

- Hsu, C. Y., Chen, M. Y. ve Yang, S. C. (2019), "Residents' Attitudes toward Support for Island Sustainable Tourism", *Sustainability*, 11(18), 5051.
- Joshi, R. ve Dhyani, P. P. (2009), "Environmental Sustainability and Tourism-Implications of Trend Synergies of Tourism in Sikkim Himalaya", *Current Science*, 1(1), ss. 33–41.
- Kıvılcım, B. (2020), "Covid-19 (Yeni Koronavirüs) Salgınının Turizm Sektörüne Muhtemel Etkileri", *Uluslararası Batı Karadeniz Sosyal ve Beşeri Bilimler Dergisi*, 4(1), ss. 17-27.
- Ko, D. W. ve Stewart, W. P. (2002), "A Structural Equation Model of Residents' Attitudes for Tourism Development", *Tourism Management*, 23(5), ss. 521–530.
- Krech, D. ve Crutchfield, R. S. (1948), *Theory and Problems of Social Psychology*, New York: McGraw - Hill.
- Kwan, F. V. C. ve McCartney, G. (2005), "Mapping Resident Perceptions of Gaming Impacts", *Journal of Travel Research*, 44, ss. 177–187.
- Látková, P. ve Vogt, C. A. (2012), "Residents' Attitudes toward Existing and Future Tourism Development in Rural Communities", *Journal of Travel Research*, 51(1), ss. 50-67.
- Lee, C. I., Felps, W. ve Baruch, Y. (2014), "Toward a Taxonomy of Career Studies Through Bibliometric Visualization", *Journal of Vocational Behavior*, 85(3), ss. 339-351.
- Liang, Z. X. ve Hui, T. K. (2016), "Residents' Quality of Life and Attitudes toward Tourism Development in China", *Tourism Management*, 57, ss. 56-67.
- Liu, J. C., Sheldon, P. J. ve Var, T. (1987), "Resident Perception of the Environmental Impacts of Tourism", *Annals of Tourism Research*, 14(1), ss. 17–37.
- Liu, J. ve Var, T. (1986), "Residential Attitudes toward Tourism Impact in Hawaii", *Annals of Tourism Research*, 13(2), ss. 193–214.
- Lwoga, N. B. (2018), "Heritage Proximity, Attitudes to Tourism Impacts and Residents' Support for Heritage Tourism in Kaole Site, Tanzania", *Bulletin of Geography. Socio-economic Series*, (42), ss. 163-181.
- Mason, P. ve Cheyne, J. (2000), "Residents' Attitudes to Proposed Tourism Development", *Annals of Tourism Research*, 27(2), ss. 391-411.
- McCaughey, R., Mao, I. ve Dowling, R. (2018), "Residents' Perceptions towards Cruise Tourism Development: The Case of Esperance, Western Australia", *Tourism Recreation Research*, 43(3), ss. 403–408.
- Meimand, S. E., Khalifah, Z., Zavadskas, E. K., Mardani, A., Najafipour, A. A. ve Ahmad, U. N. U. (2017), "Residents' Attitude toward Tourism Development: A Sociocultural Perspective", *Sustainability*, 9(7), 1170.
- Moraru, A. D., Duhnea, C., Barbulescu, A., Juganaru, M. ve Juganaru, I. D. (2021), "Residents' Attitude toward Tourism—Do the Benefits Outweigh the Downsides? The Case of Constanta, Romania", *Sustainability*, 13(2), 882.
- Moscovici, S. (1988), "Notes towards a Description of Social Representations", *European Journal of Social Psychology*, 18(3), ss. 211-250.
- Muresan, I. C., Oroian, C. F., Harun, R., Arion, F. H., Porutiu, A., Chiciudean, G. O., ... ve Lile, R. (2016), "Local Residents' Attitude toward Sustainable Rural Tourism Development", *Sustainability*, 8(1), 100.
- Murphy, P. E. (1983), "Perceptions and Attitudes of Decisionmaking Groups in Tourism Centers", *Journal of Travel Research*, 21(3), ss. 8-12.
- Ouyang, Z., Gursoy, D. ve Sharma, B. (2017), "Role of Trust, Emotions and Event Attachment on Residents' Attitudes toward Tourism", *Tourism Management*, 63, ss. 426-438.
- Park, D. B., Nunkoo, R. ve Yoon, Y. S. (2015), "Rural Residents' Attitudes to Tourism and the Moderating Effects of Social Capital", *Tourism Geographies*, 17(1), ss. 112-133.

- Pekerşen, Y., Güneş, E. ve Seçuk, B. (2019), "Kültürel Miras Turizmi Değerlerinin Korunması ve Sürdürülebilirliği Kapsamında Yerel Halkın Tutumu: Cumalıkızık Örneği", *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 3(3), ss. 350-368.
- Persson, O., Danell, R. ve Schneider, J. W. (2009), "How to Use Bibexcel for Various Types of Bibliometric Analysis", *Celebrating Scholarly Communication Studies: A Festschrift for Olle Persson at his 60th Birthday*, 5(2009), ss. 9-24.
- Petty, R. E., Wegener, D. T. ve Fabrigar, L. R. (1997), "Attitudes and Attitude Change", *Annual Review of Psychology*, 48(1), ss. 609-647.
- Pritchard, A. (1969), "Statistical Bibliography or Bibliometrics?", *Journal of Documentation*, 25, ss. 348-349.
- Rather, R. A. (2021), "Monitoring the Impacts of Tourism-based Social Media, Risk Perception and Fear on Tourist's Attitude and Revisiting Behaviour in the Wake of Covid-19 Pandemic", *Current Issues in Tourism*, 24(23), ss. 3275-3283.
- Rokeach, M. (1966), "Attitude Change and Behavioral Change", *Public Opinion Quarterly*, 30(4), ss. 529-550.
- Rosenberg, M. J. ve Hovland, C. I. (1960), "Cognitive, Affective, and Behavioral Components of Attitudes", İçinde M. Rosenberg, C. Hovland, W. McGuire, R. Abelson ve J. Brehm (Editörler), *Attitude organization and change* ss. 1-14, New Haven, CT: Yale University Press.
- Saltık, I. A. ve Alımanoğlu, Ç. (2020), "Turizmde Örgütsel Davranış Çalışmaları: Adım Üniversiteleri'nde Tamamlanan Lisansüstü Tezler Üzerine Bibliyometrik Bir Araştırma (1995-2018)", *Journal of Travel and Tourism Research*, 17(17), ss. 27-51.
- Sheldon, P. J. ve Var, T. (1984), "Resident Attitudes to Tourism in North Wales", *Tourism Management*, 5(1), ss. 40-47.
- Shen, K., Yang, J. ve Geng, C. (2022), "How Residents' Attitudes to Tourists and Tourism Affect Their Pro-Tourism Behaviours: The Moderating Role of Chinese Traditionality", *Frontiers in Psychology*, 12, 792324.
- Sirakaya-Turk, E., Ekinçi, Y. ve Kaya, A. G. (2008), "An Examination of the Validity of SUS-TAS in Cross-Cultures", *Journal of Travel Research*, 46(4), ss. 414-421.
- Soldić Frleta, D. (2018), "Shifts in Tourists' Attitudes towards the Destination Offering", *Tourism and Hospitality Management*, 24(2), ss. 257-270.
- Sparks, B. ve Pan, G. W. (2009), "Chinese Outbound Tourists: Understanding Their Attitudes, Constraints and Use of Information Sources", *Tourism Management*, 30(4), ss. 483-494.
- Şahin, A. ve Yılmaz, G. (2022), "Local Food Research: A Bibliometric Review Using Citespace II (1970-2020)", *Library Hi Tech*, 40(3), ss. 848-870.
- Şahin, G. (2017), Artvin'de Yaşayan Yerel Halkın Turizme Yönelik Algı ve Tutumları Üzerine Bir Araştırma, İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Tezbaşaran, A. (1997), *Likert Tipi Ölçek Geliştirme Kılavuzu*, 2. Baskı, Ankara: Türk Psikologlar Derneği.
- Thurstone, L. L. (1928), "Attitudes Can Be Measured", *American journal of Sociology*, 33(4), ss. 529-554.
- Van Eck, N. J. ve Waltman, L. (2009), "How to Normalize Cooccurrence Data? An analysis of Some Well-known Similarity Measures", *Journal of the Association for Information Science and Technology*, 60(8), ss. 1635-1651.
- Van Eck, N. J. ve Waltman, L. (2017), "Citation-based Clustering of Publications Using CitNetExplorer and VOSviewer", *Scientometrics*, 111, ss. 1053-1070.
- Van Eck, N. ve Waltman, L. (2010), "Software Survey: VOSviewer, a Computer Program for Bibliometric Mapping", *Scientometrics*, 84(2), ss. 523-538.
- Vargas-Sánchez, A., Porrás-Bueno, N. ve Plaza-Mejía, M. D. L. A. (2009), "Residents' Attitudes towards Tourism Development in The Spanish Province of Huelva", *Narodnostopanski Arhiv, International Edition*, 2009(5), ss. 31-62.

- Wang, Y. ve Pfister, R. E. (2008), "Residents' Attitudes toward Tourism and Perceived Personal Benefits in a Rural Community", *Journal of Travel Research*, 47(1), ss. 84-93.
- Woosnam, K. M. (2012), "Using Emotional Solidarity to Explain Residents' Attitudes About Tourism and Tourism Development", *Journal of Travel Research*, 51(3), ss. 315-327.
- Yapıcı, O. Ö. (2022), "Sosyal Medya ve Turizm Konulu Akademik Yayınların Görsel Haritalama Tekniğine Göre Bibliyometrik Analizi", *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 24(3), ss. 1275-1292.
- Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2006). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*, 5. Baskı, Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Yıldız, N. ve Özkan, H. (2022), "Türkiye'de Turizmde Mobbing ile İlgili Literatürde Yer Alan Çalışmaların Bibliyometrik Analizi", *Ekonomi Maliye İşletme Dergisi*, 5(2), ss. 357-368.
- Yılmaz, G. (2017), "Restoranlarda Bahşiş ile İlgili Yayınlanan Makalelerin Bibliyometrik Analizi", *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 14(2), ss. 65-79.

Hakem Değerlendirmesi: Dış bağımsız.	Bilgilendirilmiş Onam Formu: Tüm taraflar kendi rızaları ile çalışmaya dâhil olmuşlardır.
Teşekkür: Katkılarından dolayı hakemlere teşekkür ederiz.	Araştırmacıların Katkı Oranı: Yazarlar çalışmaya eşit oranda katkı sağlamıştır. 1. Yazar: %50 2. Yazar: %50
Destek Bilgisi: Herhangi bir kurum ve/veya kuruluşun destek alınmamıştır.	Etik Kurul Onayı: Çalışmada ikincil veriler kullanıldığından Etik Kurul Belgesi bulunmamaktadır.
Çıkar Çatışması: Yazarlar arasında çıkar çatışması yoktur.	