

Annals of Tourism Research Dergisinde Yayımlanan Postmodern Dönemde Turizm Konulu Makaleler: Bibliyometrik İnceleme*

Tourism Papers of the Postmodern Period Published in Annals of Tourism Research: A Bibliometric Analysis

Majd TAYARA**, Çağıl Hale ÖZEL***

** Yüksek Lisans Öğrencisi, Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yunus Emre Kampüsü, 26470 Tepebaşı, Eskişehir.

E-posta: mtayara33@gmail.com

ORCID: 0000-0002-1775-9131

*** Doç. Dr., Anadolu Üniversitesi Turizm Fakültesi Turizm İşletmeciliği Bölümü Yunus Emre Kampüsü, 26470 Tepebaşı, Eskişehir.

E-posta: chkayar@anadolu.edu.tr

ORCID: 0000-0002-4898-0867

MAKALE BİLGİLERİ

Makale İşlem Bilgileri:

Gönderilme tarihi: 2 Nisan 2019

Düzeltilme: 28 August 2019

Kabul: 20 Eylül 2019

Anahtar sözcükler: Bibliyometri, Postmodernizm, Annals of Tourism Research, Bradford Yasası, Lotka Yasası.

ARTICLE INFO

Article history:

Submitted: 2 April 2019

Resubmitted: 28 August 2019

Accepted: 20 September 2019

Key words: Bibliometrics, Postmodernism, Annals of Tourism Research, Bradford's Law, Lotka's Law.

ÖZ

Bu çalışmanın amacı, *Annals of Tourism Research* dergisinde yayımlanan postmodern dönemde turizm konulu makalelerin bibliyometrik özelliklerinin incelenmesidir. Alanyazında turizm-postmodernizm ilişkisini ya da postmodern dönemde turizm alanının özelliklerini konu alan bibliyometrik bir çalışmaya rastlanılmaması, çalışmanın temel çıkış noktasını oluşturmaktadır. Çalışmanın verilerinin toplanması amacıyla çevrimiçi ortamda taramanın gerçekleştirildiği dönem, 31 Mayıs-5 Ağustos 2018 tarihleri arasındadır. Derginin 1995-2018 yılları arasındaki 24 yıllık döneminde yayımlanan ve postmodernizm-turizm ilişkisini konu alan toplam 52 adet makale, araştırmanın kapsamını oluşturmaktadır. Yapılan bibliyometrik incelemeye göre ilgili konuda yayımlanan makalelerin yoğunlaştığı yıllar, 2010 ve 2011 yıllarıdır. Makalelerin çoğu bireysel olarak kaleme alınan makalelerdir ve makalelerin yazımında görece yüksek sayıda esere atıfta bulunmaktadır. İncelenen makalelere yapılan atıfların dergilere dağılımı, Bradford Yasası'na; yazar verimliliği ise Lotka Yasası'na uymaktadır. Araştırmadan elde edilen sonuçların, postmodernizm-turizm ilişkisini ele alan alanyazının nasıl bir gelişim gösterdiğinin derinlemesine anlaşılmasında araştırmacılara yol göstermesi beklenmektedir.

ABSTRACT

The aim of this study is to investigate the bibliometric characteristics of articles about tourism in the postmodern period published in the Annals of Tourism Research. The lack of bibliometric studies in the field of postmodern tourism provides the basis for this study. In order to determine the articles about postmodernism-tourism relationship, an online scanning was conducted between 31 May and 5 August 2018. A total of 52 articles published in the journal in the 24-year period between 1995 and 2018 are included. Results indicate that articles are published mostly in 2010 and 2011, most of the articles are contributed by a single author, and a relatively high number of articles are cited in these articles. The references to the articles reviewed do not comply with the Bradford Law and author productivity does not comply with Lotka's Law. Results are expected to provide guidance in understanding the development of the literature dealing with the postmodernism-tourism relationship.

GİRİŞ

Turizm, ekonomik, sosyolojik ve kültürel yönlerden diğer bilim dallarından etkilenen bir uygulama alanıdır. Bu yönüyle turizm, kültürel bir ol-

gu olarak kabul edilen postmodernizm (Firat ve Dholakia 2006) ile de etkileşim halindedir. Postmodernizm, modern dönemi ortaya çıkaran kitlesel üretimin ve mutlak doğru anlayışının sarılması ve sona ermesiyle ilişkilendirilmektedir. Diğer bir ifade ile postmodernizm, bireysel ve toplumsal düzeyde yapısal bir değişikliğe işaret etmektedir. Nitekim, endüstriyel alanda olduğu gibi turizmde de kitlesizleşirmeye yönelik

* Bu çalışma, Dokuz Eylül Üniversitesi Foça Turizm Fakültesi ile Anatolia Turizm Akademisi tarafından 11-14 Ekim 2018 tarihlerinde Foça'da düzenlenen "Hasan Olalı Turizm Sempozyumu"nda sunulmuş halinin, yazarlarca daha sonra geliştirilerek, yeniden düzenlenmiş halidir.

alternatif arayışlarla bireyselliğe doğru bir değişim yaşanmıştır (Kozak vd. 2013). Postmodernizmin felsefesi gereği bireyler, geleneksel kalıplardan kurtulup kendi özgür davranış örüntülerini oluşturabilmekte, gerçek ile sanalı, eski ile yeniyi birlikte tüketebilmektedir. Buna koştur olarak, turizm endüstrisi de bu potansiyel tüketicilerin özel ilgi alanlarına yönelik ürünler tasarlamaktadır.

Turizmin postmodern dönemdeki yapısını daha iyi anlayabilmek için öncelikle postmodernizm ile turizmin etkileşimini anlamakta yarar vardır. Bunu anlayabilmek içinse bu etkileşim ekseninde yürütülen çalışmaların ortak özelliklerinin incelenmesi yararlı olabilir. Bu noktada, bir bilim dalıyla veya konuyla ilgili yapılan çalışmaların nicelik ve nitelik açısından gelişimine yönelik bilgiler sunması açısından bibliyometrik çalışmalar önem arz etmektedir. Sözgelimi postmodernizm-turizm ilişkisi alanında yürütülen bibliyometrik çalışmalarla, bu alandaki çekirdek dergi grubunun hangileri olduğu, en verimli yazarların kimler olduğu, postmodern turizm alanında yazılan makalelerde yer alan atıf, kaynakça ve anahtar sözcüklerin sayısının ne olduğu gibi verilere ulaşmak olanaklı olacaktır. Diğer bir ifade ile belirli bir alanda üretilmiş olan bilginin derinlemesine anlaşılmasında bibliyometrik çalışmalar, önemli bir boşluğu doldurmaktadır.

Bu çalışmada postmodernizm ve turizm ilişkisini ele alan bir bibliyometrik araştırma yürütülmüştür. Çalışmanın amacı, *Annals of Tourism Research* dergisinde yayımlanan postmodern dönemde turizm konulu makalelerin bibliyometrik özelliklerinin incelenmesidir. Araştırmadan elde edilen bilgiler, postmodernizm gibi soyut ve karmaşık bir alanın daha derinlemesine anlaşılmasına hizmet edebilir. Bu çalışmanın da bu yönüyle alanyazına katkıda bulunması beklenmektedir.

ALANYAZIN TARAMASI

Bibliyometri, terim olarak yeni olduğu halde, bibliyometrinin kullanımı ve uygulaması, 1890'lı yıllara uzanmaktadır (Osareh 1996). Temelde sayım yapmaya dayalı bir inceleme alanı olan bibliyometri, bir alan, bölge ve dönem özelindeki kurumlar veya kişilerce üretilmiş yayınlar arasındaki ilişkilerin sayısal analizini ifade etmektedir.

Başka bir deyişle bibliyometri, yayınların veya dokümanların belirli özelliklerinin analiz edilmesine dayanmaktadır (Al ve Coştur 2007).

Pritchard (1969) bibliyometriyi “*matematiksel ve istatistiksel yöntemlerin bilimsel iletişim ortamlarına uygulanması*” olarak tanımlamıştır. Ulu ve Akdağ (2015) ise bibliyometri sayesinde bir akademik alana ilişkin yayınların çeşitli özellikleri itibarıyla incelenemediğini vurgulamıştır. Bibliyometri sayesinde elde edilebilen bulgular, kurumlar ve ülkeler arasında karşılaştırmalar yapılmasını, bilimsel iletişim araçlarıyla ilgili kullanım oranlarının ortaya konulmasını, alanyazındaki en etkin yazarların belirlenmesini ya da bir derginin değerlendirilmesini sağlamaktadır (Yalçın 2010: 206).

Bibliyometrik analiz, belli bir alandaki yayın örüntülerini tanımlamak için yapılan niceliksel ve istatistiksel analizdir (Tonta 2002). Bu analizi gerçekleştirebilmek için yasalara gereksinim vardır. Bibliyometrik analizlerde yaygın olarak kullanılan yasalar; Lotka Yasası, Bradford Yasası, alanyazın eskimesi, Price Yasası ve Pareto Yasasıdır. Bu çalışmada, postmodernizm-turizm ilişkisi alanındaki çekirdek dergilerin belirlenmesi için Bradford Yasası, yazarların bilimsel verimliliğinin belirlenmesi içinse Lotka Yasası kullanılmış olduğundan bu iki yasanın kısa açıklamalarına yer verilmesi uygun görülmüştür.

Bradford'ın 1934 yılında formüle ettiği Dağılım Yasası “*belirli bir konudaki alanyazının dergilere saçılımı ya da dağılımı*” şeklinde tanımlanmaktadır (Garfield 1980). Garfield (1980), Bradford Yasası'nı “*Belirli bir konuda bir kaynakça derlemek isterseniz, küçük bir çekirdek grup derginin o konu ya da disiplinde yayımlanan makalelerin her zaman önemli bir kısmını (üçte birini) içerdiğini bulursunuz. Daha sonra ikinci ve daha fazla sayıda dergi içeren bir grubun bütün makalelerin diğer üçte birini, çok daha fazla sayıda dergi içeren çok daha büyük bir dergi grubunun da son üçte birini içerdiğini görürsünüz*” şeklinde açıklamaktadır.

Yazar verimliliği ile ilişkilendirilen Lotka Yasası, araştırmacılara, yazıları ile belli bir alana katkıda bulunan yazarların, bu katkıyı kaç yazı ile sağladığını belirleme olanağı sunmaktadır. Lotka (1926), formüle ettiği yasayı şöyle açıklamakta-

dır; “Belirli bir alanda, n sayıda yazı yazanın sayısı, bir yazı yazanın $1/n^2$ 'si kadardır”. Rowlands (2005) ise bu durumu, belirli bir alanda yayın yapan yazarların yüzde 60'ının ilgili alana bir, 15'inin iki, 7'sinin üç makale ile katkıda bulunduğu ile açıklar.

POSTMODERNİZM PARADİGMASI

“Çağdaş, asri” anlamına gelen “modern” sözcüğü, geleneksel olandan muasır olana geçişi tabir eder (Kale 1971). Postmodernizm ise modern sonrası dönemi vurgulamaktadır. Postmodern terimi, 1934 yılında Federico de Onis tarafından ve 1939'da Arnold Toynbee'nin A Study of History kitabında kullanılmıştır (Demirkol 2008: 108). Bu paradigma, batıdaki aydınlanmacı harekete ve özellikle modernizme eleştirel bir yaklaşım içermektedir. Postmodernizmi, modern paradigmanın bir özeleştirisi olarak yorumlayanların yanı sıra, onun modernizmden bir ayrılma veya uzaklaşma olduğunu ifade edenler de bulunmaktadır (Huysen 1984).

1960'lı yıllara gelindiğinde postmodernizmin kapsamının da genişlediği görülür. Bu yıllarda sanattaki ve mimarideki yeni eğilimleri ifade edecek biçimde kullanılmaya başlanan postmodernizm, mimari, sosyoloji, pazarlama, edebiyat ve eğitim gibi farklı disiplinlerle ilişkilendirilmiştir (Odabaşı 2006; Kılıç ve Bayram 2014). Bu ilişki nedeniyle postmodernizm; post-pozitivism, geç-kapitalizm, post-kapitalizm, post-endüstriyel,

post-görgül ve post-yapısalcı gibi kavramlarla açıklanmaya çalışılmıştır (Yıldırım ve Şimşek 2016; Demirkol 2008).

Postmodernizmin çeşitli disiplinlerden yorumlar alması, onun kesin bir tanımının oluşturulmamasına, nitelikleri konusunda bir fikir birliğinin sağlanamamasına neden olmuştur (Brown 1995: 106; O'Shaughnessy ve O'Shaughnessy 2002: 110). Bu nedenle, postmodernizmin daha iyi anlaşılmasında rehberlik edecek kriterlere gereksinim duyulmuştur. Postmodernizmin anlaşılmasında ve yorumlanmasında başvuru kriterler, esasen onun farklı yazarlarca ortaya konan özellikleridir. Bu özellikler, *parçalanma (fragmentation)*, *farklılaşmanın giderilmesi (de-differentiation)*, *öznenin merkezsizleştirilmesi (decentring of the subject)*, *zıtlıkların birlikteliği (paradoxical juxtapositions of opposites)*, *paradoks (paradox)*, *üst-gerçeklik (hyperreality)*, *kronoloji (chronology)*, *pastiş (pastiche)*, *kurumsalcılık karşıtlığı (anti-foundationalism)*, *çoğulculuk (pluralism)* ve *bağlılığın kaybı (loss of commitment)* olarak sıralanabilir (Tablo 1).

Postmodernizmin alanyazında yer bulan özellikleri arasında en çok bahsi geçenlerden biri olan parçalanma, Berthon ve Katsikeas'a (1998) göre, geleneksel sistemlerin parçalara ayrılmasını ve bu sistemlerin tüm aşamalarındaki bütünsüzlüğü ifade etmektedir. Başka bir anlatımla parçalanma, yerleşik sistemlerin ve sistem içinde

Tablo 1. Postmodernizmin Farklı Yazarlarca Ortaya Konan Özellikleri

Berthon ve Katsikeas (1998)	Brown (1995)	Fırat ve Dholakia (2006)	Fırat vd. (1995)
Üst-gerçeklik	Üst-gerçeklik	Üst-gerçeklik	Üst-gerçeklik
Parçalanma	Parçalanma	Parçalanma	Parçalanma
Farklılıkların giderilmesi	Farklılıkların giderilmesi	Öznenin merkezsizleştirilmesi	Öznenin merkezsizleştirilmesi
Paradoks	Pastiş	Zıtlıkların paradoksal birlikteliği	Zıtlıkların paradoksal birlikteliği
Zaman ve mekân	Kronoloji	Farklılığı ve çoğulculuğu tolere etme	Üretim ve tüketimin yer değiştirmesi
Kurumsalcılık karşıtlığı	Kurumsalcılık karşıtlığı		Bağlılığın kaybı
	Çoğulculuk		

Kaynak: Brown 1995; Fırat vd. 1995; Berthon ve Katsikeas 1998; Fırat ve Dholakia 2006.

yer alan varlıklar arasındaki ilişkilerin dağılmasıdır. Bu durum, Sovyet Sosyalist Cumhuriyetler Birliği (SSCB) gibi ülkeleri ve sosyal grupları (geleneksel aile gibi) içerebileceği gibi ürün ve tüketici pazarlarını da kapsayabilir. Örneğin; deniz-kum-güneş odaklı standart paket turlar yerine, savaşların yaşandığı tarihi yerleri ziyaret etmek isteyen turistlere yönelik tasarlanmış hüzün turizmi bu kapsamda değerlendirilebilir. Postmodernizm ile özdeşleştirilen diğer bir özellik, geleneksel pazar bölümleri arasındaki sınırların bulanıklaşması anlamına gelen *farklılaşmanın giderilmesi*dir. Tüketiciler günümüzde kendi hayatlarını şekillendirmede daha fazla rol oynamakta ve üretici ile tüketici arasındaki ayrım bulanık hale gelmektedir (Firat ve Dholakia 2006: 137). Turistlerin bir destinasyondaki çekicilikleri sosyal medya hesapları üzerinden paylaşarak buraların tanıtımını yapmaları ve tüketerek üretme (prosuming) sürecine girmeleri, bu durumu örneklendirebilir.

Öznenin merkezsizleştirilmesi, modern dönemde olanın aksine nesne üzerindeki kontrolün insanın elinde olmadığını ve öznenin artık merkezi konumda olmadığını ifade etmektedir. Bu bağlamda, tüketilen aslında ürün değil, bireyin kendisidir ve özne, kendisini pazarlanabilen bir nesne olarak algılamaktadır (Firat vd. 1995). Örneğin, toplum tarafından *"fenomen"* olarak nitelenen ve insanları etkileme gücüne sahip olan bireylerin turizm firmalarının reklamlarında yer alması, bu kapsamda düşünülebilir. *Zıtlıkların birlikteliği* ise şimdi/geçmiş, yerel/küresel ve ticaret/kültür gibi zıt unsurların bir arada kullanılabilirliğini vurgulamaktadır (Firat ve Dholakia 2006). Ticari ve kültürel öğeleri bir arada bulunduran kültürel miras turizmi, buna örnek olarak gösterilebilir.

Postmodernizmin belirgin özelliklerinden biri olan *paradoks*, farklı ve paradoksal anlamlara değer verilerek normalin sorgulandığına; işlevsiz, dışlanan veya anormal değerlerin benimsendiğine işaret etmektedir (Berthon ve Katsikeas 1998). *Üst gerçeklik* ise gerçeklik duygusunun kaybolmasını ve simülasyonların gerçeğe dönüşmesini vurgulamaktadır. Baudrillard (1983) üst gerçekliği, hayal edilmiş bir plan üzerine inşa edilmiş bir

gerçeklik biçimi olarak tanımlar. Üst gerçekliğin en bilinen örnekleri, kurgu ve gerçekliğin bütünleştiği Disneyland benzeri temalı parklardır.

Postmodernizmin sıklıkla başvurduğu diğer bir özellik ise kronolojidir. *Kronoloji*, retrospektif bir anlayışla geçmişin temsil edilmesini ve geçmişe olan ilgiyi ve merakı ifade etmektedir. Eski günlere olan ilgi ve özlem, nostalji, retro ürünler ve yeniden canlandırma, bu kapsamda düşünülebilir. Örneğin, Beetle marka otomobilin yeni formuyla sunulması, eskiye duyulan özlemi yansıtmaktadır. Bunun birlikte, Beyoğlu'nda düzenlenen Antika Festivali veya otellerde 1970'li ve 1980'li yılların temasıyla gerçekleştirilen nostalji temalı etkinlikler, bu duruma örnektir. *Pastiş* ise "başka sanatçıların eserlerini taklit etme yoluyla meydana getirilen sanat eseri" anlamına gelmektedir (TDK 2018). Olguların alaycı ve ironik bir dille ifade edilmesini içerir. Kültürüyle ön plana çıkan şehirlerin caddelerinde rastlanan mitolojik ve ironik nitelik taşıyan yarı insan yarı balık heykelleri, buna örnek olarak gösterilebilir.

Postmodern düşüncenin temelinde bir de *kurumsalcılık karşıtlığı* bulunmaktadır. Hiyerarşiye, sistematığe ve genelleştirmeye yönelik antipatik eğilimi ifade eden bu özellik, moda ve stil karşıtı üretim, yeşil pazarlama, tüketim karşıtlığı ve yaşamı sadeleştirme gibi eğilimler ile örneklendirilebilir. Interrail gezginleri gibi grupların turistik amaçlarla kendi aralarında oluşturdukları örgütlenmenin içinde hiyerarşi veya alt-üst ilişkilerinin bulunmaması, bu bağlamda değerlendirilebilir.

Çoğulculuk, çeşitliliğin ve değişkenler arasındaki muhtelif ilişkilerin tolere edildiğini ifade etmektedir. O'Shaughnessy ve O'Shaughnessy'e (2002) göre çoğulculuk, insanların birden fazla hedefe sahip olduğunu ve evrensel bir gerçeğin olmadığını ifade etmektedir. Postmodern dönemde farklılıkları deneyimleme arzusunun artması *bağlılığın kaybına* da yol açmaktadır. Bu durum, bireyin kişisel ilişkilerinde ve işlerinde olabileceği gibi tüketim olgusunda da görülmektedir (Firat vd. 1995). Örneğin, farklılıkları deneyimleme arzusu güden turistlerin işletmelere olan bağlılığını yitirmesi, bireysel/başıboş (drifter) gibi yeni turist tiplerinin ortaya çıkmasına neden olmuştur.

İLGİLİ ÇALIŞMALAR

Turizmin disiplinlerarası bir alan olarak büyümesi, bu alanda faaliyet gösteren akademisyen sayısının artması, akademisyenlerin ve görev aldıkları kurumların araştırma performanslarıyla alanyazına sağladıkları katkıyı çözümleme gereksinimi gibi etkenler, bibliyometriyi turizm alanında da sıklıkla başvurulan bir yöntem haline getirmiştir (Hall 2011). Türkiye’de turizm alanında gerçekleştirilen bibliyometrik çalışmalar, 1980’li yıllar itibariyle ön plana çıkmaya başlar. Özellikle Bülent Ağaoğlu’nun bu dönemde yürütmüş olduğu araştırmaların alana anlamlı bir katkısı olur. 1990’lı yıllara gelindiğinde ise Nazmi Kozak, turizm alanında yürütülen bibliyometrik çalışmalarda öncü rol üstlenir. Turizm pazarlaması yazınının gelişimsel sürecini incelemeye tabi tuttuğu çalışmasında Kozak (2001), 1972–1998 yılları arasında Türkiye’de hazırlanmış olan 131 lisansüstü tezi incelemiş ve turizm pazarlaması konulu tezlerin en çok İstanbul Üniversitesi’nde (25) ve Gazi Üniversitesi’nde (24) hazırlandığını tespit etmiştir.

Turizm alanyazınındaki bilgi birikimini oluşturan dergiler de bibliyometri çalışmalarında sıklıkla inceleme konusu edilmiştir. Bu çalışmalardan birinde Jogaratnam vd. (2005), turizm alanında önde gelen 11 dergiyi incelemiş ve bu dergilerde 1992-2001 yılları arasında yayımlanan makalelere en fazla katkı yapan yazarların üniversitelerini, dünyadan en fazla katkı yapan bölgeleri ve yazarların en fazla tekrar yayın yaptıkları dergileri belirlemişlerdir. Ryan (2005) ise yine turizm alanındaki önemli dergileri derecelendirmek amacıyla 1990–2004 yılları arasında bu dergilerde yayımlanan makaleleri yazarları, isimleri ve yayın sayıları itibariyle incelemiştir. McKercher vd. (2006) ise turizm alanındaki 70 derginin 505 akademisyen tarafından farkındalık (erişilebilirlik) ve kalite algısı kriterleri ile değerlendirildiği ve derecelendirildiği bir araştırma yürütmüşlerdir.

Türkiye’de belirli bir süreli yayının bibliyometrik incelemesine yönelik çalışmaların sayısının yakın dönemde arttığı söylenebilir (Çiçek ve Kozak 2012). Berkman ve Kozan (1979), 1968–1977 yılları arasında Amme İdaresi Dergisi’nde ya-

yımlanan makaleleri dayandıkları veri türleri, yazarları ve konuları itibariyle incelemişlerdir. Çakın (1980) ise 1952–1994 yılları arasında *Türk Kütüphaneciliği Derneği Bülteni ve Türk Kütüphaneciliği Dergisi*’nde yayımlanan makaleleri, konuları ve yazarları açısından değerlendirmiştir. Benzer şekilde Kozak ve İçöz (1999), *Turizm İşletmeciliği Dergisi*’ni ele almış ve bu dergide 1979–1983 yılları arasında yayımlanan makaleleri; konu, yazar unvanı ve yazarın kurumu kriterleri itibariyle incelemişlerdir. Belirli bir süreli yayını ele alan bir diğer çalışma, 1983–1988 yılları arasında *T.C. Turizm Bankası A.Ş. Bülteni*’nde yayımlanan yazıları bibliyometrik özelliklerine göre değerlendiren Özdemir ve Kozak (2000) tarafından yürütülmüştür. Strandberg vd. (2018) ise *Tourism and Hospitality Research*’te 2000–2014 yılları arasında yayımlanan 292 makaleyi; yazarlık durumu, etkili (influential) makaleler, etkili yazarlar, en çok yayın yapan yazarlar, kapsanan temalar ve dönem içinde yayımlanmış makalelerin özellikleri açısından incelemiştir.

Alanyazında turizm araştırmacılarının çeşitli konularda bibliyometrik çalışmalar yayımladıkları görülmekle birlikte *postmodernizmi* konu alan bibliyometrik çalışmaların sayısı oldukça sınırlıdır. Erişilebilen çalışmalardan birinde Tipurić ve Novak (2017), yönetim ve organizasyon çalışmalarında “postmodernizm” sözcüğünün kullanımını analiz etmiştir. Yazarlar, bu amaçla, “postmodernizm”, “organization” ve “management” anahtar sözcüklerini kullanarak 1992–2016 yılları arasında yayımlanan postmodernizm-yönetim ve organizasyon ilişkisi konulu makaleleri taramış, toplam 118 makaleye ulaşmıştır.

Turizm-postmodernizm ilişkisini ya da postmodern dönemde turizm alanının özelliklerini konu alan bibliyometrik bir çalışmaya ise rastlanmamıştır. Oysa dünyada 1960’lı yıllarda ortaya çıkan, 1970’li ve 1980’li yıllarda hakkında yazılar yazılmaya başlanan bu çarpıcı akımı konu alan alanyazının bibliyometrik özelliklerinin ne olduğu, merak konusudur. Sözgelimi, postmodernizm-turizm ilişkisi alanında en çok makale yayımlayan dergilerin hangileri olduğunun, bu alanda en çok yazı kaleme alan yazarların kimler olduğunun tespit edilmesi, bu alanyazının nasıl

bir gelişim gösterdiğinin anlaşılmasına katkı sağlayabilir. Ek olarak, bu bilgi, alanı daha iyi anlamak isteyen yeni araştırmacılara yol gösterebilir ya da mevcut araştırmacılar için yararlı bilgilere hangi kaynaklardan erişilebileceği yönünde kılavuzluk edebilir. Bu çalışmanın bu konularda alanyazına ve uygulamaya katkı sağlaması beklenmektedir.

YÖNTEM

Bu çalışmada *Annals of Tourism Research* dergisinde yayımlanan makaleler, bibliyometrik özellikleri açısından incelenmiştir. Araştırma alanı olarak *Annals of Tourism Research* dergisinin seçilmesinin nedeni, söz konusu derginin turizm alanında teori ve uygulama arasında denge köprüsü kurmaya ve teorik yapılar geliştirmeye çalışan, köklü bir dergi olmasıdır. Bu derginin, yayımladığı makaleler ile postmodernizm alanındaki bilgi birikimine de hizmet ettiği varsayılmış ve postmodern dönemde turizm konusunun derinlemesine anlaşılması açısından *Annals of Tourism Research* dergisinin kaynak oluşturabileceği düşünülmüştür.

Annals of Tourism Research, 1973 yılında yayın hayatına başlamıştır. Derginin 1995 yılından önceki sayılarına çevrimiçi ortamlarda ulaşılamadığından, 1995-2018 yılları arasındaki 24 yıllık dönemde yayımlanan ve postmodernizm-turizm ilişkisini konu alan makaleler araştırma kapsamında alınmıştır. Makaleleri saptamak amacıyla, başta postmodern sözcüğü olmak üzere, belirli anahtar sözcükler kullanılarak makale taraması yapılmıştır. Söz konusu anahtar sözcükler; Brown (1995) tarafından alanyazına kazandırılan *fragmentation, de-differentiation, hyperreality, chronology, pastiche, anti-foundationalism ve pluralism*dir. Bunlara ek olarak, üst-gerçekliği konu alan makaleleri belirleyebilmek adına *simulation, theme park, theme hotel ve theme restaurant* kavramları temel alınmıştır. Ayrıca, postmodernizmi ve postmodern dönemi vurgulamak adına farklı disiplinler ve yazarlar tarafından kullanılan *post-empiricism, post-industrial, post-capitalist, post-structuralism, post-positivism* (Yıldırım ve Şimşek 2016) ve *late-capitalism* (Demirkol 2008) kavramları da makale taramada esas alınmıştır. Makale-

lerin başlığında, özünde, anahtar sözcüklerinde ve metnin içeriğinde bu anahtar sözcüklerin yer alıp almadığı saptanmıştır.

31 Mayıs-5 Ağustos 2018 tarihleri arasında yukarıda belirtilen anahtar sözcükleri kullanarak gerçekleştirilen tarama sonucunda postmodernizm-turizm ilişkisini doğrudan konu alan toplam 52 makaleye ulaşılmıştır. Bu makalelere ve atıflarına ait tüm veriler, incelenecek olan parametreler itibariyle bilgisayar ortamına aktarılmış ve ardından analiz aşamasına geçilmiştir. Belirlenen parametreler; “anahtar sözcük sayısı ortalaması”, “makalelerin yıllara göre dağılımı”, “çok yazarlık durumu”, “sayfa sayısı”, “atıf sayısı” ve “kaynak sayılarının ortalaması”, “makalelerin yazarları”, “yazarların çalıştıkları kurumlar”, “kurumların yer aldığı ülkeler” ve “makalelerde atıf yapılan dergilerin ismi”dir. Araştırmada yanıtı aranan sorular şunlardır;

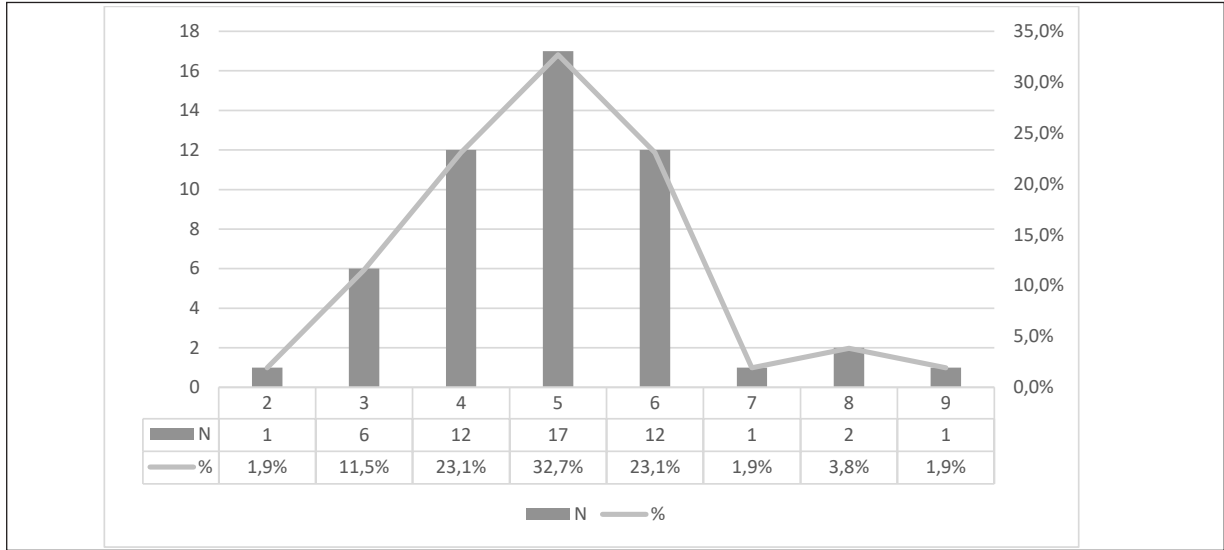
Annals of Tourism Research dergisinde yayımlanan postmodernizm-turizm ilişkisi konulu makalelerde;

- makale başına düşen ortalama anahtar kelime sayısı nedir?
- yıllara göre dağılım nasıldır?
- çok yazarlık durumu nedir?
- yer alan sayfa sayılarının ortalaması nedir?
- yer alan kaynak sayılarının ortalaması nedir?
- hangi kurumlar diğerlerine göre sayıca öndedir?
- yer alan atıf sayılarının ortalaması nedir?
- dergilere yapılan atıfların dağılımı Bradford Yasası’na uymakta mıdır?
- yazar verimliliği Lotka Yasası’na uymakta mıdır?

BULGULAR

Grafik 1’de, anahtar sözcüklerin sayısının makalelere göre dağılımı gösterilmektedir. 52 makalenin toplam anahtar sözcük sayısı 257; ortalama anahtar sözcük sayısı ise 4,95’dir. Grafikte görüldüğü üzere, makalelerde en az iki ve en çok dokuz anahtar sözcük kullanılmış, 17 makalede (%32,7) beş anahtar sözcük yer almıştır.

Yıllar itibariyle inceleme yapıldığında, 2010 ve 2011 yılında yayımlanan makale sayısının diğer



Grafik 1. Anahtar Sözcük Sayısının Makalelere Göre Dağılımı (Toplam, yuvarlama hatasından dolayı %100'den farklıdır).

yıllara oranla daha fazla olduğu ve 1998 yılında bu alanda makalenin yayımlanmadığı dikkat çekmektedir (Grafik 2).

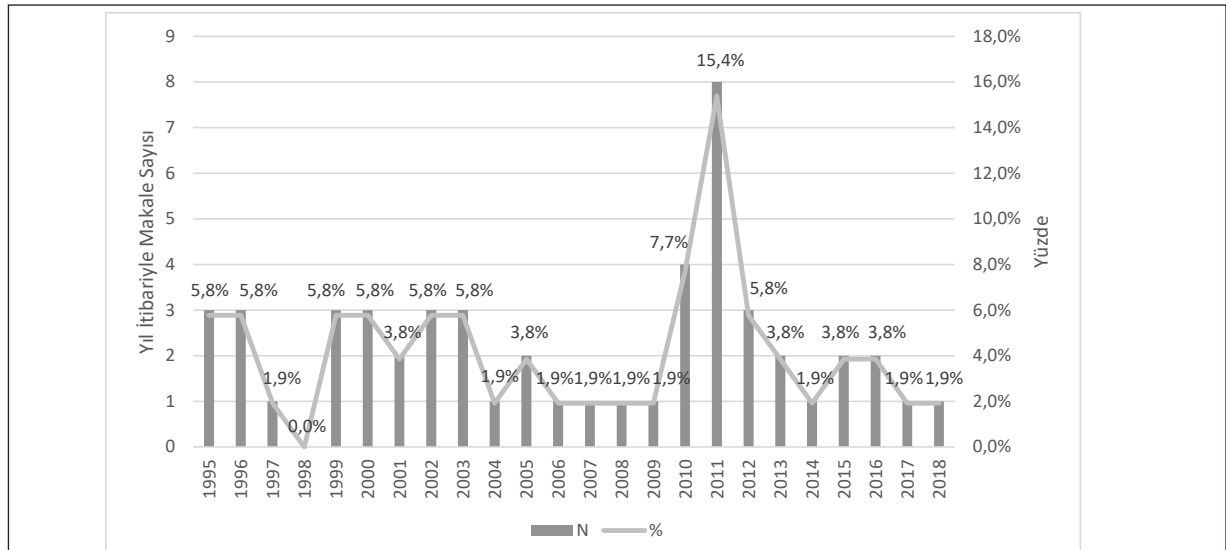
52 makalenin 28'inin (%53,8) tek yazarlı, 16'sının (%30,8) iki yazarlı, altının (%11,5) üç yazarlı ve ikisinin ise (%3,8) dört yazarlı olduğu görülmektedir (Grafik 3).

İnceleme konusu olan makalelerin toplam sayfa sayısı 1053, ortalama sayfa sayısı ise 20,25'tir

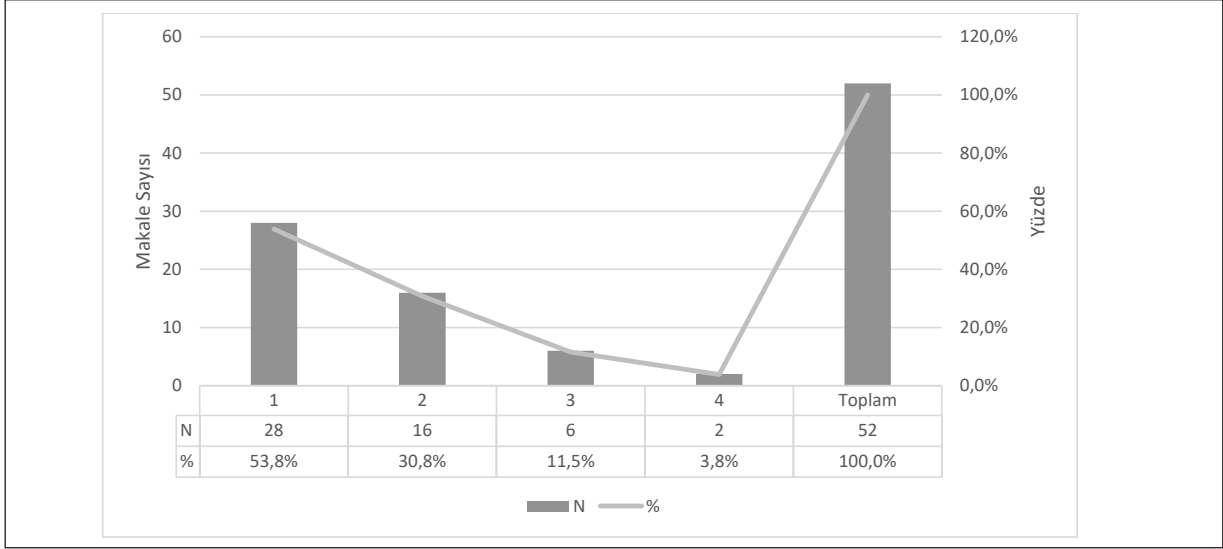
(en az 10, en çok 31). İncelenen makalelerin kaynakçalarındaki toplam eser sayısı 3505, kaynakçalardaki ortalama eser sayısı ise 67,40'tır (en az 18, en çok 181).

Yazarlar, Kurumlar ve Ülkeler

Çalışma kapsamında incelenen 52 makale, 82 farklı yazar tarafından yazılmıştır. Yazarların %95,12'si (78 yazar), 1995-2018 yılları arasında postmodernizm döneminde turizm alanyazınına



Grafik 2. Makale Sayısının Yıllar İtibariyle Dağılımı (Toplam, yuvarlama hatasından dolayı %100'den farklıdır).



Grafik 3. Makalelerin Yazar Sayısı İtibariyle Dağılımı (Toplam, yuvarlama hatasından dolayı %100'den farklıdır).

bir makale ile katkıda bulunmuşlardır. Makalelerin %53,8'i tek yazarlıdır. Yazar sayısının en fazla olduğu makale ise dört yazarlıdır. Ayrıca, makale başına düşen ortalama yazar sayısı 1,65'dir. Makalelerin çok yazarlılık durumuna ilişkin dikkat çeken bulgu, iki, üç ve dört yazarlı makalelerin oranının, %46,2 olmasıdır. Esasen, turizmin disiplinlerarası bir alan olması ve postmodernizmin karmaşık bir yapıya sahip olması, bu alandaki bilimsel çalışmalarda çok yazarlılığı istenilen bir durum olarak ortaya çıkarabilmektedir. Bu nedenle, makalelerin çok yazarlılık oranının %50'nin altında olması, bu alan için beklenmeyen bir durum olarak yorumlanabilir.

Çalışmada inceleme kapsamında alınan 52 makale, 60 farklı kurumda görev yapan yazarlar tarafından kaleme alınmıştır. Üç makale, Haifa Üniversitesi'nde görev yapan yazarlar tarafından yazılmıştır. Bu kurumu, ikişer makale ile Negev Ben-Gurion Üniversitesi, Griffith Üniversitesi, Singapur Ulusal Üniversitesi, Sejong Üniversitesi, Teksas A&M Üniversitesi, Queensland Üniversitesi, Tilburg Üniversitesi, Calgary Üniversitesi, Las Palmas de Gran Canaria Üniversitesi ve Otago Üniversitesi takip etmektedir. Bu kurumların yer aldığı ülkeler açısından inceleme yapıldığında ise 52 makalenin 19 farklı ülkede yer alan kurumlarda görev yapan yazarlarca hazırlandığı, kurumların en çok Avustralya'da (11 kurum) yer

aldığı bulgusu elde edilmiştir. Bu ülkeyi sırasıyla, Birleşik Krallık (dokuz kurum), İsrail ve Amerika Birleşik Devletleri (sekiz kurum) ve İspanya (altı kurum) izlemektedir.

Atıf Analizi ve Atıfların Bibliyometrik Yasalara Uyumluluğuna İlişkin Bulgular

52 adet makalenin atıflarının toplam sayısı 6178 iken, ortalama atıf sayısı 118,81'dir (en az 36, en çok 266). 52 makalenin kaynakçalarındaki toplam eser sayısı, 3505'tir. Kaynakçadaki eser sayısı toplamının %33,01'ini dergiler oluşturmaktadır. Makalelerde dergilere yapılan 1157 atfın 262'sinin farklı dergiden geldiği belirlenmiştir. Tablo 2'de en çok atıf alan 20 derginin listesi görülmektedir. En çok atıf yapılan dergi, 476 atıfla yine *Annals of Tourism Research* dergisidir. Bu dergiyi, 102 atıfla *Tourism Management* ve 37 atıfla *Journal of Travel Research* izlemektedir.

Çalışmada dergi dağılımının Bradford Yasası'na uygun olup olmadığı Egghe ve Rousseau (1990) tarafından öne sürülen formül ile analiz edilmiştir. 52 makalenin kaynakçalarında atıfta bulunulan 1157 makalenin yayımladığı 262 farklı dergi, atıf sıklıklarına göre çoktan aza doğru sıralanmış ve üç eşit bölgeye ayrılmıştır. Verilerin sergilediği dağılımın, Bradford Yasası'na uygun olup olmadığını belirlemek için sayılar, yasa ile

Tablo 2. Postmodernizm Dönemde Turizm Konusunda En Çok Atıf Yapılan Dergiler

Sıra No	Dergi Adı	N	%
1	Annals of Tourism Research	476	41,14
2	Tourism Management	102	8,82
3	Journal of Travel Research	37	3,20
4	Tourist Studies	28	2,42
5	Environment and Planning D: Society and Space	19	1,64
6	Journal of Consumer Research	16	1,38
7	American Journal of Sociology	15	1,30
8	Leisure Studies	12	1,04
9	American Anthropologist	11	0,95
10	Sociology	11	0,95
11	Current Issues in Tourism	10	0,86
12	Cognition and Emotion	9	0,78
13	Museum Management and Curatorship	9	0,78
14	American Ethnologist	7	0,61
15	Canadian Geographer	7	0,61
16	Cultural Anthropology	7	0,61
17	Advances in Consumer Research	6	0,52
18	Higher Education	6	0,52
19	Journal of Marketing	6	0,52
20	American Sociological Review	5	0,43

ilgili formülde yerlerine konmuş ve üç bölgede olması gereken dergi sayıları hesaplanmıştır. Yasaya göre, birinci bölgede üç, ikinci bölgede 25,

üçüncü bölgede ise 234 dergi bulunmalıdır. Tablo 3'te Bradford Yasası'na göre olması gereken ve çalışmanın verileri ile elde edilen dağılımlar sunulmuştur.

Tablo 3'ten anlaşılacağı üzere, makalelerin dergilere dağılımı, Bradford Yasası'na uygun değildir. Yasaya göre, ilk bölgedeki üç çekirdek derginin makalelerin %53,15'ini, ikinci bölgedeki 25 derginin %19,19'unu ve üçüncü bölgedeki 234 derginin ise makalelerin %27,66'sını içermesi gerekmektedir. Çalışmada kullanılan verilere göre ise bu bölgelerde yer alan dergiler, makalelerin sırasıyla %41,14'ünü, %25,32'sini ve %33,54'ünü kapsamaktadır. Bu veriler incelendiğinde, Bradford Yasası'na göre öngörülen ve gerçekleşen değerlerin birbirine yakın olmadığı görülebilir. Bradford Yasası'nın öngördüğü üç çekirdek dergi yerine, yayımlanan makalelerin büyük bir kısmı yalnızca bir çekirdek dergiden sağlanmaktadır. Çoğunluğu oluşturan 247 dergiye ise daha az başvurulmaktadır. Bu çalışmanın verilerine göre çekirdek dergi *Annals of Tourism Research* iken Bradford Yasası'na göre olması gereken çekirdek dergiler, *Annals of Tourism Research*, *Tourism Management* ve *Journal of Travel Research* sıralamasını izlemelidir. Dergilerin %67,18'i (176 dergi) incelenen alana bir makale ile katkıda bulunmuştur. Bir ila beş makale ile katkıda bulunan dergiler ise toplam dergi sayısının %92,75'ini teşkil etmektedir.

Çalışmada yazar verimliliği Lotka Yasası ile incelenmiştir. Toplam 82 yazar üzerinden yapılan inceleme sonucunda, yazarların 78'inin (%95,12) bir makale ile dördünün (%4,88) ise iki makaleyle

Tablo 3. Bradford Yasası'na ve Çalışmada Elde Edilen Verilere Göre Dergi Dağılımları

Grup	Bradford Yasası'na Göre				Çalışmanın Verilerine Göre			
	Dergi Sayısı		Makale Sayısı		Dergi Sayısı		Makale Sayısı	
	N	%	N	%	N	%	N	%
1	3	1,15	615	53,15	1	0,38	476	41,14
2	25	9,54	222	19,19	14	5,34	293	25,32
3	234	89,31	320	27,66	247	94,27	388	33,54
Toplam	262	100,00	1157	100,00	262	100,00	1157	100,00

(Toplam, yuvarlama hatasından dolayı %100'den farklıdır).

le alana katkıda bulunduğu görülmüştür. Oysa Lotka Yasası'na göre, alana bir makale ile katkıda bulunması gereken yazar sayısı 49, iki makale ile katkıda bulunması gereken yazar sayısı 12 olmalıdır. Bu sonuca göre, incelenen çalışmalarda yazar verimliliği, Lotka Yasası'na uygun değildir.

SONUÇ VE TARTIŞMA

Bu çalışmada, postmodernizm-turizm ilişkisini konu alan bilimsel bilgi birikimini daha iyi anlamak, bu alandaki bilimsel iletişim sürecinin nasıl gerçekleştiğini izlemek amacıyla *Annals of Tourism Research* dergisinde yayımlanan makaleler, bibliyometrik analize tabi tutulmuştur. Dergide 1995-2018 yılları arasında yayımlanan 52 makalenin yıllar itibariyle dağılımı değerlendirildiğinde, makalelerin 2010 ve 2011 yıllarında yoğunlaştığı belirlenmiştir. Tipurić ve Novak'ın (2017) çalışmasında ise yönetim-organizasyon ve postmodernizm ilişkisini ele alan makalelerin en çok 2005 ve 2008 yıllarında yayımlandığı ortaya çıkmıştır. Bu durum, postmodernizm konusunun turizm bağlamında incelenmesine duyulan ilginin bahsi geçen alana kıyasla biraz daha geç ortaya çıktığını göstermektedir. Ayrıca incelenen zaman kesitinin ilk yarısında (1995-2006) yayımlanan makale sayısı, ikinci yarısında (2007-2018) yayımlanan makale sayısından daha fazladır. Özellikle 2011 yılından sonra yayımlanan makale sayısında düşüşün olması, bu dönemde konuya olan ilginin azaldığını gösterebilir.

Turizm, yapısı gereği diğer disiplinlerden beslenen bir alan olması ve farklı alanların bakış açılarına gereksinim duyması nedeniyle bu alandaki çalışmalarda çok yazarlılık, beklenen bir durumdur. Çok yazarlılığın öneminin postmodernizm-turizm ilişkisini ele alan çalışmalarda daha da artması beklenebilir. Ancak, yapılan araştırmanın sonuçlarına göre makalelerin çoğu Stranberg vd.'nin (2018) çalışmalarında elde edilen sonuçların aksine, bireysel olarak kaleme alınmıştır. Bu durum, bu alana hâkim olan ya da olmak isteyen araştırmacıların tek başına yayın yapmayı önlemesinden ya da farklı araştırmacılar ile iş birliği yapmak istememesinden kaynaklanmış olabilir. Çok yazarlılık için saptanan bu durum, makalelerin yararlandığı kaynakçadaki eser sayı-

sında ise aynı şekilde ortaya çıkmamıştır. Makalelerin kaynakçalarındaki ortalama eser sayısının 67,5 gibi görece yüksek bir sayı olması, makalelerin yazımında çok sayıda esere başvurulduğunu göstermektedir. Bu da turizmin postmodernizm gibi karmaşık yapıya sahip bir paradigma çerçevesinde ele alınmasının beraberinde getirdiği bir sonuç olarak değerlendirilebilir.

Makale yazarlarının çalıştıkları kurumlar itibarıyla bir değerlendirme yapıldığında, yazarların 60 farklı kurumda çalıştığı saptanmıştır. En fazla katkı, Haifa Üniversitesi (İsrail) tarafından yapılmıştır. Bu kurumların yer aldığı ülkeler sıralamasında ilk sırada Avustralya, ikinci sırada Birleşik Krallık yer almaktadır. Öte yandan, Jogaratnam vd.'nin (2005) çalışmalarında derginin 1992-2001 yılları arasındaki 10 yıllık süreçte en çok Kuzey Amerika'dan, Avrupa'dan ve Asya Pasifik ülkelerinden gelen makaleleri yayımladığını bulgularını, derginin hitap ettiği yazar kitlesinin son dönemlerde coğrafi açıdan çeşitlendiğini göstermesi bakımından çarpıcıdır.

Araştırma çerçevesinde incelemeye alınan makalelere yapılan atıfların dergilere dağılımı, Bradford Yasası ile uyumlu değildir. Bradford Yasası'na göre ilk üçte birlik dergi grubunda üç çekirdek dergi olması gerekirken, inceleme kapsamına alınan makalelerin yalnızca bir çekirdek dergiden yararlandığı tespit edilmiştir. Bu başvuru kaynağı, *Annals of Tourism Research* dergisinin kendisidir. Bradford Yasası'na göre ilk grupta yer alması gereken diğer iki dergiden ise çok daha az miktarda yararlandığı görülmüştür. Bu durum, belirli bir dergide yayımlanması talep edilen makalelerde söz konusu dergiye atıf yapılması eğiliminin yüksek olması yönündeki dergi politikalarından kaynaklanıyor olabilir.

Bu çalışma, kapsadığı alanın bibliyometrik özelliklerinin ortaya konulmasına ek olarak bibliyometrik yasaları da kullanmak suretiyle alan yazının daha derinlemesine anlaşılmasına katkı sağlamıştır. Ancak, her çalışmada olduğu gibi bu çalışmanın da kendine özgü sınırlılıkları mevcuttur. Öncelikle çalışma kapsamında yalnızca bir dergide yayımlanan makalelerin incelemesine yer verilmiştir. Turizm alanında önde gelen diğer dergiler ve bu alanda yazılmış lisansüstü tez-

ler kapsamında da bu araştırma sorularına yanıt aranması yerinde olacaktır. Ayrıca, gelecekteki çalışmalarda yalnızca çevrimiçi ortamlarda ulaşılabilen makalelerin değil derginin tüm sayılarında yayımlanmış olan makalelerin araştırma kapsamına alınması önerilebilir.

KAYNAKÇA

- Al, U. ve Coştur, R. (2007). Türk Psikoloji Dergisi'nin Bibliyometrik Profili, *Türk Kütüphaneciliği*, 21 (2): 142-163.
- Baudrillard, J. (1983). *Simulations*. New York: Semiotext.
- Berkman, A. Ü. ve Kozan, K. (1979). Amme İdaresi Dergisi'nde Yayımlanan Makaleler Üzerine Bir İnceleme, *Amme İdaresi Dergisi*, 12 (1): 9-26.
- Berthon, P. ve Katsikeas, C. (1998). Essai: Weaving Postmodernism, *Internet Research*, 8 (2): 149-155.
- Brown, S. (1995). *Postmodern Marketing*. Londra: Routledge.
- Çakın, Y. (1980). Türk Kütüphaneciler Derneği Bülteni'nin İçerik ve Yazar Yönünden Değerlendirilmesi. (*Yayımlanmamış Bilim Uzmanlığı Tezi*). Ankara: Hacettepe Üniversitesi Kütüphanecilik Bilim Dalı.
- Demirkol, V. C. (2008). *Batı Sanatında Modernizm ve Postmodernizm*. İstanbul: Evrensel Basın Yayın.
- Egghe, L. ve Rousseau, R. (1990). *Introduction to Informetrics Quantitative Methods in Library, Documentation and Information Science*. Hollanda: Elsevier Science Publishers.
- Firat, F. A., Dholakia, N. ve Venkatesh, A. (1995). Marketing in a Postmodern World, *European Journal of Marketing*, 29 (1): 40-56.
- Firat, F. A. ve Dholakia, N. (2006). Theoretical and Philosophical Implications of Postmodern Debates: Some Challenges to Modern Marketing, *Marketing Theory*, 6 (2): 123-162.
- Garfield, E. (1980). Bradford's Law and Related Statistical Patterns, *Essays of an Information Scientist*, 4: 476-483.
- Hall, C. M. (2011). Publish and Perish? Bibliometric Analysis, Journal Ranking and the Assessment of Research Quality in Tourism, *Tourism Management*, 32 (1): 16-27.
- Huyssen, A. (1984). Mapping the Postmodern, *New German Critique*, 33: 5-52.
- Jogaratanam, G., McCleary, K. W., Mena, M. M. ve Yoo, J. J. (2005). An Analysis of Hospitality and Tourism Research: Institutional Contributions, *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 29 (3): 356-371.
- Kale, N. (1971). Postmodernizm Hermeneutik ve Eğitim, *Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Dergisi*, 28 (2): 281-292.
- Kılıç, K. L. ve Bayram, B. (2014). Postmodernizm ve Eğitim, *Uluslararası Türkçe Edebiyat Kültür Eğitim Dergisi*, 3 (1): 368-376.
- Kozak, N. (2001). Türkiye'de Turizm Pazarlaması Literatürünün Gelişim Süreci: 1972-1998 Yılları Arasında Hazırlanmış Lisansüstü Tez Çalışmaları Üzerine Biyo-Bibliyografik Bir İnceleme, *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 12 (1): 26-33.
- Çiçek, D. ve Kozak, N. (2012). Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi'nde Yayımlanan Hakem Denetimli Makalelerin Bibliyometrik Profili, *Türk Kütüphaneciliği*, 26 (4): 734-756.
- Kozak, M. A., Evren, S. ve Çakır, O. (2013). Tarihsel Süreç İçinde Turizm Paradigması, *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 24 (1): 7-22.
- Kozak, N. ve İçöz, O. (1999). *Turizm İşletmeciliği Dergisi'nin Turizm Literatürüne Katkısı Hakkında Bir İnceleme*, *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 10 (2): 9-17.
- Lotka, A. (1926). The Frequency Distribution of Scientific Productivity, *Journal of the Washington Academy of Sciences*, 16 (12): 317-323.
- McKercher, B., Law, R. ve Lam, T. (2006). Rating Tourism and Hospitality Journals, *Tourism Management*, 27 (2006): 1235-1252.
- O'Shaughnessy, J. ve O'Shaughnessy, N. J. (2002). Postmodernism and Marketing: Separating the Wheat from the Chaff, *Journal of Macromarketing*, 22 (1): 109-135.
- Odabaşı, Y. (2006). *Postmodern Pazarlama*. İstanbul: Mediacat Yayınları.
- Osareh, F. (1996). Bibliometrics, Citation Analysis and Co-Citation Analysis: A Review of Literature I, *Libri*, 46 (3): 149-158.
- Özdemir, M. ve Kozak, N. (2000). Türkiye Turizm Yayıncılığı Tarihinden Bir Süreli Yayın: T. C. Turizm Bankası A.Ş. Bülteni (1983-1988), *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 11 (2): 129-141.
- Pritchard, A. (1969). Statistical Bibliography or Bibliometrics?, *Journal of Documentation*, 25 (4): 348-349.
- Rowlands, I. (2005). Emerald Authorship Data, Lotka's Law and Research Productivity, *Aclib Proceedings*, 57 (1): 5-10.
- Ryan, C. (2005). The Ranking and Rating of Academics and Journals in Tourism Research, *Tourism Management*, 26 (5): 657-662.
- Strandberg, C., Nath, A., Hemmatdar, H. ve Jahwash, M. (2018). Tourism Research in the New Millennium: A Bibliometric Review of Literature in *Tourism and Hospitality Research*, *Tourism and Hospitality Research*, 18 (3): 269-285.
- Türk Dili Kurumu (TDK). http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&arama=gts&guid=TDK.GTS.5b5f816e3c01a0.43929288, Erişim Tarihi: 28 Temmuz 2018.
- Tipurić, D. ve Novak, I. (2017). 'Postmodernism' as a Label Within Management and Organization Studies: What Can be Learned from a Bibliometric Analysis, *Proceedings of the 5th International OFEL Conference on Governance, Management and Entrepreneurship – The Paradoxes of Leadership and Governance in the Postmodern Society* (ss. 239-265). Hırvatistan: Dubrovnik.
- Tonta, Y. (2002). Türk Kütüphaneciliği Dergisi 1987-2001, *Türk Kütüphaneciliği*, 16 (3): 282-320.
- Ulu, S. ve Akdağ, M. (2015). Dergilerde Yayımlanan Hakem Denetimli Makalelerin Bibliyometrik Profili: Selçuk İletişim Örneği, *Selçuk İletişim*, 9 (1): 5-21.
- Yalçın, H. (2010). Millî Folklor Dergisi'nin Bibliyometrik Profili (2007-2009), *Millî Folklor*, 22 (85): 205-211.
- Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2016). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Seçkin.



Majd TAYARA

Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Turizm Fakültesi Turizm İşletmeciliği Bölümü'nden mezun oldu (2017). Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Ana Bilim Dalı Tezli Yüksek Lisans Programı'na başladı (2017). Halen aynı kurumda yüksek lisans eğitimine devam etmektedir. Temel çalışma alanları; akıllı turizm, sanal gerçeklik ve bibliyometridir.



Çağıl Hale ÖZEL

Anadolu Üniversitesi Turizm ve Otel İşletmeciliği Yüksekokulu'ndan mezun oldu (2003). Aynı yüksekokulda araştırma görevlisi olarak çalışmaya başladı (2003). Doktora derecesini Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Turizm İşletmeciliği Programı'ndan aldı (2010). Doçentlik unvanını Turizm alanında aldı (2017). Halen Anadolu Üniversitesi Turizm Fakültesi Turizm İşletmeciliği Bölümü'nde öğretim üyesi olarak görev yapmaktadır. Temel çalışma alanları, turizm pazarlaması ile boş zaman ve rekreasyondur.