



Türk Turizm Araştırmaları Dergisi

2021, 5(4): 2522-2541.

DOI: [10.26677/TR1010.2021.884](https://doi.org/10.26677/TR1010.2021.884)

ISSN: 2587-0890 Dergi web sayfası: <https://www.tutad.org>



ARAŞTIRMA MAKALESİ

Turist Rehberliği Bilgisinin Sistematik Analizi

Doç. Dr. Deniz KARAGÖZ, Anadolu Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Eskişehir, e-posta: dkaragoz@anadolu.edu.tr

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-2868-8567>

Arş. Gör. Merve GÜRGE, Zonguldak Bülent Ecevit Üniversitesi, Karadeniz Ereğli Turizm Fakültesi, Zonguldak, e-posta: merve.gurge@beun.edu.tr

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-4071-2446>

Öz

Son yıllarda, belirli bir alanın yapısını ve o alanın sosyal yapılarını belirlemek için sosyal ağ analizi ve bibliyometrik analiz birlikte yapılmaktadır. Çalışmada turist rehberliği alanının yapısının bütünleşik olarak incelenerek bu alanın sosyal ağ yapısını ortaya koymak ve haritalandırmak amaçlanmıştır. Çalışmada, 1985-2019 yılları arasında turist rehberliği araştırmalarının evrimi, yazarlar ve kurumlar arası işbirliği ağı, araştırma temaları ve ortak atıf yapısı incelenmiştir. Veriler, Web of Science (WoS) Core Collection ve Scopus veri tabanlarından elde edilmiştir. 245 araştırma makalesi, merkezilik ölçüleri, Bonacich gücü, anahtar kelimelerin birlikte oluşumu ve ortak alıntı analizi kullanılarak analiz edilmiştir. Araştırma sonuçları, başlıca dergileri, makaleleri, temaları, yazarları, kurumları, ülkeleri ve kurumlar ile yazarlar arasındaki işbirliği ağlarını tanımlamaktadır. Araştırma sonucunda alanın yükselme eğiliminde olduğu ve ağa katılan yazarların giderek arttığı görülmektedir. Ana kümelere öncü olan en yaygın anahtar kelimeler "tur rehberi", "turizm", "rehberli tur" ve "yorumlama" iken "küreselleşme, eğitim, temsiliyet ve eko turizm" anahtar kelimelerinin turist rehberliği alanında daha yerleşik temalar olduğu görülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Turist Rehberliği, Bibliyometri, Sosyal Ağ Analizi, Görselleştirme.

Makale Gönderme Tarihi: 13.08.2021

Makale Kabul Tarihi: 02.12.2021

Önerilen Atıf:

Karagöz, D. ve Gürge, M. (2021). Turist Rehberliği Bilgisinin Sistematik Analizi, *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 5(4): 2522-2541.

© 2021 Türk Turizm Araştırmaları Dergisi.



Journal of Turkish Tourism Research

2021, 5(4): 2522-2541.

DOI: [10.26677/TR1010.2021.884](https://doi.org/10.26677/TR1010.2021.884)

ISSN: 2587-0890 Journal Homepage: <https://www.tutad.org>



RESEARCH PAPER

The Systematic Analysis of Tourist Guiding Knowledge

Associate Prof. Dr. Deniz KARAGÖZ, Anadolu University, Faculty of Tourism, Eskişehir, e-mail: dkaragoz@anadolu.edu.tr

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-2868-8567>

Research Assistant Merve GÜRGE, Zonguldak Bülent Ecevit University, Karadeniz Ereğli Tourism Faculty, Zonguldak, e-mail: merve.gurge@beun.edu.tr

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-4071-2446>

Abstract

In recent years, social network analysis and bibliometric analysis have been performed together to determine the structure of a particular field and the social structures of that field. In this study, it is aimed to reveal and map the social network structure of this field by examining the structure of the tourist guidance field in an integrated manner. In the study, the evolution of tourist guidance research between 1985 and 2019, the cooperation network between authors and institutions, research themes and common citation structure were examined. Data were obtained from the Web of Science (WoS) Core Collection and Scopus databases. 245 research papers were analyzed using measures of centrality, Bonacich power, co-occurrence of keywords, and co-citation analysis. Research results identify major journals, articles, themes, authors, institutions, countries, and networks of cooperation between institutions and authors. As a result of the research, it is seen that the field is in a rising trend and the number of writers participating in the network is increasing. The most common keywords leading to the main clusters are "tour guide", "tourism", "guided tour" and "interpretation", while the keywords "globalisation, education, representation and ecotourism" are more established themes in the field of tourist guidance is seen.

Keywords: Tourist Guides, Bibliometrics, Social Network Analysis, Visualization

Received: 13.08.2021

Accepted: 02.12.2021

Suggested Citation:

Karagöz, D. and Gürge, M. (2021). The Systematic Analysis of Tourist Guiding Knowledge, *Journal of Turkish Tourism Research*, 5(4): 2522-2541.

© 2021 Türk Turizm Araştırmaları Dergisi.

GİRİŞ

Turist rehberleri, bir tur deneyiminin başarısında ya da başarısızlığında önemli bir rol oynadığı ve turistlerin ev sahibi destinasyon hakkındaki algılarını önemli ölçüde etkilediği için değerli bir araştırma konusudur (Min, 2011; 2012; 2013). Turist rehberleri, turist deneyimini etkileyen, bazı zamanlarda onların destinasyonlarda daha uzun süre kalmalarını sağlayarak, ülke ve destinasyon gelirlerine de katkı sağlayan kişilerdir (Salazar, 2012). Turist rehberleri genellikle, ziyaretçilere seçtikleri dilde rehberlik eden ve bir bölgenin doğal ve kültürel mirasını yorumlama niteliklerine sahip eğitilmiş kişilerdir (Collins, 2000). Dünya Rehberler Federasyon Örgütü'nün (WFTGA) tanımına göre; turist rehberleri, turistlere seçtikleri dilde liderlik yapan, bulunduğu bölgenin kültürel ve doğal miraslarını onlara tercüme eden ve bulunduğu bölgenin uygun bir yönetimi tarafından kabul edilmiş donanımına sahip kişilerdir (<http://www.wftga.org>). Turist rehberleri, bir coğrafi bölgede çalışma ve o bölgedeki ziyaretçilere hizmet verme eğilimindedirler ve genellikle ziyaretçilere farklı yer ve yerlere gününbirlik turlarda (veya muhtemelen daha uzun) eşlik ederler (Collins, 2000). Turist rehberleri, tur operatörlerinin kamuya açık yüzleridir ve görevleri müşterilerinin tatillerinin sorunsuz geçmesini sağlamak ve ortaya çıkabilecek sorunları çözmek olduğu için hayati önem taşımaktadır (Yale, 1995). Larsson Mossberg'e (1995) göre, performansları ve görevleri turistlerin tüm tur hakkındaki algılarını etkilediği için turist rehberlerinin rolü önemlidir. Bazı araştırmacılar ise turist rehberlerini, "bir sonraki turu satan kişiler" (Gronroos, 1978; Geva ve Goldman 1991; Zhang ve Chow 2004) olarak tanımlamaktadırlar.

Turist rehberleri, turizm deneyimi tasarımı ve sunumunda kritik öneme sahiptirler. Bu nedenle araştırmacılar turist rehberlerini, iletişimci ve deneyim aracılığı olarak tanımlamaktadırlar. Weiler ve Black (2015), turist rehberlerinin dört kategoride aracılık ederek turizm deneyimlerinin üretiminde rol oynadığını belirtmektedir: (1) fiziksel erişim; (2) anlama (entelektüel erişim); (3) karşılaşmalar (etkileşimler); ve (4) empati (duygusal erişim). Tek yönlü iletişimden etkileşimli ve duyarlı rehberliğe doğru bu yönelim, Rääkkönen (2014) tarafından "turist rehberlerinin görevi hazır deneyimleri empoze etmek değil, tüketicilere odaklanan ve deneyimledikleri her şey için tüketicileri güçlendiren deneyim sağlayıcılar olarak görülmelidir." şeklinde özetlemiştir. Turistler ve destinasyon arasında aracı olarak rolleri göz önüne alındığında, turist rehberleri turist memnuniyetini artırma, kâr ve pazar payında ölçülebilir faydalar üretme ve hizmet kalitesi üzerinde bir rol oynamaktadır (Geva ve Goldman, 1991; Anderson vd., 1994; Dahles, 2002; Zerva ve Nijkamp, 2016).

Turizm sektörü için böyle önemli bir role sahip olan turist rehberleri birçok farklı çalışmaya konu olmuştur. Turist rehberlerinin performansı (Fine ve Speer, 1985; Zhang ve Chow, 2004; Huang vd., 2010; Chang, 2014; Hansen ve Mossberg, 2017), turist rehberlerinin problemleri (Ap ve Wong, 2001), ülke imajında turist rehberlerinin rolleri (Dahles, 2002), turist rehberlerinin hizmet kalitesi (Mak vd., 2011) turist rehberlerinin rolleri (Randall ve Rollins, 2009; Poudel vd., 2013), turist rehberlerinin stresi (Mackenzie ve Kerr, 2013) ve turist rehberlerinin duygusal zekaları (Min, 2012) gibi konuların literatürde en çok çalışılan turist rehberliği konuları olduğu görülmüştür.

Mevcut çalışmada turizm dergilerinde turist rehberliği alanına ilişkin araştırma konularının hacmini ve bilgi alanını araştırmak için sistematik inceleme prosedürünün nicel bir yaklaşımı olarak bibliyometrik yaklaşım benimsenmiştir. Benimsenen bibliyometrik yaklaşım, alandaki diğer araştırmacılar tarafından üretilen bibliyografik verilerin istatistiksel bir analizine dayandığından, geleneksel nitel incelemelerin doğasında bulunan öznellik düzeyinin azaltılmasına izin verir (Galvagno ve Giaccone, 2019). Bu çalışma, bibliyometrik analizler aracılığıyla turizm alanındaki turist rehberliği araştırmalarına genel bir bakış sunmayı, bu

alandaki yapıyı, gelişimi ve ana eğilimleri ve etkilerini görselleştirmeyi amaçlamaktadır. Mevcut araştırma bulguları hem araştırmacılar hem de uygulayıcılar için faydalı ve önemlidir. Araştırmacılar için literatürdeki turist rehberliği bilgisinin mevcut durumunu, sorunları ve ortaya çıkan yeni eğilimleri anlamak önemlidir, çünkü bu çalışma turizm alanındaki kalite araştırmalarına genel bir bakış sunabilir ve turizm alanındaki yapıyı, gelişimi ve ana eğilimleri ve etkilerini görselleştirebilir. Ayrıca mevcut çalışma bulguları, gelecekteki araştırmaları planlamak için kilit noktalar sunabileceğinden önemlidir.

LİTERATÜR TARAMASI

Turizmde Bibliyometrik Çalışmalar

Bir disiplinin gelişim seyrini ve durumunu analiz etmek için kullanılan en popüler yöntemlerden biri bibliyometridir. Bibliyometri, bibliyografik verilerin istatistiksel ve matematiksel araçlarla kantitatif olarak analiz edilmesine odaklanan disiplinler arası bir bilim olarak düşünülmüştür (Liao vd., 2018; Broadus, 1987). Bibliyometri, akademik literatürü istatistiki yöntemler kullanarak analiz etme olarak tanımlanabilir (Ruhanen vd., 2015). Sonuç olarak bibliyometri, çeşitli konuların veya alanların gelişimini tanımlamak için yaygın olarak kullanılan bir yöntemdir.

Bibliyometri kullanarak turizm alanının gelişim seyrini analiz eden çok sayıda çalışma vardır. (Köseoğlu vd., 2016). Bu çalışmaları iki alt gruba ayırmak mümkündür. Bunlardan birincisi, dergi odaklı olan çalışmaları kapsamaktadır. Dergi odaklı bibliyometri çalışmaları ise, belirli bir konudaki gelişim seyrini incelemek için bir veya birkaç öncü dergiye odaklanmaktadır.

Turizm alanında çalışmalar yayınlayan çeşitli dergilerin yıllar içerisindeki gelişim seyrini incelemek için çeşitli bibliyometri çalışmaları yapılmıştır (Strandberg vd., 2018; Mulet-Forteza vd., 2018; Mulet-Forteza vd., 2019). Bibliyometri çalışmalarında kullanılan öncü turizm dergileri ise *Tourism Management*, *Annals of Tourism Research*, *International Journal of Hospitality Management*, *Cornell Hospitality Quarterly* gibi dergilerdir. Ancak turizm rehberliği alanının gelişimini inceleyen bibliyometri çalışmaları sınırlı sayıda gözlenmiştir. Bu çalışmalar incelendiğinde turist rehberliği alanındaki ilk çalışmaların 1980 yılından itibaren yayınlandığı görülmektedir. Black vd., 2019 yılında turist rehberliği alanının gelişim seyrini incelemek için bir bibliyometri çalışması gerçekleştirmişlerdir. Çalışmada; 1980 ve 2016 yılları arasındaki literatür Google Scholar, *Tourism and Hospitality Complete*, *Leisure Tourism* ve *ProQuest İngilizce* veri tabanları kullanılarak araştırılmıştır. Araştırma kapsamına dâhil edilen 140 makale teori ve yöntem bakımından incelemeye alınmıştır. Bu çalışma, turist rehberliği literatürünü sadece yöntem ve teori bakımından incelemeye almıştır. Ayrıca turist rehberliği literatürü hakkında bir görselleştirme analizi sunmamıştır. Kaygalak ve Kırlar, 2019 yılında yaptıkları çalışmada turizm alanında yayın yapan ilk beş dergide yayınlanmış olan turist rehberliği makalelerinin bibliyometrik analizini gerçekleştirmişlerdir. 1980-2019 yılları arasında *Tourism Management*, *Journal of Travel Research*, *Annals of Tourism Research*, *Journal of Hospitality and Tourism* ve *Journal of Sustainable Tourism* dergilerinde yayınlanmış turist rehberliği çalışmaları makale başlıkları, anahtar kelimeler, yazarlık, çalışmaların kavramsal ve ampirik durumu, araştırma yöntemi, uygulama alanı ve veri toplama tekniği parametrelerine göre incelenmiştir. Analiz sonuçlarına göre; turist rehberliği alanında, 1980 yılından 2019 yılının ilk çeyreğine kadar toplam 75 adet makale yayınlandığı tespit edilmiştir. Makalelerin çoğunun *Annals of Tourism Research* ve *Tourism Management* dergilerinde yayınlandığı tespit edilmiş ve turist rehberliği alanındaki çalışmaların 2019 yılından bu yana arttığı gözlenmiştir.

Turizm alanındaki bibliyometri çalışmalarındaki ikinci grup ise veri tabanı ve araştırma konularına yönelik çalışmalardır. Veri tabanına dayalı olarak yapılan bibliyometri çalışmaları belirli bir konuya odaklanarak yapılmıştır. Bu kapsamda yapılan çalışmalarda; *Web of Science*,

Scopus, Science Direct, EBSCOhost, Wiley Interscience, Emerald Insight gibi veri tabanları kullanılmıştır. Veri tabanı ve belirli bir konu odaklı turizmdeki bibliyometri çalışmaları şöyle sıralanabilir. Boş zaman, konaklama/ağırlama (Köseoğlu vd., 2016; Shen vd.,2018; Mulet-Forteza vd., 2019), sürdürülebilirlik ve sürdürülebilir turizm (Garrigos-Simon vd., 2018; Della Corte vd., 2019; Niñerola vd., 2019; Serrano vd., 2019), turizmde cinsiyet araştırmaları (Figuroa-Domecq vd., 2017), kalite (Garrigos-Simon vd., 2019), gastronomi ve yiyecek araştırmaları (Sánchez vd., 2017; Domínguez vd., 2017; Okumuş vd.,2018;), rekreasyon (Vishwakarma ve Mukherjee, 2019), konaklama (Garcio-Lillo vd., 2016), turizm krizi ve afet yönetimi (Jiang vd., 2019), turizm trendleri ve temaları (Benckendorff, 2009), medikal turizm (Hoz-Correa vd., 2018) gibi konularda bibliyometri araştırması yapılmıştır.

Veri tabanları ve temaların incelenmesinin dışında turizm araştırmacıları turizm alanındaki bilginin üretimi ve yayılımını incelemek için sosyal ağ analizinden yararlanmışlardır. Örneğin; Benckendorff (2009), *Annals of Tourism Research* ve *Tourism Management* dergilerinde Avustralyalı ve Yeni Zelandalı araştırmacılar tarafından yazılan makaleleri incelemiş ve turizm literatürünün bibliyometrik bir analizini sunmuştur. Çalışmada, anahtar kelimeler ve alandaki etkili çalışmalar arasındaki bağlantıları keşfetmek için sosyal ağ analizi kullanılmıştır. Araştırma sonucunda, Avustralya ve Yeni Zelanda'daki turizm araştırmalarının sosyoloji ve antropoloji, coğrafya ve davranışsal psikolojiden güçlü bir şekilde etkilendiği tespit edilmiştir. Racherla ve Hu 2010 yılında yaptıkları çalışmada turizm araştırma alanındaki işbirliklerinin modellerini keşfetmeyi amaçlamışlardır. Bu amaç doğrultusunda, önde gelen ilk üç turizm dergisinden elde edilen ortak yazarlık verilerine sosyal ağ analizi uygulanmıştır. Araştırma sonucunda, turizm araştırmacısı ağının geniş ve karmaşık olmasına rağmen, bazen ağda düğüm görevi gören birkaç çekirdek araştırmacı grubu şeklinde dağıldığı ortaya koyulmuştur. Cristóbal vd., 2016 yılında sosyal ağ analizinin turizme nasıl uygulandığını belirlemek, ağın temel unsurlarını tanımlamak ve sosyal ağ analizinin turizm araştırmalarının geliştirilmesindeki potansiyelini araştırmak amacıyla bir çalışma gerçekleştirmişlerdir. Çalışma sonucunda sosyal ağ analizinin, turizm alanında gelecekte yapılacak araştırmalar için araştırma hatları sunduğu belirlenmiştir.

Turist rehberliği alanındaki çalışmalar incelendiğinde Weiler vd. (2014), turist rehberliği alanında yapılmış ilk çalışmadan başlayarak 50 yıllık süreç içerisindeki alanın gelişimini değerlendirmek üzere teorik ve ampirik araştırmaların analizini gerçekleştirmişlerdir. 280 bilimsel çalışmanın bibliyometrik ve içerik analizinin gerçekleştirildiği çalışmada, turist rehberliği alanındaki eğilimler ve alandaki boşluklar belirlenmiştir. Turist rehberliği alanındaki araştırmacıların yarısından fazlasının Avustralya ve ABD'de olduğu tespit edilmiştir. Çalışmada, turist rehberliği alanındaki teori ihtiyacını vurgulamanın yanı sıra gelecekteki turist rehberlerinin kaliteli bir tur deneyimi için birçok yol tespit edilmiştir.

YÖNTEM

Turist rehberliğinin turizm sektörü üzerindeki önemli rolleri ve etkisi ifade edilmesine ve bu konuyla ilgili araştırmalar literatürde artış göstermesine rağmen turist rehberliği alanında araştırmaların kapsamı ve bilginin üretimine ilişkin çok az şey bilinmektedir. Bu nedenle bu çalışmanın amacı; turist rehberliği konusunda bütünsel bir bakış açısı oluşturmak ve bu alanda üretilen bilginin yönelimini anlamak için turizm literatüründe turist rehberliği ile ilgili literatürü derinlemesine incelenmektir. Bu amaca ulaşmak için çalışmada turist rehberliği literatürünün bibliyometrik bir incelemesi yapılmıştır. Ayrıca sosyal bilimlerde ortak yazarlıkta disiplin farklılıkları söz konusu olduğundan (Okumuş vd., 2018) turizmin alt alanı olan turist rehberliği alanında yazarlık veya ortak yazarlık konularını ele alan daha fazla çalışmaya ihtiyaç duyulmaktadır. Bu sebeple bu çalışmada turist rehberliği alanında yapılmış çalışmalardaki

yazarlık ve ortak yazarlık kalıpları da incelenerek alanın gelişim seyri ortaya konmaktadır. Bunların yanı sıra bu çalışmada, turist rehberliği alanında en çok yayın yapan dergiler, yazarlar, kurum ve ülkeler ve bunlar arasındaki ilişkiler analiz edilip tartışılarak alanın sosyal yapısı belirlenmeye çalışılmıştır. Anahtar kelime birlikte görünüm analizi ile turist rehberliği alanındaki temalar belirlenmiş ve ortak atıf analizi ile alandaki kritik yazarlar belirlenmiştir. Böylece bu çalışmada turist rehberliği alanının yıllar içerisindeki gelişim seyri analiz edilirken alanın sosyal yapısı da ortaya konularak görselleştirilmesi yapılmıştır. Daha spesifik olarak çalışmada:

- Turizm literatüründe turist rehberliği araştırmalarının gelişimini incelemek,
- Turist rehberliği ile ilgili makalelerde zaman içinde araştırma konularının gelişimini belirlemek,
- Turizm literatüründe turist rehberliği araştırmalarında katkıda bulunan araştırmacıları, dergileri, yazarları, kurumları ve ülkeleri analiz etmek,
- Turist rehberliği araştırmaları için akademisyenler ve uygulayıcılar için bir araştırma gündemi önermek amaçlanmıştır.

Araştırma verileri, WoS Core Collection ve Scopus veritabanlarından elde edilmiştir. Verileri sistematik olarak elde etmek için Web of Science (Wos) ve Scopus veri tabanlarında 'tour guide' anahtar kelimesi ile Aralık 2019-Şubat 2020 tarihleri arasında tarama yapılmıştır. Tarama sürecinde seçilen veri tabanlarında 'tour guide' anahtar kelimesi ile arama yapılan çalışmalar "Hospitality, Leisure & Sports" alanı ve sadece makale olarak sınırlandırılmıştır. 1985-2019 yılları arasında yazılmış olan Web of Science (380 adet makale) ve Scopus (247 adet makale) veri tabanında taranan 627 makalenin özetleri ve anahtar kelimeleri araştırmacılar tarafından incelenmiştir.

Makaleler incelenirken her makale için 'Bu makale turist rehberliği ile ilgili midir?' sorusu sorulmuş ve doğrudan turist rehberliği ile ilgili olan makaleler belirlenmiştir. Her bir makale tek tek değerlendirildikten sonra, doğrudan turist rehberliği ile ilişkili WoS'ta 194, Scopus'ta ise 51 makale tespit edilmiştir. İnceleme süreci sonunda doğrudan turist rehberliği ile ilgili olan 245 makale saptanmış ve bu araştırma kapsamında incelemeye alınmıştır.

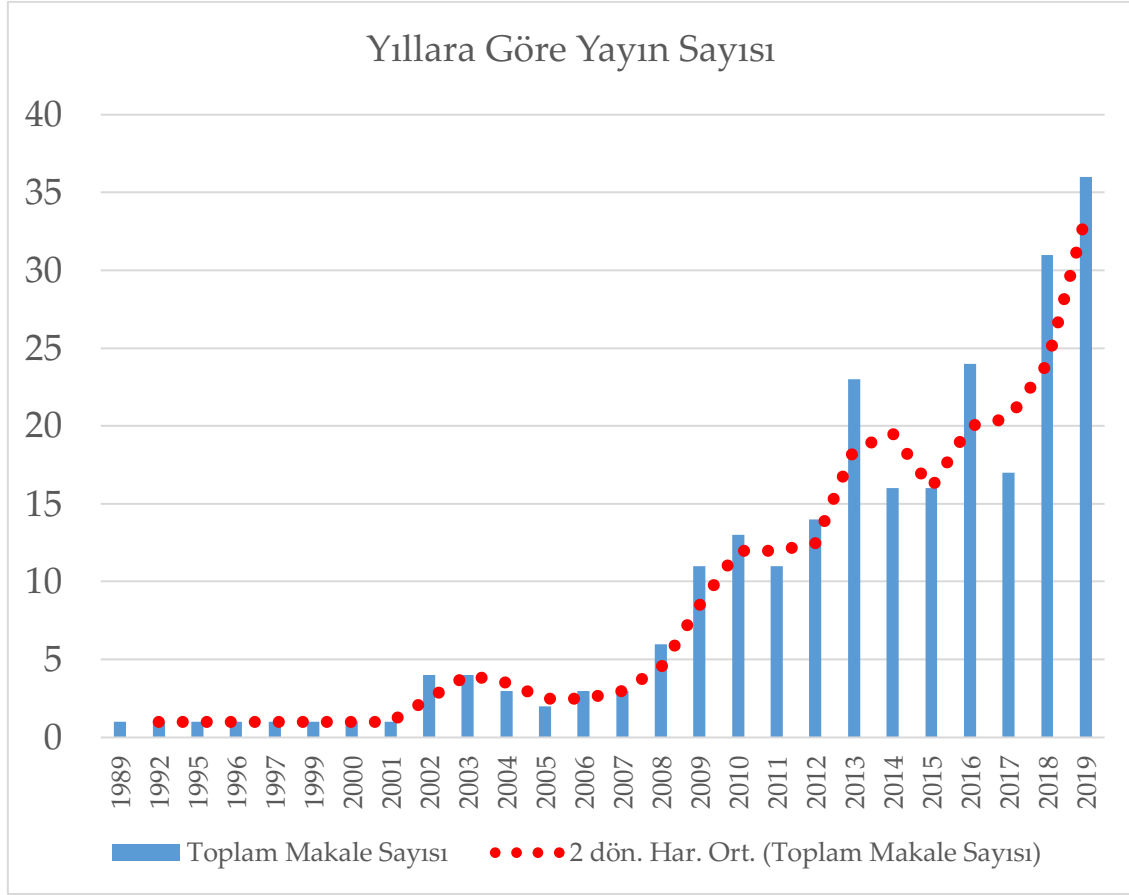
Analizler için her makaleye ilişkin bilgilerin yer aldığı bir elektronik tablo hazırlanmıştır. Elektronik tablo; makale adı, yazar isimleri, yayın yılı, yayımlandığı dergi adı, anahtar kelimeleri, atıf sayısı ve kurum/ülke bilgisi hakkındaki verileri içermektedir. Hazırlanan tablo yardımı ile Excel programında, 'anahtar kelimeler', 'dergiye göre yayın sayısı', 'yıllara göre yazar sayısı', 'kurumlar arası iş birliği' ve 'ülkeler arası iş birliği' parametrelerinin yer aldığı bir matris oluşturulmuştur. Literatürdeki gelişim seyrini belirlemek için elektronik tabloda yer alan; dergi, yazar, ülke, kurum, yıllara göre yazarlık, yıllara göre çalışma sayısı ve anahtar kelimelerin frekans analizleri yapılmıştır. Oluşturulan matris Ucinet 6.691 paket programı yardımı ile derece merkezi, Bonacich gücü, arasındalık ve yakınlık merkezi parametrelerine göre analiz edilmiş ve sonuçlar tartışılmıştır. Ayrıca anahtar kelimelerin birlikte görünümü, ortak atıf analizleri için benzerliklerin görselleştirilmesi (VOS) görüntüleme yazılımı kullanılmıştır.

BULGULAR

Yıllara Göre Yayın Sayısı

1985'ten 2019'a kadar turist rehberliği alanında yayınlanmış araştırmaların sayısı Şekil 1'de sunulmuştur. Turist rehberliği ile ilgili ilk makale 1989 yılında yayınlamıştır. Ancak bu konuda düzenli yayınlar 2008 yılı itibariyle 6 makale ile başlamıştır. 2008 ve 2013 yılları arasında yayın sayısında düzenli bir artış olduğu görülmüştür. Bu durum, 2008 ve 2013 yılları arasında turizm

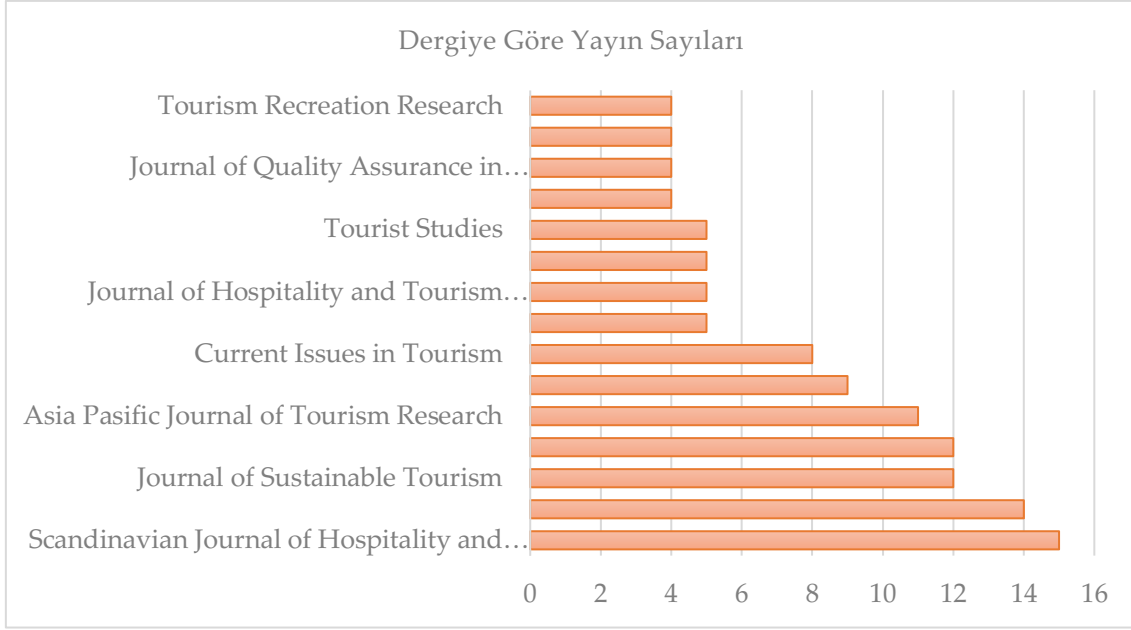
rehberliğindeki araştırma konularının daha popüler hale geldiğini göstermektedir. 2013 yılından 2019 yılına kadar dalgalı bir gelişim görülmektedir. 2019 yılı en fazla yayın yapılan yıldır. 2018 yılında ise 31 makalenin yayımlandığı ve yıllar bazında en çok makale yayınlanan ikinci yıl olduğu belirlenmiştir.



Şekil 1. Yıllara Göre Yayın Sayısı

En Üretken Dergiler

15 konaklama ve turizm dergisinde, turist rehberliği anahtar kelimesi ile belirtilen 245 adet makale yayınlanmıştır. Turizm rehberliği ile ilgili makaleleri yayınlayan dergilerin dağılımları Şekil 2’de gibi gösterilmiştir. Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism dergisi, turizm rehberliği üzerinde önemli bir etki gösteren, en fazla sayıda turizm rehberliği makalesi (15) yayınlayan dergidir. Bunu; Annals of Tourism Research (14), Journal of Sustainable Tourism (12), Tourism Management (12), Asia Pasific Journal of Tourism Research (11) dergileri takip etmiştir. Dergi kategorisi incelendiğinde, turizm rehberliği ile ilgili makale yayınlayan en üretken dergilerin turizm ve ağırlama dergileri olduğu görülmüştür. Bununla birlikte turizm rehberliği makaleleri turizm ve ağırlama dergileri dışında teknoloji dergilerinde de yayımlandığı belirlenmiştir.



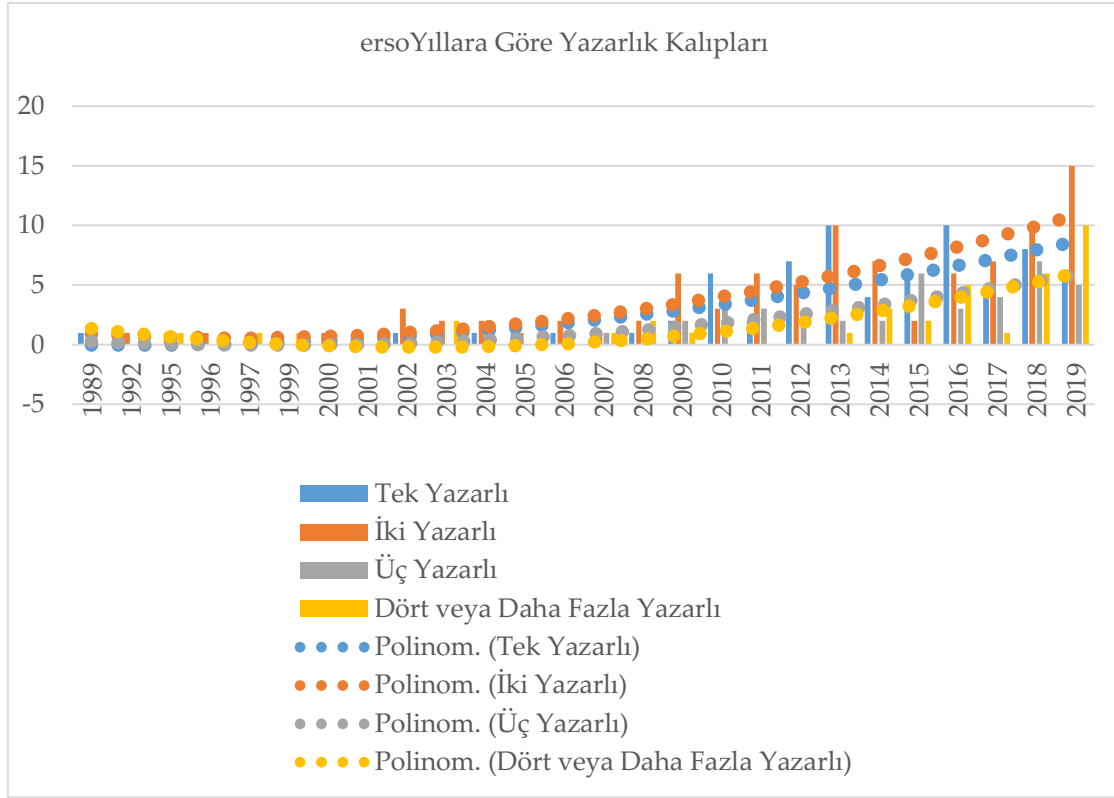
Şekil 2. Dergiye Göre Yayın Sayıları

Yıllara Göre Yazarlık Kalıpları

Araştırma bulguları, yazarlık kalıpları içinde en fazla artışın iki yazarlı makale sayısında olduğunu göstermektedir. Bu durum, bir turizm rehberliği makalesinin üretilmesinde en az iki kişi arasındaki bilimsel iş birliğinin artan bir eğilim olduğunu göstermektedir.

Daha ayrıntılı bakıldığında, işbirliği ile yapılan makale sayısı 1992 yılından 2019 yılına kadar sürekli arttığı, ayrıca, tüm yıllar toplamında 94 makale ile en fazla iş birliğinin sadece iki yazarlı makalelerde olduğu görülmüştür. Sadece iki yazarlı makale sayısı 1992 ve 2017 yılları arasında dalgalı bir gelişim göstermiştir. İki yazarlı makale sayısının 15 makale ile 2019 yılında en fazla olduğu görülmektedir. Bu, 2019 yılında iki kişinin ortaklaşa yaptığı turizm rehberliği makalelerinin daha popüler hale geldiğini göstermektedir.

Yazarlık kalıpları bulgularına göre, tek yazarlı makalelerin sayısı 73'tür. Sadece iki yazarlı makale sayısı gibi 1989 ve 2019 yılları arasında dalgalı bir gelişim seyretmiştir. En fazla tek yazarlı makalenin on makale ile 2013 ve 2016 yıllarında yayınlandığı görülmüştür. Ayrıca 2016 yılında, tek yazarlı makale sayısı iki yazarlı makale sayısından yüksektir. Benzer bir eğilim üç yazarlı ve dört ve daha fazla yazarlı makalelerde de görülmektedir. 1996-2006 yılları arasında üç yazarlı makale yayınlanmamıştır. 2006 yılı itibariyle üç yazarlı makale sayısı dalgalı bir gelişim göstermiş ve en fazla üç yazarlı makale yedi makale ile 2018 yılında yayınlanmıştır. Dört ve daha fazla yazarlı makale sayısı da benzer bir gelişim göstermiş ve 10 makale ile en fazla 2019 ve 6 makale ile 2018 yılında yayınlanmıştır.



Şekil 3. Yıllara Göre Yazarlık Kalıpları

Ağdaki Kritik Yazarlar

Tablo 1, yazarların derece merkezine, normalize edilmiş Bonacich gücüne, arasındalık ve yakınlık merkezine dayalı turizm rehberliği çalışmalarındaki kritik yazarların bulgularını sunmaktadır. Tablo 1’de görüldüğü gibi, Roland Siegwart’ın derece merkezi ve normalize edilmiş Bonacich gücüne göre turizm rehberliği çalışmalarında en kritik yazar olarak ortaya çıktığı tespit edilmiştir. Aynı göstergelere göre ikinci sırada Guy Ramel yer almaktadır. Ancak diğer göstergelere göre bu sıralama değişmektedir.

Derece merkeziliği, araştırmacılar tarafından güçlü iş birliğini temsil etmek için en yaygın ve en basit ölçümdür. Bununla birlikte ortaklığın ve sadeliğine rağmen, derece merkeziliği akademik değerlendirmede, sahip olduğu toplam iş birliği sayısına bakarak akademisyenin iş birliğinin gücünü ölçtüğü için çok önemlidir (Köseoğlu vd., 2016). Bu nedenle derece merkeziliğine göre, bir araştırmacı güçlü bir iş birliği ağına sahip olduğunda, akademik toplulukta daha aktif ve etkili olmaya eğilimli olacaktır.

Bununla birlikte, bir araştırmacının merkezi olması diğer araştırmacılarla yaptığı iş birliğinin genişliğine bağlı olduğundan, Bonacich (1972) bir araştırmacının gücünün, etrafındaki diğer araştırmacıların gücünden etkilenmesi gerektiğini savunmuştur. Bu durumda, Mathieu Meisser derece merkeziliğine göre üçüncü sırada yer alırken; komşu düğümlerin etkisi dâhil edildiğinde dördüncü sırada olduğu görülmektedir. Bu durum, Bonacich’in yaklaşımına göre Mathieu Meisser’in gücünün bazı iş birlikçilerinin nispeten düşük güç seviyelerinden olumsuz yönde etkilendiğini göstermektedir. Öte yandan Ralp Piguet derece merkeziliği yaklaşımına göre dördüncü sırada iken; normalize edilmiş Bonacich gücüne göre üçüncü sıradadır. Dolayısıyla bu durum Ralp Piguet’in, iş birliği gücünün çoğunlukla iş birliği yapan komşularının daha yüksek derece kuvvetinden etkilendiğini gösterir. Buna ek olarak yaygın olarak kullanılan diğer

merkeziyet ölçütünden biri olan arasındalık merkezine göre Roland Siegwart altıncı sırada yer almakta ve yakınlık merkezine göre de ikinci sırada yer almaktadır.

Tablo 1. Yazarların Derece Merkezi, Normalize Edilmiş Bonacich Gücü, Yakınlık Merkeziliği ve Arasındalık Merkeziliği

Yazar	DG	Yazar	NBP	Yazar	CC	Yazar	BC
Roland Siegwart	36	Roland Siegwart	6,056	Mathieu Meisser	0,488	Betty Weiler	91,000
Guy Ramel	34	Guy Ramel	5,730	Roland Siegwart	0,488	Songshan(Sam) Huang	36,000
Mathieu Meisser	33	Ralph Piguet	5,561	Guy Ramel	0,488	Sheng-Hshiong Tsaur	28,000
Ralph Piguet	29	Mathieu Meisser	5,337	Ralph Piguet	0,488	Meltem Caber	18,000
Kai O. Arras	28	Kai O. Arras	5,168	Roland Philippsen	0,488	Guy Ramel	16,000
Samir Bouabdallah	28	Samir Bouabdallah	5,168	Kai O. Arras	0,488	Roland Siegwart	16,000
Daniel Burnier	28	Daniel Burnier	5,168	Samir Bouabdallah	0,488	Mathieu Meisser	16,000
Gilles Froidevaux	28	Gilles Froidevaux	5,168	Daniel Burnier	0,488	Susan Houge Mackenzie	10,000
Xavier Greppin	28	Xavier Greppin	5,168	Gilles Froidevaux	0,488	Jinsoo Hwang	6,000
Björn Jensen	28	Björn Jensen	5,168	Xavier Greppin	0,488	Gürel Çetin	6,000

Not: DG: Derece Merkezi; NBP: Normalize Edilmiş Bonacich Gücü, CC: Yakınlık Merkeziliği; BC: Arasındalık Merkeziliği

Arasındalık ölçütü, çeşitli yazarlar arasında bir köprü veya kanalı temsil eder. Bir yazarın daha fazla kanalı olduğunda daha fazla gücü vardır. Bu nedenle, Betty Weiler'in turizm rehberliği çalışmaları ağında daha fazla kanala sahip olduğu ve onu daha az bağımlı ve güçlü kılan bir yazar olduğu görülmektedir. Songsan (Sam) Huang, Sheng-Hshiong Tsaur ve Meltem Caber gibi yazarlar da arasındalık merkezi ölçütüne göre Betty Weiler'i takip etmektedir.

Yakınlık, bu çalışmada kullanılan diğer bir merkeziyet ölçütüdür ve yazarların akademik iş birliği açısından birbirine yakınlıklarını açıklar. Arasındalık sonuçlarından farklı olarak Mathieu Meisser birinci sıradadır. Bunu Roland Siegwart, Guy Ramel, Ralph Piguet takip etmektedir. Yakınlık merkeziliği ölçütü sonuçları, bu yazarların akademik iş birliklerinde daha yüksek bir yakınlığa sahip olduğunu göstermektedir.

Kurum ve Ülkelerin Dağılımı

Dünyanın dört bir yanındaki çeşitli üniversitelerden ve kurumlardan yapılan turizm rehberliği çalışmalarının olduğu görülmüştür. 245 makalede 33 ülkeden toplam 222 kurum olduğu tespit edilmiştir. Tablo 2, turist rehberliği alanına katkıda bulunan kurumların derece merkezlerini ve normalize edilmiş Bonacich güçlerini göstermektedir.

Tablo 2. Dereceye ve Normalleştirilmiş Bonacich Gücüne Göre Kurumlar

Üniversite	Derece Merkezi	Üniversite	Normalize Edilmiş Bonacich Gücü
University of Missouri	20	Ming Chuan University	8.452
Ming Chuan University	20	University of Missouri	7.560
University of Tennessee	14	National Kaohsiung University	5.968
Southern Cross University	14	Chihlee University	5,968
Norfolk State University	12	Chihlee Institute of Technology	2,569
Middle Tennessee University	12	National Chiayi University	2,093
National Kaohsiung University	12	North Carolina State University	1,298
Chihlee University	12	The Hong Kong Polytechnic University	0,878
Texas Tech University	12	University of Surrey	0,483
Georgia Southern University	12	University of South Australia	0,317

Tablo 2'ye göre, derece merkezi en yüksek olan kurum Missouri Üniversitesi'dir. Ardından, Ming Chuan Üniversitesi, Tennessee Üniversitesi, Southern Cross Üniversitesi gelmektedir. Normalize edilmiş Bonacich gücüne göre Ming Chuan Üniversitesi ilk sıradadır. Bunu, Missouri Üniversitesi, National Kaohsiung Üniversitesi, Chihlee Üniversitesi takip etmektedir.

Ming Chuan Üniversitesi derece merkezi sıralamasında ikinci sırada yer alırken normalize edilmiş Bonacich gücü sıralamasında ilk sırada yer almaktadır. Bu durum, Ming Chuan Üniversitesinin, iş birliği içinde olduğu kurumların yüksek derece kuvvetinden etkilendiğini göstermektedir. Missouri Üniversitesi derece merkezi sıralamasında ilk sırada yer alırken, normalize edilmiş Bonacich gücü sıralamasında ikinci sırada yer almaktadır. Dolayısıyla, Missouri Üniversitesi iş birliği içinde olduğu kurumların düşük derece kuvvetinden olumsuz yönde etkilenmektedir.

Turizm rehberliği alan yazınına katkıda bulunan kurumların arasındalık ve yakınlık merkezleri Tablo 3'te gösterildiği gibidir. The Hong Kong Polytechnic University arasındalık merkezi ölçütüne göre ilk sıradadır. Bu durum, The Hong Kong Polytechnic Üniversitesi'nin turizm rehberliği çalışmaları açısından daha fazla kanala sahip olduğunu, daha az bağımlı olduğunu ve daha güçlü bir kurum olduğunu göstermektedir. Ardından National Chiayi University, Providence University ve Ming Chuan University gelmektedir. Kurumların yakınlık merkezi sonuçlarına göre; Providence University ilk sıradadır. Bunu The Hong Kong Polytechnic University, University of Surrey, National Chiayi University takip etmiştir. Sonuçlar, kurumların akademik iş birliklerinde daha yüksek bir yakınlığa sahip olduğunu göstermiştir.

Turizm rehberliği alanına katkıda bulunan ülkeler incelendiğinde dünyadaki en büyük sanayileşmiş ülkelerden biri olan ABD, 34 yayın ile ilk sırada yer almaktadır. Bunu Çin (33) ve İngiltere (21) takip etmektedir. Tablo 4, turizm rehberliği ile ilgili yayınların ülkeler bazında derece merkezini, normalize edilmiş Bonacich gücünü, arasındalık ve yakınlık merkezini göstermektedir.

Tablo 3. Yakınlık ve Arasındalık Merkezine Göre Kurumlar

Üniversite	Yakınlık Merkeziliği	Üniversite	Arasındalık Merkezi
Providence University	0,209	The Hong Kong Polytechnic University	849,000
The Hong Kong Polytechnic University	0,209	National Chiayi University	758,000
University of Surrey	0,207	Providence University	731,000
National Chiayi University	0,207	Ming Chuan University	576,000
China-Asean International University	0,207	University of Missouri	282,000
University of South Australia	0,207	University of British Columbia	273,500
Ming Chuan University	0,206	University of South Australia	242,500
Zhejiang University	0,205	North Carolina State University	217,000
University of Strathclyde	0,205	University of Surrey	146,000
University of Missouri	0,204	Southern Cross University	138,500

Tablo 4. Ülkelerin Derece Merkezi, Normalize Edilmiş Bonacich Gücü, Arasındalık ve Yakınlık Merkezine Göre Dağılımı

Ülke	Derece Merkeziliği	Ülke	Normalize edilmiş Bonacich Gücü	Ülke	Yakınlık Merkeziliği	Ülke	Arasındalık Merkeziliği
USA	44	China	4,733	United Kingdom	0,871	United Kingdom	341,267
UK	27	USA	2,953	USA	0,843	USA	299,233
China	27	Australia	0,784	Australia	0,771	Australia	150,000
Australia	16	UK	0,734	China	0,767	Germany	79,417
Sweden	12	Canada	0,565	Germany	0,724	Netherlands	71,850
Germany	10	Korea	0,385	Singapore	0,720	Sweden	56,367
Netherlands	10	Singapore	0,334	Netherlands	0,704	China	38,083
Canada	10	Turkey	0,249	Sweden	0,704	Tanzania	27,000
Korea	8	Japan	0,123	N. Zeland	0,673	Japan	27,000
Turkey	6	Norway	0,121	Canada	0,666	Korea	25,900

Tablo 4'te görüldüğü gibi derece merkezine göre ilk sırada ABD yer almakta, onu İngiltere ve Çin takip etmektedir. Normalize edilmiş Bonacich gücüne göre; ilk sırayı Çin alırken ABD ikinci sıradadır. Bunun sebebi Çin'in iş birliği içinde olduğu ülkelerin yüksek derece merkeziliğinden olumlu etkilenmesi, ABD'nin ise iş birliği içinde olduğu ülkelerin düşük derece merkeziliğinden olumsuz etkilenmesidir.

Arasındalık merkezi ölçütüne göre, İngiltere ilk sırada yer almakta ve onu ABD ve Avustralya izlemektedir. Bu durum, İngiltere'nin turizm rehberliği çalışmaları açısından daha fazla kanala

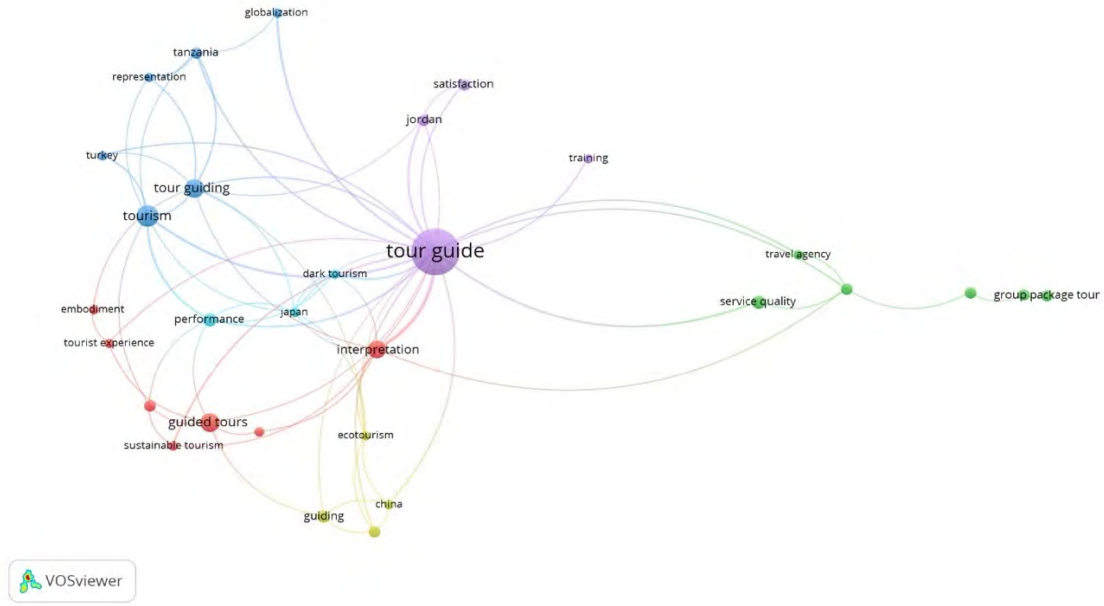
sahip olduğu, daha az bağımlı ve daha güçlü olduğu ile açıklanabilir. Arasındalık merkezine benzer şekilde, yakınlık merkezine göre de İngiltere ilk sırada yer alırken ABD ikinci sıradadır.

Anahtar Kelime Analizi

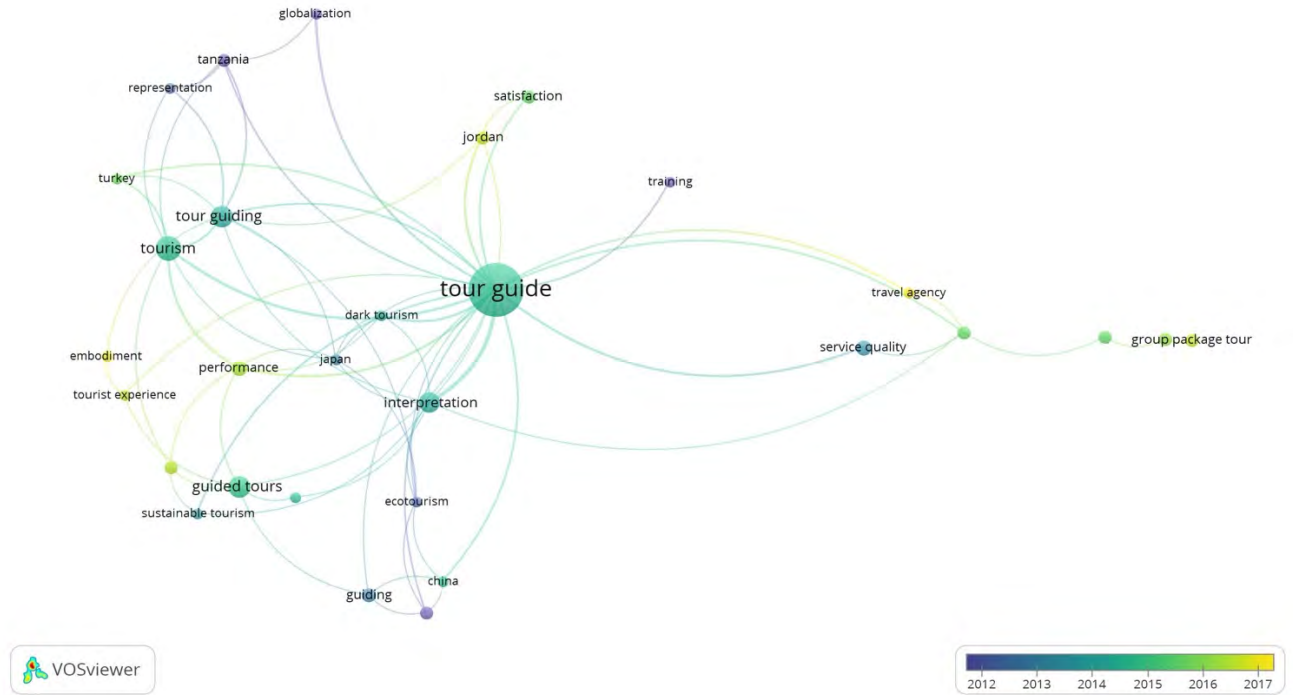
Anahtar kelime birlikte görünüm (keyword co-occurrences) analizi, bir alanının kavramsal uzamını (space) temsil eden temalar ve bu temaların ilişki ağını ortaya çıkarmaktadır. Bu amaçla, bu çalışma kapsamında incelenen makalelerde özetin altında yer alan ve bir çalışmada birlikte görünen anahtar kelimeler incelenmiştir. Bu analiz tekniğinde iki anahtar kelimenin birlikte görüldüğü (her bir makalede yazarlar tarafından vurgulanan anahtar kelimeler) çalışmalar analize dâhil edilmektedir. 1989-2019 yılları arasında yayınlanan 245 çalışmada kullanılan toplam 733 anahtar kelimedenden 69 tanesinin bir çalışmada iki kez birlikte görüldükleri belirlenmiştir. Şekil 4’te ana anahtar kelimeler ve düğümlerin boyutları görünmektedir. Dairelerin yerleşimleri ve renkleri, öğeleri kümelemek için kullanılmaktadır. İki düğüm arasındaki mesafe, anahtar kelimeler arasındaki birlikte görünme sayısı ile ters orantılıdır. Dolayısıyla daha kısa mesafeler iki anahtar kelime arasındaki daha fazla birlikte görünüm olduğunu göstermektedir. Düğümlerin ve anahtar kelimelerin benzer renkleri, aynı kümeye (ilgili anahtar kelimeler grubu) ait oldukları anlamına gelir. Ayrıca kümeler, normalleştirme analizinin "akıllı hareket eden algoritma" tekniğine göre hesaplanan yakından ilişkili düğümler kümesidir ve ağı her düğümü yalnızca bir kümeyle ilgilidir (Lojo vd., 2019).

Anahtar kelimelerin birlikte görünüm eşiği (en az üç kez birlikte görünüm) dikkate alındığında, Şekil 4 en sık birlikte görünen 32 anahtar kelimeyi göstermektedir. Ana kümelere öncülük eden en yaygın anahtar kelimeler şunlardır: “tur rehberi (tour guides-mor)” ve “turizm (tourism-yeşil)”, “rehberli tur (guided tour-kırmızı) ve “yorumlama (interpretation-kırmızı). Mevcut çalışmada anahtar kelimelerin birlikte görünüm ağına altı küme belirlenmiştir. Ancak bu kümelerden ilk üç tanesi en fazla anahtar kelimeye sahip kümelerken diğer üç kelime bir ya da iki anahtar kelimeye sahiptir. Yedi anahtar kelimeye sahip Küme 1, en fazla bağlantıya sahip yorumlama (interpretation), rehberli turlar, turist deneyimi, birlikte üretim ve sürdürülebilir turizm anahtar kelimelerini içermektedir. Altı anahtar kelimeye sahip Küme 2 ise birbirleri ile bağlantılara sahip olan “paket turlar, turist tatmini, hizmet kalitesi ve tur lideri” anahtar kelimelerinden oluşmaktadır. Küme 3 ise ağda en fazla bağlantıya sahip ikinci anahtar kelime olan “turizm”i kapsamakta ve küreselleşme ise temsiliyet (representation) ve tur rehberliği ile ilişkilidir. Ağda en fazla bağlantıya sahip olan tur rehberi kümesi ise tur rehberlerinin tatminleri ve eğitimleri ile bağlantılara sahiptir.

Şekil 5’te anahtar kelimelerin birlikte görünümün zamansal gelişimini göstermektedir. Bu kapsamda küreselleşme, eğitim, temsiliyet (representation) ve eko turizm anahtar kelimelerinin ilgili alan yazında daha yerleşik temalar olduğu görülmektedir. Diğer yandan turist deneyimleri, somutlaştırma (embodiment), seyahat acentaları, grup paket turları ve performans temalarının daha genç temalar olduğu belirlenmiştir.



Şekil 4. Anahtar Kelimelerin Birlikte Görünüm Ağı

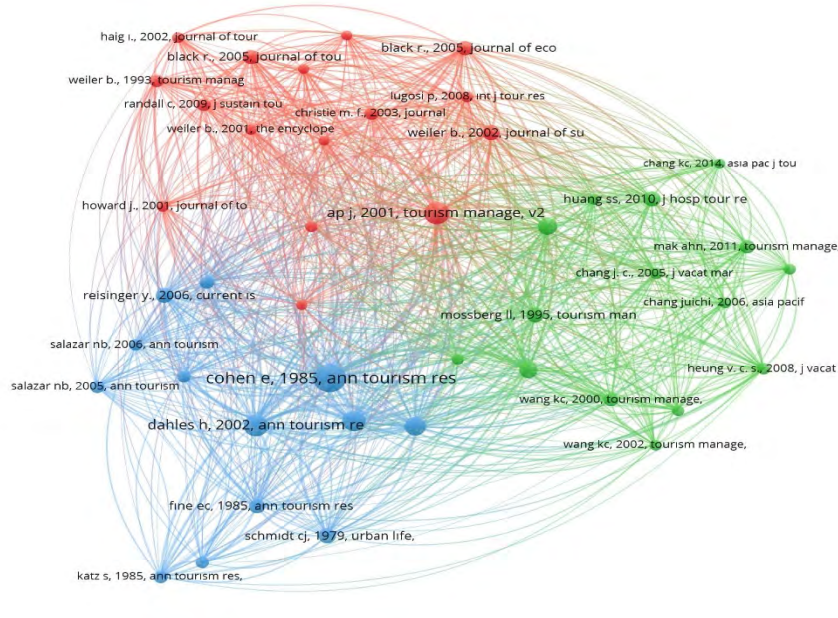


Şekil 5. Anahtar Kelimelerin Birlikte Görünümünün Zamansal Değişimi

Ortak Atıf Analizi: Referanslar

Ortak atıf (co-citation) analizi bir alandaki etkili yayınlar arasındaki ilişkilerin ağ görselleştirmelerini oluşturmak için kullanılmaktadır. Ortak atıf analizi, disiplinler arası bir

alanda potansiyel olarak farklı disiplinlerin katkılarını inceler (Jiang vd., 2019). Ortak-atıf çalışması, iki ögeye (yazar, dergi ya da makale) üçüncü bir çalışmada eşzamanlı bir şekilde atıf yapıldığında, yeni referans listelerinde birlikte görüldükleri için dikkate alınır (Garrigos-Simon vd., 2019). Şekil 6, veri kümesinde yer alan alıntılardan türetilen bir referans ortak atıf ağını göstermektedir (çalışmada eşik değeri 15 olarak alınmıştır). Ağdaki düğümler atıf yapılan referansları temsil etmektedir ve bir düğümün boyutu, alıntı yapılan referanslar tarafından alınan alıntılarının sayısı ile orantılıdır. Mevcut çalışmada referans ortak atıf ağı üç küme ve 44 düğümden oluşmaktadır. Ağda, Cohen, E. (1985) makalesi 77 atıf ve 390 toplam bağlantı gücü ile veri setine ait ağa liderlik etmektedir. Ardından Ap'in (2001) rehberlerin mesleki durumu ve sorunları ile tur rehberleri tarafından sağlanan hizmetlerin standardını, tanınmasını ve kalitesini yükseltmek için stratejiler önerdiği makalesi 50 atıf ve 311 toplam bağlantı gücü ile ikinci sıradadır. Rehberlerin eşsiz turist deneyimi tatminindeki ve turistler-yerel halk arasındaki ilişkileri kolaylaştırıcı rolünü vurguladığı çalışma ile Holloway (1981) 41 atıf ile üçüncü sırada yer almaktadır.



Şekil 6. Referans Ortak Atıf Ağı

Tablo 5. Referans Ortak Atıf ve Toplam Bağlantı Gücü

Yazar/Yazarlar	Makale	Dergi	Atıf	Toplam Bağlantı Gücü
Cohen, E.	The tourist guide: The origins, structure and dynamics of a role	Annals of Tourism Research	77	390
Ap, J. ve Wong, K.K.F.	Case study on tour guiding: professionalism, issues and problems	Tourism Management	50	311
Holloway, J.C.	The guided tour a sociological approach	Annals of Tourism Research	41	282
Dahles, H.	The Politics of Tour Guiding: Image Management in Indonesia	Annals of Tourism Research	44	263
Zhang, H. Q. ve Chow, I.	Application of importance-performance model in tour guides' performance: evidence from mainland Chinese outbound visitors in Hong Kong	Tourism Management	30	202
Geva, A. ve Goldman, A.	Satisfaction measurement in guided tours	Annals of Tourism Research	27	199

Mossberg, L. L.	Tour leaders and their importance in charter tours	Tourism Management	22	166
Weiler, B. ve Ham, S. H.	Tour Guide Training: A Model for Sustainable Capacity Building in Developing Countries	Journal of Sustainable Tourism	22	162
Black, R. ve Ham, S.	Improving the Quality of Tour Guiding: Towards a Model for Tour Guide Certification	Journal of Ecotourism	21	153
Fine, E.C. ve Speer, J. H.	Tour guide performances as sight sacralization	Annals of Tourism Research	21	136
Huang, S. S., Hsu, C. H., Chan, A.	Tour guide performance and tourist satisfaction: A study of the package tours in Shanghai	Journal of Hospitality & Tourism Research	22	134
Reisinger, Y. ve Steiner, C.	Reconceptualising Interpretation: The Role of Tour Guides in Authentic Tourism	Current Issues in Tourism	22	131
Schmidt, C.J.	The Guided Tour: Insulated Adventure	Urban Life	22	127
Black, R. ve Betty, W.	Quality Assurance and Regulatory Mechanisms In The Tour Guiding Industry: A Systematic Review	Journal of Tourism Studies	20	125
Pearce, P.L.	Tourist-guide interaction	Annals of Tourism Research	15	118
Wang, K.C.; Hsieh, A.T. ve Huan, T. C.	Critical service features in group package tour: An exploratory research	Tourism Management	17	114
Mak, A. H. N.; Wang, K. K. F. ve Chang, R. C. Y.	Critical issues affecting the service quality and professionalism of the tour guides in Hong Kong and Macau	Tourism Management	19	105
Christie, M. F. ve Mason, P. A.	Transformative Tour Guiding: Training Tour Guides to be Critically Reflective Practitioners	Journals of Ecotourism	16	97
Weiler, B. ve Davis, D.	An exploratory investigation into the roles of the nature-based tour leader	Tourism Management	16	96
Randall, C. ve Rollins, R. B.	Visitor perceptions of the role of tour guides in natural areas	Journal of Sustainable Tourism	15	89
Katz, S.	The Israeli teacher-guide: The emergence and perpetuation of a role	Annals of Tourism Research	15	87
Salazar, N. B.	Tourism and glocalization "Local" Tour Guiding	Annals of Tourism Research	15	77

SONUÇ

Bu bibliyometrik çalışma, turizm rehberliği alanında yapılan çalışmalarda yazarlar arasındaki iş birliğinin gelişimini ve bu alandaki çalışmaların nasıl geliştiğine dair eleştirel bir bakış sağlamayı amaçlamaktadır. Bu çalışmada Web of Science ve Scopus veri tabanlarında 1985-2019 yılları arasında yayınlanan 245 adet turist rehberliği konulu makaleden veri alınmıştır. Bu çalışma, turist rehberliği alanında ortak atıf analizi ve anahtar kelimelerin birlikte görünümünün ağ görselleştirmesi ile sunan ilk çalışmalardan biridir.

Turist rehberliği ile ilgili araştırmalar 1985 yılında başlamış olmasına karşılık 2008 yılından itibaren yayınlarda düzenli bir artış gözlenmeye başlamıştır. 2008-2013 yılları arasında yayın sayısında bir atış ortaya çıkmış ancak 2019 yılına kadar turist rehberliği yayınları dalgalı bir gelişim göstermiştir. Ancak 2018 yılından itibaren dikkate değer bir artış gözlenmiştir. Bununla birlikte, turist rehberliği literatürü, turizmdeki diğer araştırma konuları ile karşılaştırıldığında çalışma sayısının sınırlı olduğu söylenebilir. Dergilere ilişkin araştırma bulguları, turist rehberliği için ana yayın kategorilerinin turizm ve konaklama dergileri olduğunu göstermektedir. Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism, Annals of Tourism Research, Tourism Management, Journal of Travel Research, Journal of Travel and Tourism Marketing ve Sustainability dergileri turizm rehberliği ile ilgili en fazla yayının bulunduğu dergilerdir. Ayrıca son yıllarda robot rehberler ve teknolojik rehberler temalarının teknoloji dergilerinde de yayınlandığı, ancak bu konuların oldukça sınırlı olduğu belirlenmiştir. Özellikle teknolojideki

gelişimler ve turist deneyimlerindeki dönüşümler ile birlikte bu temalardaki araştırmaların artış göstereceği söylenebilir.

Turist rehberliği alanında bilginin üretilmesinde katkıda bulunan yazarlar incelendiğinde Roland Siegwart ve Guy Ramel'in turizm rehberliği çalışmalarında en kritik yazarlar olduğu ve akademik toplulukta daha aktif ve etkili oldukları belirlenmiştir. Ayrıca, Betty Weiler, Songsan (Sam) Huang, Sheng-Hshiang Tsaur ve Meltem Caber'in turizm rehberliği çalışmaları ağında daha fazla kanala sahip oldukları tespit edilmiştir. Benzer şekilde iş birliğinde yakınlık incelendiğinde ise Mathieu Meisser, Roland Siegwart, Guy Ramel ve Ralp Pigué'tin akademik iş birliklerinde daha yüksek bir yakınlığa sahiptirler. Referanslar için ortak atıf ağı bulguları, Cohen'in (1985) turist rehberliği mesleğine ilişkin yayınlanan makalesinin lider olduğunu ortaya koymuştur. Ayrıca, Ap'in (2001) rehberlerin mesleki durumu ve sorunları ile tur rehberleri tarafından sağlanan hizmetlerin standardını, tanınmasını ve kalitesini yükseltmek için stratejiler önerdiği makalesi ağda en fazla atıf alan ve turizm rehberliği alanında en etkili ikinci yayın olduğu ortaya çıkmıştır. Turizm rehberliği alanında bilginin üretiminde ülkelerin durumu incelendiğinde Çin, Amerika ve İngiltere gibi gelişmiş ülkelerdeki üniversitelerin, profesyonel iş birliği yapılmasında kritik roller alan yazarların, turist rehberliği çalışmalarının merkezi olduğu saptanmıştır. İngiltere'nin turizm rehberliği çalışmaları ağında diğer ülkelere göre daha fazla kanala sahip, daha az bağımlı ve daha güçlü ülke olduğu belirlenmiştir. Diğer yandan, iş birliği açısından Çin'in iş birliği içinde olduğu ülkelerin yüksek derece merkeziliğinden olumlu etkilendiği, ABD'nin ise iş birliği içinde olduğu ülkelerin düşük derece merkeziliğinden olumsuz etkilendiği ortaya çıkmıştır.

Anahtar kelimelerin birlikte görünümü, yorumlama, rehberli turlar, turist deneyimi, birlikte üretim, sürdürülebilir turizm, paket turlar, turist tatmini, hizmet kalitesi ve tur lideri anahtar kelimelerin en sık kullanılan ve ağda en fazla bağlantıya sahip anahtar kelimeler olduğunu ortaya çıkarmıştır. Anahtar kelimelerin incelenmesi, turist rehberliği ile ilişkili olarak pazarlama perspektifinin (turist deneyimi, birlikte üretim, turist tatmini, hizmet kalitesi), mesleki ve yönetsel konular (yorumlama, temsiliyet, tur rehberlerinin tatminleri ve eğitimleri, performans), sürdürülebilirlik (sürdürülebilir turizm, ekoturizm) konularının temel anahtar kelimeler olduğunu ortaya koymaktadır. Bu sonuçlar, turist rehberliğinin turizm deneyimi tasarımı ve sunumunda kritik önemini ve literatürde ifade edildiği gibi turist rehberlerinin, iletişimci ve deneyim araçları tanımlarını vurgulamaktadır. Ayrıca, anahtar kelimelerin zamansal değişimi incelendiğinde, ilk yıllardaki turist rehberlerinin eğitimi ve temsiliyet gibi mesleki yerleşik konulardan; performans, somutlaştırma ve turist deneyimi gibi tur rehberlerinin işlevleri ve deneyim üzerine bir geçiş olduğu belirlenmiştir.

Bu çalışma araştırmacılara, turizm rehberliği alanındaki makalelerin yazarlık kalıpları, yayınlandıkları dergiler, anahtar kelime analizi, referans ve dergilerin ortak atıf analizi ve kurum ve yazarlar arasındaki iş birliği analizini sunmaktadır. Bu araştırmanın temel önemi, öncelikle araştırmacılar için turizm rehberliği alanında üretilen bilginin yapısı ve gelişimi hakkında bütüncül ve kapsamlı bir perspektif sunmasıdır. Ayrıca, literatürde sınırlı sayıdaki turizm rehberliğinin bibliyometrik analizinin ortaya çıkarılması araştırmacılara alandaki önemli boşlukları ve gelişime açık alanların sunulması açısından önemlidir. Bununla birlikte, makalenin kapsamı, bazı sınırlıkları da beraberinde getirmektedir. Çalışmanın verileri yalnızca WoS ve Scopus veri tabanlarından elde edilmiş ve araştırma makaleleri ile sınırlandırılmıştır. Bu nedenle gelecekteki araştırmalarda veri tabanı ve yayın türleri çeşitlendirilerek alana ilişkin daha ayrıntılı bir bilgi ağına ulaşılabilmesi mümkün olabilecektir.

KAYNAKÇA

- Anderson, E. W., Fornell, C., and Lehmann, D. R. (1994). Customer satisfaction, market share, and profitability: Findings from Sweden. *Journal of Marketing*, 58(3), 53–66.
- Ap, J. and Wong, F. K.K (2001). Case study on tour guiding: Professionalism, issues and problems. *Tourism Management*, 22 (2001), 551-563.
- Benckendorff, P. (2009). Themes and trends in Australian and New Zealand tourism research: A social network analysis of citations in two leading journals (1994–2007). *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 16(1), 1-15.
- Black, R., Weiler, B., and Chen, H. (2019). Exploring theoretical engagement in empirical tour guiding research and scholarship 1980–2016: A critical review. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 19(1), 95-113.
- Bonacich, P. 1972. *Technique for analyzing overlapping memberships*. H. L. Costner (Ed.), Sociological methodology. San Francisco: Jossey Bass.
- Broadus, R. N. (1987). Toward a definition of “bibliometrics”. *Scientometrics*, 12(5-6), 373-379.
- Chang, K. C. (2014). Examining the effect of tour guide performance, tourist trust, tourist satisfaction, and flow experience on tourists' shopping behavior. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 19(2), 219-247.
- Collins, V. R., 2000. *Becoming a Tour Guide: The Principles of Guiding and Site Interpretation*. Continuum: London and New York.
- Dahles, H. (2002). The politics of tour guiding image management in Indonesia. *Annals of Tourism Research*, 29 (3), 783-800.
- De la Hoz-Correa, A., Muñoz-Leiva, F., and Bakucz, M. (2018). Past themes and future trends in medical tourism research: A co-word analysis. *Tourism Management*, 65, 200-211.
- Della Corte, V., Del Gaudio, G., Sepe, F., and Sciarelli, F. (2019). Sustainable tourism in the open innovation realm: A bibliometric analysis. *Sustainability*, 11(21), 1-18.
- Durán Domínguez, A., Río Rama, M. D. L. C. D., and Álvarez García, J. (2017). Bibliometric analysis of publications on wine tourism in the databases Scopus and WoS, *European Research on Management and Business Economics*, 23 (2017), 8-15.
- Figuroa-Domecq, C., Palomo, J., Flecha, M. D., Segovia-Perez, M., and Vico, A. (2017). Is the tourism and gender research area igniting: A bibliometric analysis. *Revista Turismo & Desenvolvimento*, 2(27/28), 173-175.
- Fine, E. C., and Speer, J. H. (1985). Tour guide performances as sight sacralization. *Annals of Tourism Research*, 12(1), 73-95.
- Galvagno, M., and Giaccone, S. C. (2019). Mapping creative tourism research: Reviewing the field and outlining future directions. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 43(8), 1256-1280.
- García-Lillo, F., Úbeda-García, M., and Marco-Lajara, B. (2016). The intellectual structure of research in hospitality management: A literature review using bibliometric methods of the journal *International Journal of Hospitality Management*. *International Journal of Hospitality Management*, 52, 121-130.
- Garrigos-Simon, F. J., Narangajavana-Kaosiri, Y., and Narangajavana, Y. (2019). Quality in tourism literature: A bibliometric review. *Sustainability*, 11(14), 1-22.

- Garrigos-Simon, F. J., Narangajavana-Kaosiri, Y., and Lengua-Lengua, I. (2018). Tourism and sustainability: A bibliometric and visualization analysis. *Sustainability*, 10(6), 1-23.
- Geva, A. and Goldman, A. (1991). Satisfaction measurement in guided tours. *Annals of Tourism Research*, 18, 177-185.
- Grönroos, C. (1978). A service-orientated approach to marketing of services. *European Journal of marketing*. 12(8), 588-601.
- Hansen, A. H., and Mossberg, L. (2017). Tour guides' performance and tourists' immersion: Facilitating consumer immersion by performing a guide plus role. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 17(3), 259-278.
- <https://wftga.org/> (Erişim Tarihi: 15.12.2019)
- Huang, S., Hsu, C. H., and Chan, A. (2010). Tour guide performance and tourist satisfaction: A study of the package tours in Shanghai. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 34(1), 3-33.
- Jiang, Y., Ritchie, B. W., and Benckendorff, P. (2019). Bibliometric visualisation: An application in tourism crisis and disaster management research. *Current Issues in Tourism*, 22(16), 1925-1957.
- Kaygalak-Çelebi, S., and Kırlar-Can, B. (2019). Bibliometric analysis of articles in the field of tourism guidance. *International Journal of Contemporary Tourism Research*, 3(2), 213-223.
- Köseoğlu, M. A., Rahimi, R., Okumuş, F., and Liu, J. (2016). Bibliometric studies in tourism. *Annals of Tourism Research*, 61, 180-198.
- Liao, H., Tang, M., Luo, L., Li, C., Chiclana, F., and Zeng, X. J. (2018). A bibliometric analysis and visualization of medical big data research. *Sustainability*, 10(1), 1-18.
- Mackenzie, S. H., and Kerr, J. H. (2013). Stress and emotions at work: An adventure tourism guide's experiences. *Tourism Management*, 36, 3-14.
- Mak, A. H. N., Wong, K. K. F., and Chang, R. C. Y. (2011). Critical issues affecting the service quality and professionalism of the tour guides in Hong Kong and Macau. *Tourism Management*, 32 (6), 1442-1452.
- Min, J. C. H. (2011). Tour guides and emotional intelligence. *Annals of Tourism Research*, 38 (2011), 309-330.
- Min, J. C. H. (2012). A short-form measure for assessment of emotional intelligence for tour guides: development and evaluation. *Tourism Management*, 33 (2012), 155-167
- Min, J. C. H. (2013). The relationships between emotional intelligence, job stress, and quality of life among tour guides. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 19 (10), 1170-1190.
- Mossberg, L. L. (1995). Tour leaders and their importance in charter tours. *Tourism Management*, 16(6), 437-445.
- Mulet-Forteza, C., Genovart-Balaguer, J., Mauleon-Mendez, E., and Merigó, J. M. (2019). A bibliometric research in the tourism, leisure and hospitality fields. *Journal of Business Research*, 101, 819-827.
- Mulet-Forteza, C., Martorell-Cunill, O., Merigó, J. M., Genovart-Balaguer, J., and Mauleon-Mendez, E. (2018). Twenty-five years of the Journal of Travel & Tourism Marketing: a bibliometric ranking. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 35(9), 1201-1221.
- Niñerola, A., Sánchez-Rebull, M. V., and Hernández-Lara, A. B. (2019). Tourism research on sustainability: A bibliometric analysis. *Sustainability*, 11(5), 1377.

- Okumuş, B., Köseoğlu, M. A., and Ma, F. (2018). Food and gastronomy research in tourism and hospitality: A bibliometric analysis. *International Journal of Hospitality Management*, 73, 64-74.
- Poudel, S., NyAUPANE, G. P., and Timothy, D. J. (2013). Assessing visitors preference of various roles of tour guides in the Himalayas. *Tourism Analysis*, 18(1), 45-59.
- Räikkönen, J. (2014). *Enabling experiences – the role of tour operators and tour leaders in creating and managing package tourism experiences*. PhD. Turku School of Economics.
- Randall, C., and Rollins, R. B. (2009). Visitor perceptions of the role of tour guides in natural areas. *Journal of Sustainable Tourism*, 17(3), 357-374.
- Salazar, N. B., 2012. Community-based cultural tourism: Issues, threats and opportunities. *Journal of Sustainable Tourism*, 20(1), 9–22.
- Sánchez, A. D., Del Río, M. D. L. C., and García, J. Á. (2017). Bibliometric analysis of publications on wine tourism in the databases Scopus and WoS. *European Research on Management and Business Economics*, 23(1), 8-15.
- Serrano, L., Sianes, A., and Ariza-Montes, A. (2019). Using bibliometric methods to shed light on the concept of sustainable tourism. *Sustainability*, 11(24), 6964.
- Shen, Y., Morrison, A. M., Wu, B., Park, J., Li, C., and Li, M. (2018). Where in the world? A geographic analysis of a decade of research in tourism, hospitality, and leisure journals. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 42(2), 171-200.
- Strandberg, C., Nath, A., Hemmatdar, H., and 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.
- Vishwakarma, P., and Mukherjee, S. (2019). Forty-three years journey of Tourism Recreation Research: a bibliometric analysis. *Tourism recreation research*, 44(4), 403-418.
- Weiler, B., and Black, R. (2015). The changing face of the tour guide: one-way communicator to choreographer to co-creator of the tourist experience. *Tourism Recreation Research*, 40(3), 364-378.
- Weiler, B., Black, R., and Torland, M. (2014). Tour guiding research and scholarship: A review of 50 years of research. *CAUTHE 2014: Tourism and Hospitality in the Contemporary World: Trends, Changes and Complexity*, 1181-1185.
- Yale, P. (1995). *The business of tour operations*. Addison Wesley Longman Ltd.
- Zerva, K. and Nijkamp, P. (2016). Tour guides as information filters in urban heterotopias: evidence from the Amsterdam Red Light District. *Tourism Management Perspectives*, 18 (2016), 42-50.
- Zhang, H. Q., and Chow, I. (2004). Application of importance-performance model in tour guides' performance: evidence from mainland Chinese outbound visitors in Hong Kong. *Tourism management*, 25(1), 81-91.