

Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi'nin Bibliyometrik Analizi: Araştırma Konuları ve Kurumlar Arası İş Birliğinin Sosyal Ağ Analizi ile İncelenmesi

Bibliometric Analysis of Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi: An Analysis of Research Subjects and Institutional Collaboration through Social Network Analysis

Deniz Karagöz* ve Nazmi Kozak**

Öz

Araştırma konuları ve kurumlar arası iş birliği, bilimsel bir toplulukta bilgi ağ yapılarının biçimleri ve bilgi trafiğinin akışı hakkında önemli bilgiler veren alanlardır. Çalışmanın amacı, 1997 yılından itibaren hakemli olarak yayımlanan Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi özelinde turizm bilgi ağ yapısının ve kurumsal iş birliği yapısının ortaya çıkarılması, araştırma konularının ve kurumlar arası iş birliği ağ yapı içerisindeki rollerinin belirlenmesi ve bağlantıların incelenmesidir. Veriler Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi'nde 1997-2010 yılları arasında yayımlanan hakem denetimli makalelerden elde edilmiştir. Ağ yapıyı tanımlamak ve yapılar arasındaki bağlantıları incelemek amacıyla sosyal ağ analizi kullanılmıştır. Bu amaçla UCINET ve Netdraw programlarından yararlanılmıştır. Çalışma sonucunda, turizm bilgi ağının genelinde disiplinlerarası bir yaklaşımdan ziyade daha merkezi olma eğiliminde olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Yönetim, pazarlama, ekonomi, eğitim, muhasebe-finance, sağlık ve ulaştırma konularının diğer araştırma konularına göre kendi aralarında birbirleriyle daha bağlantılı olduğu belirlenmiştir. Kurumsal iş birliği açısından ise üniversiteler arasındaki iş birliği oranının oldukça düşük düzeyde olduğu; belirlenen bu ağ yapı içerisinde Dokuz Eylül, Gazi ve Mersin Üniversitelerinin bilimsel bilginin üretiminde merkezi bir rol üstlendikleri ve bilginin diğer üniversitelere yayılmasında önemli rolleri olduğu tespit edilmiştir.

Anahtar Sözcükler: Turizm araştırma konuları; bilgi ağ yapısı; kurumlar arası iş birliği; sosyal ağ analizi; Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi.

Abstract

Research subjects and collaboration between universities are important knowledge fields about forms of knowledge networks structures in a scientific community and flow of knowledge traffic. The aims of this study revealed to tourism knowledge network structure and institutional collaboration and examined to the roles of research subjects and collaboration into tourism network structure based on published articles in Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi. The data was collected from refereed articles in Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi between years of 1997-2010. Social Network Analysis is used to define network structure and to examine links between structures. For that purpose, UCINET and Netdraw programs were utilized. At the end of this study, tourism knowledge structure generally has central structure rather than interdisciplinary structure. Management, marketing, economy, education, accounting-finance, health and transportation research subjects are to be linked with each other rather than other research subjects. In this research, institutional collaborations are determined in low degree. In addition important roles are determined of University of Dokuz Eylül, University of Gazi and University of Mersin at institutional collaboration and separation of knowledge to other universities.

Keywords: Tourism research subjects; knowledge network structure; institutional collaboration; social network analysis; Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi.

* Yrd. Doç. Dr. Anadolu Üniversitesi, Turizm Fakültesi. e-posta: dkaragoz@anadolu.edu.tr.

** Prof. Dr. Anadolu Üniversitesi, Turizm Fakültesi. e-posta: nkozak@anadolu.edu.tr.

Giriş

Bibliyometrik araştırmalar ile yayınların belirli özellikleri incelenerek bilimsel iletişime ilişkin çeşitli bulgular elde etmek mümkündür (Al ve diğerleri, 2010). Bilindiği üzere bibliyometri, “matematiksel ve istatistiksel tekniklerle, yayınlanmış dergi, kitap vb. bilimsel bilgi paylaşım araçlarının incelenmesinde kullanılan yöntem” olarak tanımlanmaktadır (Pritchard, 1969). Elde edilen bulgulardan, bir derginin iç değerlendirmesine yönelik olarak mikro düzeyde ya da bir ülkenin bilim politikasına şekil vermek amacıyla makro düzeyde yararlanılabilmektedir. Bu çalışmanın amacı, Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi’nde yayımlanan hakem denetimli makaleleri inceleyerek turizm araştırmalarında ele alınan araştırma konularını sınamak, turizm bilgisinin ağ yapısını incelemek, araştırma konuları ve kurumlar arasındaki iş birliği bağlantılarının ortaya çıkarılması ile alana ilişkin bir bakış açısı sunmaktır.

Yayın yaşamına 1990 yılında başlayan ve 1997 yılından beri hakemli bir dergi olarak yayımlanan Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi, Türkiye’de turizm ve yakın alanları olan konaklama işletmeciliği, seyahat işletmeciliği, yiyecek-içecek işletmeciliği başta olmak üzere; turizm disiplininin yakın ilgi ve ilişki içerisinde olduğu dallarda hazırlanmış hakem denetimli makaleleri yayımlayan, Türkiye’de alanında lider bir dergidir. Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi’nin, turizm alanında en eski dergi ve uzun yıllar yayımlanıyor olması ve uluslararası veri tabanları tarafından taranması, dergiyi ayrıcalıklı bir konuma getirmektedir. Bu açıdan söz konusu dergide yayımlanan hakem denetimli makalelerin incelenmesi ülkemizdeki turizm bilgisinin analiz edilmesi açısından son derece önemli olacağı düşünülmektedir. Bu çalışmada Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi’nde 1997-2010 yılları arasında yayımlanan hakem denetimli dergiler üzerinde yapılan değerlendirme süreci ve elde edilen bulgular yer almaktadır.

Alan Yazın

Turizm araştırmalarındaki artış, turizm yazınına bireylerin ve kurumların katkısına yönelik ilgi ve araştırma performansının değerlendirilmesi gibi nedenlerden dolayı bibliyometrik çalışmalar özellikle de akademik dergilerin bibliyometrik incelemeleri günümüzde turizm çalışmalarında önemli bir alan haline gelmiştir (Hall, 2011). Akademik dergilerin bibliyometrik analizi, ilgili alanda araştırmaların evrimi hakkında doğrulanabilir sonuçlar sağlamaktadır. Ayrıca akademik dergilerin dönemler itibarıyla incelenmesi, araştırmalardaki eğilimlerin izlenmesi ve bilginin ilerlemesinde bu eğilimlerin katkısının değerlendirilmesi açısından oldukça önemlidir (Xiao ve Smith, 2006). Turizm alanında, turizm bilgisinin yapısı, evrimi ve ilerlemesine ilişkin değerlendirmelere ulaşabilmek amacıyla turizmle ilgili akademik dergilerin incelendiği çeşitli araştırmalar yapılmıştır. Bu çerçevede araştırmalarda içerik analizi, atıf analizi, yazarlık ve ortak yazarlık analizi ve sosyal ağ analizi gibi çeşitli yöntemler kullanılmıştır.

Dergilerin bibliyometrik analizinde içerik analizinin kullanıldığı çalışmalar incelendiğinde, turizm alanında Kim (1998) turizm alanının dünyadaki öncü dergilerini inceleyerek turizm alanına en çok katkı veren ülkeleri ve araştırma kategorilerini tespit ettiği görülmektedir. Sheldon (1991) ise dünyadaki bazı öncü dergilerinde 1980-1989 yıllarında yayımlanan araştırma makalelerini yazarlarına, yazarların statülerine ve çalıştıkları kurumlara göre incelemiştir. Ayrıca Xiao ve Smith (2006) *Annals of Tourism Research (ATR)* dergisinde 1973-2003 yılları arasında yayımlanan araştırmaları inceleyerek araştırmalarda temel alınan 27 araştırma konusunu belirlemişlerdir. İçerik analizinin yanı sıra dergilerin ve araştırma makalelerinin incelenerek bilgi yapılarının ortaya çıkarılmasında kullanılan bir diğer yöntem, sosyal ağ analizidir. Hu ve Racherla (2008) dört turizm dergisinde yayımlanan araştırma makalelerinin ortak yazarlık verilerini kullanarak turizmde entelektüel iş birliğinin ağ yapısını ortaya çıkarmışlardır. Benckendorff (2009) *Annals of Tourism Research* ve *Tourism Management* dergilerinde yayımlanan araştırma makalelerinde anahtar kelime, atıf ve ortak atıfları sosyal ağ analizi ile inceleyerek Avustralya ve Yeni Zelanda’da turizm araştırmalarını etkileyen araştırma konularını ve en etkili araştırmacıları belirlemiştir. Benzer şekilde Türkiye’de, Çiçek ve Kozak

(2012) Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi'nin gelişim seyrini ortaya koymak amacıyla, dergide yayınlanan araştırmaların temel alanlarını, sayfa sayılarını, araştırma yaklaşımlarını, çok yazarlık durumunu ve araştırmacıların çalıştıkları kurumları incelemişlerdir. Yukarıda açıklanan çalışmaların dışında turizm alanında yayımlanan dergilerde kullanılan istatistiksel yöntemler (Crawford-Welch ve McClearly, 1992; Baloğlu ve Assante, 1999; Palmer ve Montano, 2005) ve araştırmalarda yapılan atıflar (Schmidgall ve Woods, 1997; 1998; Samdahl ve Kelly, 1999) bibliyometrik araştırmalar kapsamında incelenmiştir.

Sosyal Ağ Analizi

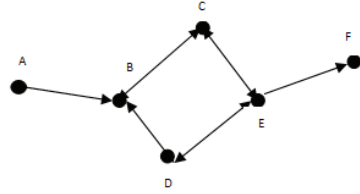
Sosyal ağ analizi (Social Network Analysis-SNA), belirli bir alanda araştırma konuları, yazarlar ve kurumlar arası ilişkilerin incelenmesi ile bilgi bağlantılarının tanımlanması ve yorumlanmasında kullanışlı bir yaklaşım olarak gösterilmektedir (Scott, 2000). Bir sosyal ağ; temelde kişilerin veya diğer çoklukların (kurum vb.) aralarındaki etkileşimi, yardımlaşmayı ve etkileri gösteren bir yapı olarak tanımlanmaktadır. Bu bağlamda sosyal ağ analizi, sosyal yapıyı aktörlerden (düğümlerden) ve aktör çiftlerini birbirine bağlayan ilişki kümelerinden oluşan bir ağ olarak görerak, sosyal yapıyı ve etkilerini incelemektedir (Gürsakar, 2009: 184).

Ağ kavramının köklerinin sosyoloji ve antropolojide yer almasına rağmen (Bott, 1957, s.60) son yıllarda sosyal ağ yapılarının analiz edilmesi için geliştirilen teknikler, farklı disiplinlerden de bu yaklaşıma olan ilginin artmasına neden olmuştur. Bu artışın temel nedeninin; sosyal ağ analizinin araştırmacılara sadece sosyal aktörlerin değil, aynı zamanda bu aktörler arasındaki sosyal ilişkilerin de analiz edilmesine olanak sağlaması, farklı gruplara ve analiz düzeylerine uygulanabilmesi ve karmaşık ağ analizlerini mümkün kılan bilgisayar teknolojisindeki gelişmeler olduğu görülmektedir (Streeter ve Gillespie, 1992, s.204).

Sosyal ağ analizinin benzer yöntemlerden temel farklılığı, sosyal varlıklar arasındaki ilişkiler ve bu ilişki modelleri ve uygulamalarına odaklanmasıdır. Sosyal ağ analizi, bireysel davranışlar, tutumlar ve inançlar yerine bir sosyal varlık ya da aktörlerin diğer varlık ya da aktörler ile etkileşimine ve bu etkileşimin nasıl bir çerçeve ya da yapı oluşturduğuna odaklanmaktadır. Açıklanan bu ilkeler SNA'yı diğer araştırma yaklaşımlarından farklılaştırmaktadır (Wasserman ve Galaskiewicz, 1994, s.xii-xiii). SNA dört temel özelliğe sahiptir. Bunlar (Freeman, 2004, s.3):

- Sosyal aktörler arasındaki bağlantılara dayalı yapısal sezgilere,
- Sistematik ampirik verilere,
- Yoğun grafiksel çizimlere ve
- Matematiksel ve/veya bilgisayar modellerin kullanımına dayanmaktadır.

Sosyal ağ analizinde ağlar, karşılıklı, tercihli, çift taraflı destekleyici faaliyetler ve ilgilenilen bireylerin birbirine bağlantılı olarak evrildiği hiyerarşık olmayan organizasyon formları olarak betimlenmektedir (Burt, 1992). Matematiksel olarak bir ağ, ağdaki her katılımcının aktör ya da oyuncu olarak isimlendirildiği ve bir düğüm (node) olarak gösterildiği bir çizelgedir (Wasserman ve Galaskiewicz, 1994). Bu çizelgede temel amaç yönlü ya da yönsüz doğrulardan oluşan sonlu düğüm kümesidir. Yönlendirilmiş bağlantılar (arc) ve yönlendirilmemiş bağlantılar (edges) üyeler arasındaki ilişkileri (iletişim sıklığı, iş akışındaki değişiklikler ya da bu çalışmada olduğu gibi araştırma konuları) temsil etmektedir. Örneğin Şekil 1'de gösterilen grafik sonlu düğüm kümesi $V = \{A, B, C, D, E, F\}$ ve sonlu kenar kümesine $E = \{(A, B), (B, C), (C, D), (C, E), (D, E)\}$ sahiptir (Hu ve Rachel, 2008, s.1017). Sosyal ağ analizinin odak noktası ağ üyelerinin bireysel özellikleri değil ağdaki aktörler arasındaki ilişkilere ağır.



	A	B	C	D	E	F
A	0	1	0	0	0	0
B	0	0	1	1	0	0
C	0	1	0	0	1	0
D	0	0	0	0	1	0
E	0	0	0	1	0	1
F	0	0	0	0	0	0

(Şekil 1): İlişkisel Matris ile Grafik Üzerinde Dğümler ve Bağlantıların Gösterimi

SNA bir bilgi alanının daha detaylı ve kapsamlı şekilde anlaşılabilmesi için ağların görsel ifadesini sağladığından (Hu ve Racherla, 2008, s.302) yönetim ve organizasyon (Cross, Borgatti ve Parker, 2002; Cantner ve Graf, 2006; Worrell, Wasko ve Johnston, 2011; Geuna, Llerena ve Savona, 2003; Trochim, Marcus, Masse, Moser ve Weld, 2008; Wixted ve Holbrook, 2008), pazarlama (Borgatti ve Li, 2009; Morlacchi, Wilkinson ve Young, 2005; Doyle, 2007; Haenlein, 2011), eğitim (Martinez, Dimitriadis, Rubia ve de la Fuente, 2003) ve turizm (Ying ve Xiao, 2011; Benckendorf, 2009; Shih, 2006; Hu ve Racherle, 2008) gibi farklı alanlardaki araştırmacılar tarafından giderek daha fazla kullanılmaya başlanmıştır. Bu alanda en dikkat çekici araştırmalardan biri Leydesdorff tarafından gerçekleştirilmiştir. Leydesdorff (2007) SCI ve SSCI'nın dergi atf raporlarında bulunan 7379 derginin disiplinlerarasılığının bir göstergesi olarak arasındalık merkeziliğini analiz etmek için SNA yaklaşımını kullanmıştır. Gossart ve Özman (2009) ise SSCI ve ULAKBİM veri tabanları üzerindeki verilere dayanarak Türkiye'nin ortak yazarlık ağlarını analiz etmişler, İstanbul ve Ankara'daki üniversitelerin yayın üretiminin yüksek olduğunu tespit etmişlerdir (Gossart ve Özman, 2009). Al, Sezen ve Sosydal ise (2012) Hacettepe Üniversitesi bilimsel yayınlarını SNA yöntemiyle değerlendirmişlerdir. Çalışmada, Hacettepe Üniversitesi'nin farklı kurumlardaki ve farklı ülkelerdeki araştırmacılar ile belirli düzeyde iş birliği içerisinde bulunduğu ancak bu iş birliğinin uluslararası boyutunun yüksek olmadığını belirlemişlerdir. SNA'da ağ yapılarının incelenmesinde alt gruplar ve bileşenleri detaylı olarak analiz edilebilmektedir. Bu nedenle söz konusu yaklaşım bir alandaki araştırmaların özelliklerinin sunumu ile bilginin görselleştirilmesine imkân sağladığından araştırma alanındaki konuların detaylı incelenmesinde en uygun yaklaşım olarak görülmektedir (Ying ve Xiao, 2011, s. 5). Özellikle turizm çalışma alanındaki bilgi paylaşımı ve bilginin yaratılmasında SNA yaklaşımı sıklıkla kullanılmaktadır. Bu kapsamda araştırmalarda "ortak yazarlık ve kurumlar arası iş birliği" ağlarının gözlenmesi ve görselleştirilmesi ile bir araştırma topluluğu içerisinde bilgi ağlarındaki anahtar oyuncuların (yazarların ve üniversitelerin) tanımlanması ve yapının sınanması; ortak atf analizi ile de bir araştırma alanının büyümesinde ya da gelişmesinde bilgi ağlarının keşfedilmesi amacıyla kullanılmıştır. Bu çalışmada araştırma konuları ve iş birliği açısından genel bilgi yapısının incelenmesi amacıyla sosyal ağ analizi kullanılmıştır.

Metodoloji

Araştırmanın Amacı

Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi özelinde turizmin bilgi yapısının ortaya çıkarılması, araştırma konularının ve üniversiteler arası iş birliğinin bu bilgi yapısı içerisindeki rollerinin ve bağlantılarının belirlenmesi amacıyla gerçekleştirilen bu çalışma, tanımlayıcı bir içerik taşımaktadır. Turizm gibi olgunlaşma yolunda olan alanlarda çeşitli puanlama ve sıralama ölçülerinin kullanımı ile başlayan bibliyometrik araştırmalar son yıllarda bir disiplini oluşturan bilgi yapılarının incelenmesine doğru bir değişim geçirmektedir. Bu kapsamda Türkiye'de turizm bilgisinin ortaya çıkmasında etkili olan aktörlerin belirlenmesi ve turizm bilgisinin ağ yapısının ortaya çıkarılması, bu çalışmanın başlıca amacını oluşturmaktadır.

Araştırma Verileri

Araştırmanın verileri 1997-2010 yılları arasında Anatolia Turizm Araştırmaları dergisinde yayımlanan makaleler taranarak elde edilmiştir. Bu çerçevede belirtilen yıllar arasında yayımlanan turizmi konu almış 205 adet hakem denetimli makale araştırmaya dahil edilmiştir. Çalışmada ele alınacak araştırma konularının belirlenebilmesi için Jafari ve Aaser (1988), Meyer-Arendt ve Justice (2002) ve Xiao ve Smith'in (2006) turizmle ilgili araştırma konularının belirlenmesi amacıyla yaptıkları çalışmalar temel alınmıştır. Birinci aşamada, belirtilen çalışmalar temel alınarak yönetim, pazarlama, ekonomi, muhasebe-finance, eğitim, sağlık, ulaştırma, coğrafya, sosyoloji, rekreasyon, peyzaj, çevre, kamu yönetimi, bilişim, kültürel miras, araştırma yöntemleri, genel konular ve bibliyometri konuları esas alınmıştır. İkinci aşamada dergide yer alan makalelerin araştırma konularının belirlenmesinde, her bir makalenin başlığı, özeti ve anahtar kelimeleri incelenmiştir. Araştırma konularının yanısıra söz konusu dergide yayımlanan hakem denetimli makalelerin yazarları, yazarların çalıştıkları kurumlar, makalenin yayımlandığı yıl değişken olarak incelemeye alınmıştır.

Veri Matrisinin Hazırlanması

Sosyal ağ analizi bir veri matrisi üzerinde hesaplandığından çalışmada öncelikle iki ayrı veri matrisi kullanılmıştır. Araştırma konularının analiz edilebilmesi için bir konu-konu veri matrisi oluşturulmuştur. Veriler, sosyal ağ analizi araştırmalarında sıklıkla kullanılan bir yazılım olan UCINET'te analize başlamadan önce sosyal ağı yapılandırmak için Excel tablosunda bir matris oluşturulmuştur. Matrisin oluşturulması esnasında öncelikle, satırda makale, sütunda araştırma konusunun bulunduğu ikili bir makale-konu matrisi yapılandırılmıştır. Matris yapılandırılırken, çalışmada her bir makale tek bir araştırma konusuna göre kodlanmıştır. Örneğin, turistlerin tatmini, destinasyon imajı algılamaları ve tekrar ziyaret niyetleri arasındaki ilişkilerin incelendiği bir makalede araştırma konusu pazarlama olarak değerlendirilmiştir. Yapılandırılan matriste i'inci makale girdisinde j'inci konu tanımlanmış ise $x_{ij}=1$; tersi durumda $x_{ij}=0$ olarak tanımlanmıştır (Tablo 1). Sosyal ağ özelliklerinin analiz edilmesi için UCINET, her bir aktörün bir diğeri ile nasıl bağlantılı olduğunu kapsayan tek modlu ağ matrisine ihtiyaç duymaktadır. Bu amaçla ilk adımda hazırlanan makale-konu matrisi daha sonra, orijinal matrisin satırlarının sütuna, sütunlarınsa satırlara dönüştürüldüğü yeni bir konu-makale matrisine dönüştürülmüştür. Orijinal veri matrisi X ile tersi alınan veri matrisi X'in çarpımı ile yeni bir konu-konu veri matrisi oluşturulmuştur. Bu iki matrisin çarpımı ($X \cdot X$) her bir makale konusu çifti arasındaki ilişkiler hakkında bilgi içermektedir.

(Tablo 1): Konu-Makale Veri Matrisi

	Yönetim	Pazarlama	Sosyoloji	Coğrafya
M1	0	0	1	0	...
M2	0	1	0	0	...
M3	1	0	0	0	...
....

Üniversiteler arasındaki iş birliğinin incelenebilmesi için ise Tablo 2'de görüldüğü gibi satır ve sütunda üniversitelerin yer aldığı asimetrik bir ortak yakınlık (co-affiliation) matrisi hazırlanmıştır. Ancak sosyal ağ analizinde ölçümler ikili matrisler üzerinden incelendiği için hazırlanan asimetrik ortak yakınlık veri matrisi daha sonra UCINET aracılığıyla ikili bir veri matrisine dönüştürülmüştür.

(Tablo 2): Üniversite Veri Matrisi

	Üniversite	Üniversite	Üniversite	Üniversite	...
	A	B	C	D	.
Üniversite A	5	1	1	4	...
Üniversite B	1	11	0	2	...
Üniversite C	1	0	2	3	...
Üniversite D	4	2	3	2	
....

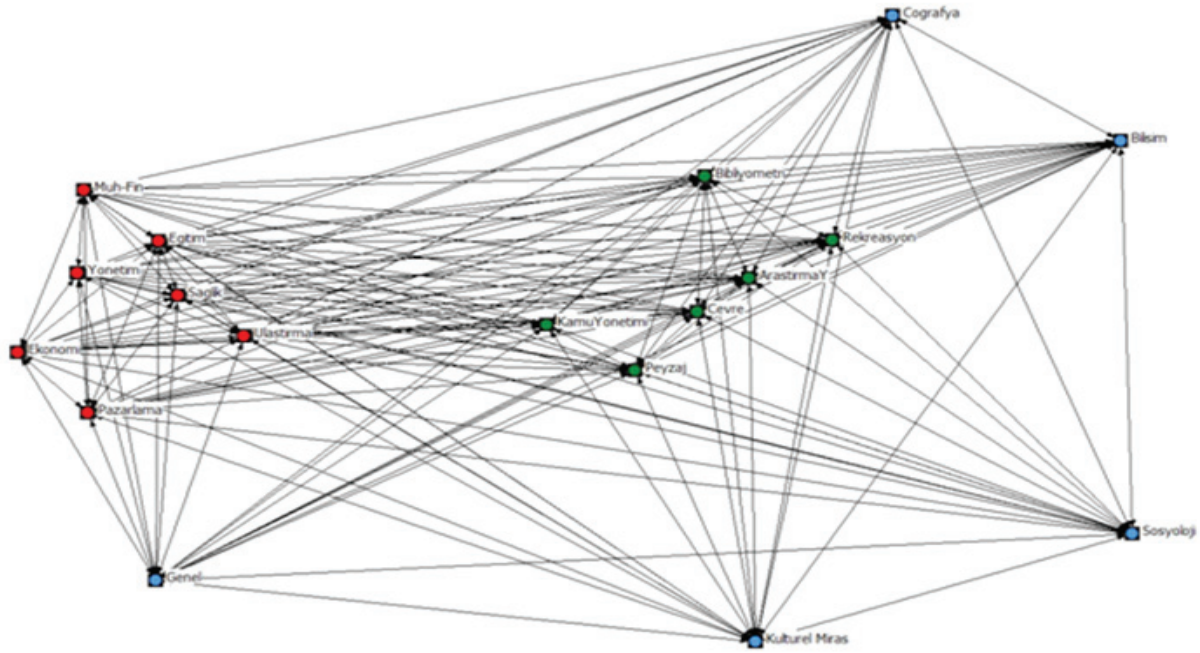
Analiz ve Bulgular

Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi özelinde, turizm alanında temel alınan araştırma konularının ve kurumlar arası iş birliğinin sosyal ağ yapısını ve özelliklerini ortaya çıkarmak amacıyla Netdraw ve UCINET 6,0 analiz programları kullanılarak sosyal ağ analizi çalışması gerçekleştirilmiştir. Analizde ilk olarak, konular ve üniversiteler arasındaki ilişkiler Netdraw programı aracılığı ile görselleştirilmiş, araştırma konularının ve üniversitelerin bir diğer araştırma konusu ve üniversite ile bağlantısının yapısal olarak belirlenebilmesi için ağların matematiksel ölçümünde UCINET programı kullanılmıştır.

Çalışmada hazırlanan matrisler ile Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi'nde yayınlanan makalelerin araştırma konularının ve üniversitelerin oluşturduğu ağ yapı, bu yapıda aktör olarak tanımlanan araştırma konuları ve üniversitelerin ağda hangi konumda olduğu belirlenmiştir. Bu bağlantıları analiz etmek için temel merkezilik ölçümleri olan derece, arasındalık ve yakınlık merkezilik ölçüsü ile ağların yoğunluk ölçüleri hesaplanmıştır.

Turizm Araştırmaları Konu Ağının Yapılandırılması ve Görselleştirilmesi

Çalışmada Netdraw analiz programı aracılığıyla, genel "konu-konu veri matrisi", Şekil 2'de görüldüğü üzere bir konu ağı ile görselleştirilmiştir. Şekil 2'de düğümler (nodes) turizm alanında çalışılan konuları, bağlar (ties) ise bu konular arasındaki bağlantıları göstermektedir. Bu kapsamda "yönetim" ağdaki en bağlantılı düğüm olarak görülmektedir. Çalışmada jeodezik (geodesic) uzaklığa dayalı spring-embedding algoritmasının kullanımıyla Netdraw programı konu ağ yapısını ortaya çıkarmak için ağdaki bütün düğümleri yeniden yerleştirmiştir. Şekil 2'de gösterilen bir düğümün diğer düğüme uzaklığı, turizm araştırmalarında konuların bağlantılılığının (connectedness) kapsamını göstermektedir. Buna göre şeklin sol bölümünde yer alan yönetim, pazarlama, ekonomi, eğitim, muhasebe-finance, sağlık ve ulaştırma konularının (kırmızı renk ile gösterilen), diğer araştırma konuları ile karşılaştırıldığında, birbirleri ile daha bağlantılı olduğu görülmektedir. Benzer bir yapı da çevre, peyzaj, rekreasyon, ulaştırma, bibliyometri ve araştırma yöntemleri konuları arasında görülmektedir (yeşil renk ile gösterilen).



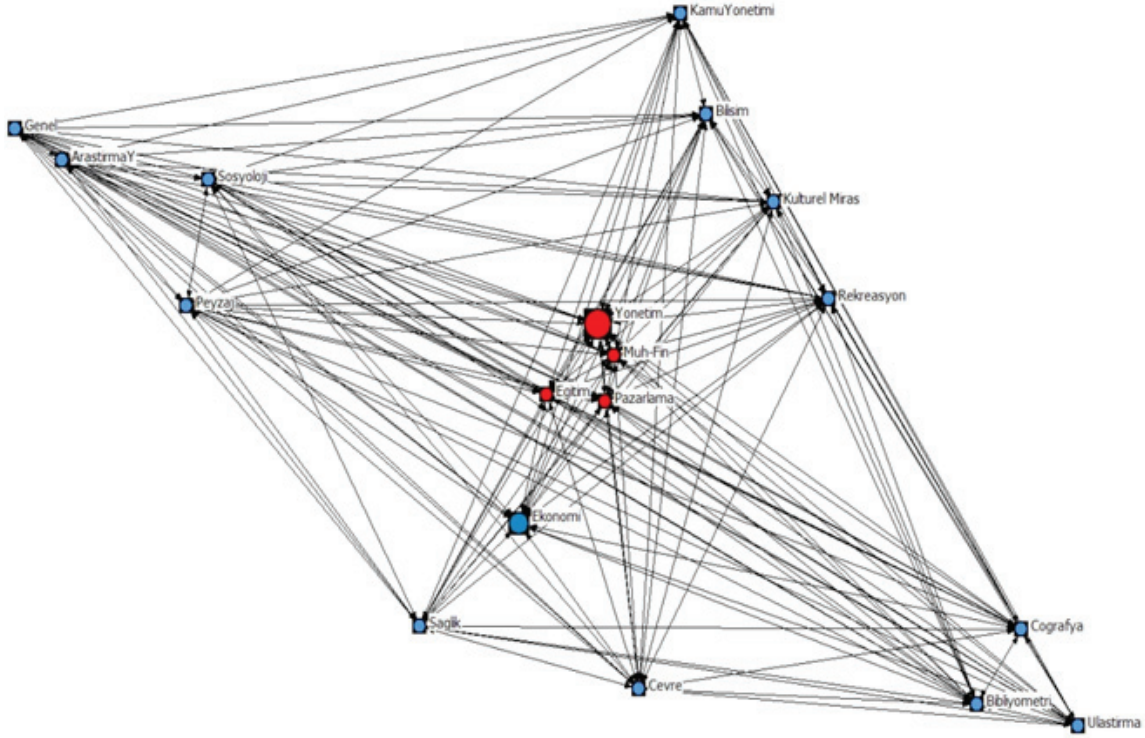
(Şekil 2): Genel Ağ Yapısı

Ağ Yoğunluğuna İlişkin Bulgular

Çizge kuramında sıklıkla kullanılan ölçütlerden biri “ağ yoğunluğu” ölçüsüdür. Ağ yoğunluğu, ağ içinde var olan tüm bağların, oluşabilecek maksimum bağlara oranını göstermektedir (Gürsakar, 2009). Bir ağın yoğunluğu “0” (bir aktörün diğerlerinden izole olduğu) ile “1” (bir aktörün diğerleri ile bağlantılı olduğu) arasında değişmektedir. İki komşuluk matrisi kullanılarak elde edilen ağın yoğunluk derecesine göre, araştırma konuları arasındaki toplam bağ sayısının altı olduğu görülmektedir. Bir ağda oluşabilecek toplam bağ sayısı 992’dir (Gürsakar 2009). Ağda belirlenen bağ sayısına göre ağın genel yoğunluğunun 0,019 olduğu tespit edilmiştir. 18 aktörün yer aldığı bir ağ için bu değer düşük düzeyde bir yoğunluğu göstermektedir. Ağın genel yapısına ilişkin elde edilen bu bulguya bağlı olarak dergide yayınlanan araştırma konularının çeşitlilik gösterdiği ve gelecekteki turizm çalışmalarında diğer bilgi alanları ile oluşabilecek bağlantılar için geniş bir potansiyele sahip olduğu söylenebilir.

Ağın Merkezilik Ölçümüne İlişkin Bulgular

Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi’nde yayınlanan makalelerin araştırma konularının merkezilik düzeyleri, derece (degree) merkeziliği, yakınlık (closeness) merkeziliği ve arasındalık (betweenness) merkeziliği olmak üzere üç tür merkezilik ölçümü kullanılarak hesaplanmıştır.



(Şekil 3): Derece Merkeziliği

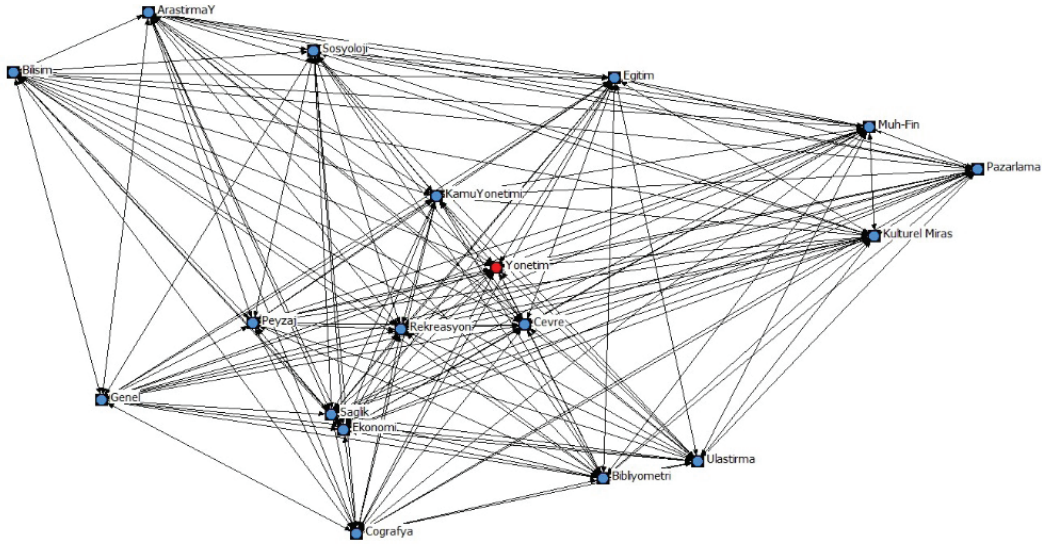
Ağa bir bütün olarak bakıldığında, ağ merkezilik değerinin %10,381 olduğu görülmektedir (Tablo 3). Elde edilen bu değere bağlı olarak ağ içinde düşük düzeyde bir yoğunlaşma miktarının ya da merkeziliğin olduğu tespit edilmiştir. Bu tabloya göre, yönetim, eğitim, muhasebe-fınansman, kamu yönetimi ve pazarlama aktörlerinin en yüksek derece merkeziliğine sahip oldukları görülmektedir. Derece merkeziliği ölçüm sonuçlarına göre ağda yüksek derece merkeziliğe sahip aktörler Şekil 3'teki ağ haritasının merkezinde bulunmaktadır.

Diğer bir merkezilik ölçüsü olan "arasındalık" merkezilik ölçüsü ise, bir aktörün ağda diğer aktörler arasında bulunma derecesi olarak tanımlanmaktadır. Bir düğümün, birbirleriyle doğrudan bağlantılı olmayan düğümlerle ne ölçüde doğrudan bağlantı içinde olduğunu gösterir (Gürsakar 2009). Tablo 3'te gösterildiği gibi araştırma konularından biri olan "yönetim" tek ve en yüksek arasındalık merkezilik ölçüsüne sahiptir. Buna bağlı olarak araştırma konuları içerisinde "yönetim" in ağda, yüksek derecede aktif olan anahtar oyuncu olduğu, diğer bağlantısız araştırma konuları arasında köprü görevi gördüğü söylenebilir (Şekil 4). Ayrıca yüksek arasındalık merkeziliği ölçüsü, diğer düğümlere göre daha merkeziyetçi eğilimi gösteren ağdaki tek ya da az sayıdaki düğümlerin yer aldığı bir hiyerarşik ağ yapısını göstermektedir (Ying ve Xiao, 2011). Bu kapsamda genel olarak ağ incelendiğinde, ağın arasındalık merkezilik ölçüsünün 0,074 gibi düşük bir değere sahip olduğu tespit edilmiştir. Buna bağlı olarak ağın genelinin disiplinlerarası bir yaklaşımdan ziyade daha merkezi olma eğiliminde olduğu söylenebilir.

(Tablo 3): Konu Ağının Merkezilik Ölçümüne İlişkin Bulgular

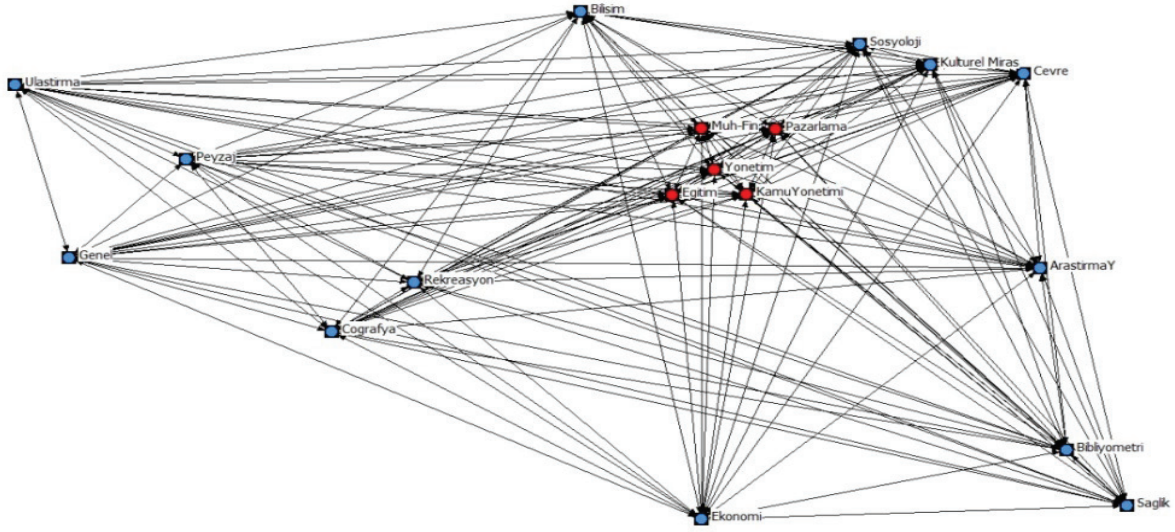
	<i>Derece</i>	<i>Norm Derece</i>	<i>Arasındalık</i>	<i>Norm Arasındalık</i>	<i>Uzaklık</i>	<i>Norm Yakınlık</i>
Yönetim	2	11,765	1,000	0,735	272,000	6,250
Pazarlama	1	5,882	0,000	0,000	289,000	5,882
Muhasebe- Finansman	1	5,882	0,000	0,000	289,000	5,882
Eğitim	1	5,882	0,000	0,000	273,000	6,227
Kamu Yönetimi	1	5,882	0,000	0,000	273,000	6,227

Ağın Merkeziliği (dış derece) = % 10,381;
(Arasındalık) Ağın merkezilik derecesi=%0,074



(şekil 4): Arasındalık Merkeziliği

Yakınlık (closeness) bir aktörün ağdaki diğer aktörlere, doğrudan veya dolaylı olarak yakınlığının derecesidir. Yakınlık, bir bireyin ağdaki diğer bireylere en kısa uzaklıklarının terslerinin toplamıdır ve bilgiye erişim yeteneğini, bir aktörün ağdaki diğer aktörlere ne kadar hızlı bağlanabileceğini yansıtır (Gürsakal, 2009). Tablo 3'te görüldüğü gibi yönetim, eğitim, pazarlama, muhasebe-finansman ve kamu yönetimi araştırma konuları en büyük yakınlık değerlerine sahiptir. Bu aktörler, ağ içindeki diğer aktörlere en kısa yoldan ulaşabildiği için turizm alanına ilişkin bilginin ve yeniliklerin yayılmasını ve ağ içerisinde var olan bilginin diğerlerine kısa zamanda ulaşmasını sağlayan önemli bir rolü üstlendikleri söylenebilir.



(Şekil 5): Yakınlık Merkeziliği

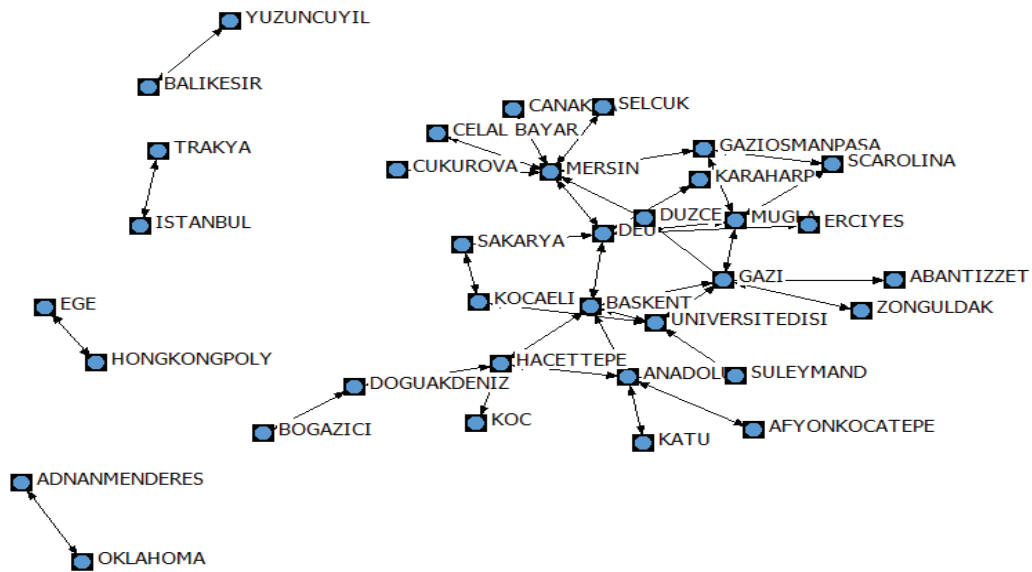
Kurumlar Arası İş Birliği Ağının Yapılandırılması ve Görselleştirilmesi

Kurumlar arası iş birliğinin analiz edilebilmesi için öncelikle Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi'nde 1997-2010 yılları arasında, en az iki farklı kurumdan araştırmacının hazırladığı yayınlar dikkate alınarak bir ortak yakınlık (co-affiliation) matrisi oluşturulmuştur. Daha sonra hazırlanan matris, kurumlar arası iş birliği ağ yapısının çeşitli özelliklerinin incelenmesi için ikili forma dönüştürülmüştür.

Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi'nde 1997-2010 yılları arasında toplam 205 yayın 42 farklı kurumda görev alan araştırmacı tarafından kaleme alınmıştır. Yazarlık durumuna göre incelendiğinde 69 yayının tek yazar, 85 yayının ise birden fazla araştırmacı tarafından hazırlandığı tespit edilmiştir.

Şekil 6'da kurumlar arası iş birliği ağının genel görünümü verilmiştir. Şekil incelendiğinde Dokuz Eylül, Gazi ve Mersin Üniversitelerinin ağda ayrı bir yapı oluşturdukları görülmektedir. Bu üç üniversitenin hem yayın potansiyeli açısından zengin sayılabilecek üniversiteler oldukları, hem de birçok değişik üniversite ile iş birliği kurdukları söylenebilmektedir. Buna bağlı olarak dergide bilimsel bilginin üretiminde bu üniversitelerin merkezi bir rol üstlendikleri ve bilginin diğer üniversitelere yayılmasında önemli rolleri olduğu tespit edilmiştir. Şekil 6 incelendiğinde, Anadolu Üniversitesi'nin yayın sayısının Dokuz Eylül, Gazi ve Mersin üniversitelerinden fazla olmasına rağmen iş birliği içerisinde olduğu üniversite sayısının, belirtilen diğer üniversitelere göre çok yüksek olmadığı görülmektedir.

Bunun yanı sıra Yüzüncü Yıl-Balıkesir, İstanbul-Trakya, Ege-Hong Kong Polytechnic, Adnan Menderes-Oklahoma Üniversitelerinin iş birliğinden kaynaklanan sadece tek bir yayını oldukları için genel ağ yapısının dışında farklı yapılar oluşturdukları görülmektedir. Ağın yoğunluk derecesi incelendiğinde ağdaki toplam bağ sayısının 74, ortalama derecesinin ise 2,11 olduğu belirlenmiştir. Kurumlar arası iş birliği ağının yoğunluğu, ağdaki iş birliği oranının, olası iş birliği ağındaki toplam bağlantı sayısına oranını ifade etmektedir. Bu bağlamda kurumlar arası iş birliği ağının "seyrek" bir ağ olduğu söylenebilmektedir. Ağın yoğunluk derecesi 0,06 olarak belirlenmiştir, bu değer de kurumlar arası iş birliği ağında maksimum bağlantı sayısının ancak 0,06'sının gerçekleştiğini göstermektedir.



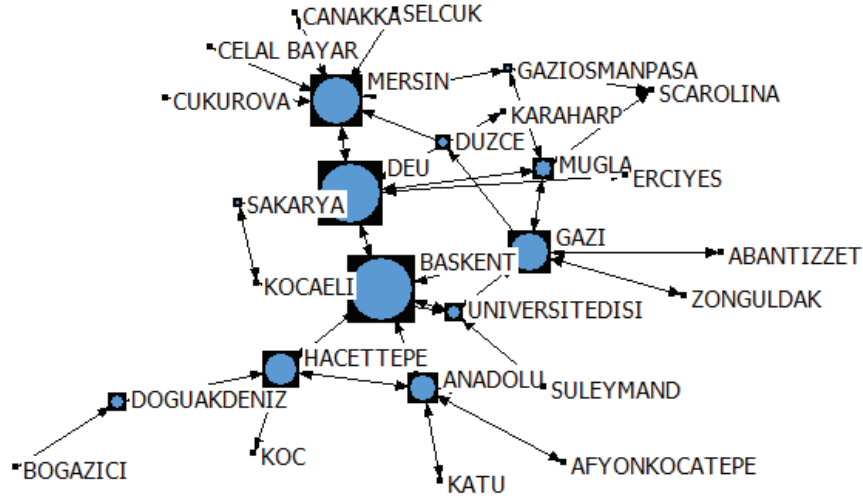
(şekil 6): Kurumlar arası İş Birliği Ağının Genel Görünümü

Tablo 4 incelendiğinde, Mersin niversitesi'nin arasındalık merkeziliğinin diğer üniversitelerden yüksek olduğu görülmektedir. Buna bağlı olarak kurumlar arası iş birliği ağında merkezi roldeki niversitenin Mersin niversitesi olduğu ve bu niversitenin diğer üniversitelerle iş birliğinin yüksek düzeyde olduğu söylenbilir. Kurumlar arası iş birliği ağının derece merkeziliği incelendiğinde ağ merkezilik değerinin %14,792 olduğu görülmektedir. Elde edilen bu değere bağlı olarak ağ içinde düşük düzeyde bir yoğunlaşma miktarının ya da merkeziliğin olduğu söylenbilir. Bu değer niversiteler arasındaki iş birliği oranının oldukça düşük düzeyde olduğunu göstermektedir.

(Tablo 4): Kurumlar arası İş Birliği Ağının Genel zellikleri

	<i>Derece</i>	<i>Arasındalık</i>
Mersin Üniversitesi	7,000	219,000
Gazi Üniversitesi	5,000	161,167
Dokuz Eylül Üniversitesi	6,000	303,333
Anadolu Üniversitesi	5,000	114,667
Başkent Üniversitesi	5,000	296,333
Muğla Üniversitesi	4,000	92,167
Hacettepe niversitesi	4,000	142,000
Üniversite Dışı Kurumlar	4,000	55,333
Gaziosmanpaşa Üniversitesi	3,000	24,167
Kocaeli Üniversitesi	2,000	6,333
University of South Carolina	2,000	0,000
Doğu Akdeniz Üniversitesi	2,000	50,000
Süleyman Demirel Üniversitesi	2,000	6,000
Sakarya Üniversitesi	2,000	20,333
Düzce Üniversitesi	1,000	19,167
Adnan Menderes Üniversitesi	1,000	0,000
Ortalama derece = 2,11		
Ağın Merkeziliği (dış derece) = % 14,792;		
Ağın merkezilik derecesi=%23,87		

Yukarıda da açıklandığı üzere “arasındalık” merkezilik ölçüsü bir aktörün ağda diğer aktörler arasında bulunma derecesi olarak tanımlanmaktadır. Tablo 4 ve Şekil 7’de gösterildiği gibi üniversiteler arası iş birliğinde Dokuz Eylül Üniversitesi en yüksek arasındalık merkezilik ölçüsüne sahiptir. Buna bağlı olarak iş birliği açısından Dokuz Eylül Üniversitesi ağdaki diğer üniversiteler arasında aracı olarak bağlayıcı bir rol oynamaktadır. Dokuz Eylül Üniversitesi’nin yanı sıra Başkent, Mersin ve Gazi üniversitelerinin yüksek arasındalık merkezilik ölçüsüne sahip olduğu, bu üniversitelerin de üniversiteler arası iş birliğinde aracı rol oynadıkları söylenebilir.



(Şekil 7): Kurumlar arası İş Birliği Arasındalık Merkeziliği

Sonuç

Bibliyometrik araştırmalar disiplinlerin ya da bilimsel dergilerin daha yakından tanınmasına ve ortaya çıkan bilgi yapılarına ilişkin bilgi edinilmesine olanak tanımaktadır. Bu araştırmada turizm alanında Türkiye’de önemli bir rol üstlenen Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi bibliyometrik özellikleri açısından incelenmiştir. Bunun yanı sıra sosyal ağ analizi çalışmaları da alanlara ya da dergilerin incelenmesine yönelik olarak gerçekleştirildiğinde baskın alanların ve kurumların belirlenmesi ve aralarındaki ilişkilerin ortaya çıkarılmasını sağlamaktadır. Bu kapsamda söz konusu dergide yayımlanan hakem denetimli makaleler sosyal ağ analizi aracılığı ile ele alınarak, turizmin genel bilgi yapısı ortaya çıkarılmış, araştırma konularının ve üniversitelerarası iş birliğinin bu bilgi yapısı içerisindeki rolleri ve bağlantıları belirlenmiştir.

Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi’nde yayımlanan makaleler araştırma konularına göre bir ağ içinde incelendiğinde öncelikle “yönetim”in turizm bilgi ağında, yüksek derecede aktif olan anahtar oyuncu olduğu, diğer bağlantısız araştırma konuları arasında köprü görevi gördüğü belirlenmiştir. Yönetimin yanı sıra eğitim, pazarlama, muhasebe-finance ve kamu yönetimi araştırma konularının söz konusu dergi özelinde üretilen turizm alan bilgisinin ve yeniliklerinin yayılması ve bilgi ağı içerisinde var olan bilginin diğerlerine kısa zamanda ulaşmasını sağlayan önemli bir rol üstlendikleri görülmüştür. Araştırma konuları ağı bir bütün olarak incelendiğinde ise turizm alanında disiplinlerarası bir yaklaşımdan ziyade daha merkezi bir yapı olduğu görülmektedir. Ancak bilindiği üzere turizm disiplinlerarası bir alan olarak tanımlanmaktadır. Bu nedenle araştırmacıların turizm alanındaki problemlerin açıklanmasında farklı disiplinlerden yararlanması ya da farklı disiplinlerden araştırmacılar ile bir araya gelerek ortak yayın yapmalarını turizm bilgisinin gelişmesi açısından oldukça önemli olacaktır.

Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi’nde yayımlanan araştırma makaleleri kurumlar arası iş birliği bakımından incelendiğinde Dokuz Eylül, Gazi ve Mersin Üniversitelerinin ağda ayrı bir yapı oluşturdukları, bu üç üniversitenin hem yayın potansiyeli açısından zengin sayılabilecek

üniversiteler oldukları, hem de birçok üniversite ile iş birliği kurdukları belirlenmiştir. Buna bağlı olarak dergide bilimsel bilginin üretiminde bu üniversitelerin merkezi bir rol üstlendikleri ve bilginin diğer üniversitelere yayılmasında önemli rolleri olduğu tespit edilmiştir. Kurumlar arası iş birliği ağı bütünsel bir yaklaşımla incelendiğinde ise, üniversiteler arasındaki iş birliği oranının oldukça düşük düzeyde olduğu görülmektedir. Ancak bilindiği gibi kurumlar arası iş birlikleri ve özellikle ortak yayınlar bilginin dağılımını önemli ölçüde hızlandırmakta ve bu yolla bilimsel etkinliklere çok büyük katkısı olmaktadır. Günümüzde bilginin gittikçe karmaşık bir hal alması, bilgi üretimi için değişik araştırmacı profillerinin bir araya gelmesini gerektirmektedir. Bu unsur, yazarlar ve kurumlar arası iş birliğinin önemini ve etkisini artırmaktadır. Bu nedenle turizm alanında bilginin üretiminin artışı ve karmaşık araştırma problemlerinin çözümü için işbirliklerinin artması gerekmektedir.

Çalışmanın temel sınırlılığı, turizm alanında incelenen makalelerin sadece tek bir dergi kapsamında, Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi özelinde incelenmesidir. Bu nedenle elde edilen bulguların Türkiye'de turizm alanında üretilen bilgi çerçevesinde genellenmesi mümkün olmamaktadır. Bu nedenle bu tür bir genellemeye gitmek için bu alanda üretilmiş tüm makalelerin incelenmesi gerekmektedir.

Kaynakça

- Al, U., Sezen, U. ve Soydal, İ. (2012). Hacettepe Üniversitesi bilimsel yayınlarının sosyal ağ analizi yöntemiyle değerlendirilmesi. *Edebiyat Fakültesi Dergisi*, 29(1), 53-71.
- Al, U., Soydal, İ. ve Yalçın, H. (2010). Bibliyometrik Özellikleri Açısından Bilgi'nin Değerlendirilmesi. *Bilgi*, 55, 1-20.
- Baloğlu, S., ve Assante, L. (1999). A content analysis of subject areas and research methods used in five hospitality management journals. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 23, 53-70.
- Benckendorff, P. (2009). Themes and trend in Australian and New Zealand Touris Research: A social network analysis of citations in two leading journals (1994-2007). *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 16, 1-15.
- Borgatti, S. ve Li, X. (2009). On social network analysis in a supply chain context. *Journal of Supply Chain Management*, 45(2), 5-22.
- Bott, E. (1957). *Family and social networks*. London: Tavistock.
- Burt, R. S. (1980). Models of network structure. *Annual Review of Sociology*, 6, 79- 101.
- Burt, R. S. (1992). *Structural holes*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Cantner, U. ve Graf, H. (2006). The network innovators in Jena: An application of social network analysis. *Research Policy*, 35(4), 463-480.
- Crawford-Welch, S., ve McCleary, K. (1992). An identification of the subject areas and research techniques used in five hospitality-related journals. *International Journal of Hospitality Management*, 11, 155-167.
- Cross, R., Borgatti, S. P. ve Parker, A. (2002). Making invisible work visible: Using social network analysis to support strategic collaboration. *California Management Review*, 44(2), 25-48.
- Çiçek, D. ve Kozak, N. (2012). Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi'nde yayımlanan hakem denetimli makalelerin bibliyometrik profili. *Türk Kütüphaneciliği*, 26, 4, 734-756.
- Doyle, S. (2007). The role of social networks in marketing. *Journal of Database Marketing & Customer Strategy Management*, 15(1), 60-64.
- Freeman, L. C. (2004). *The development of social network analysis: A study in the sociology of science*. Vancouver: Empirical Press.
- Geuna, A., Llerena, P., Matt, M., ve Savona, M. (2003). Collaboration between a research university and firms and other institutions, *SPRU Electronic Working Paper Series*, <http://www.sussex.ac.uk/Units/spru/publications/imprint/sewps/sewp108/sewp108.pdf>.
- Gossart, C. ve Özman, M. (2009). Co-authorship networks in social sciences: The case of Turkey. *Scientometrics*, 78(2): 323-345.
- Gürsakal, N. (2009). *Sosyal ağ analizi Pajek, Ucinet ve Gmine uygulamalı*. Bursa: Dora Yayınları.
- Haenlein, M. (2011). A social network analysis of customer-level revenue distribution. *Marketing Letters*, 22(1), 15-29.

- 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.
- Hu, C., ve Racherla, P. (2008). Visual representation of knowledge networks: A social network analysis of hospitality research domain. *International Journal of Hospitality Management*, 27, 302-312.
- Jafari, J. ve Aaser, D. (1988). Tourism as the subject of doctoral dissertations. *Annals of Tourism Research*, 15(3), 407-429.
- Kim, S. (1998) Content analysis: *Annals of Tourism Research and Journal of Travel Research*. Yayınlanmamış Doktora Tezi, University of Wisconsin-Stout.
- Leydesdorff, L. (2007). Betweenness centrality as an indicator of the interdisciplinarity of scientific journals. *Journal of the American Society for Information Science and Technology*, 58(9): 1303–1319.
- Martinez, A., Dimitriadis, Y., Rubia, B., Gomez, E. ve de la Fuente, P. (2003). Combining qualitative evaluation and social network analysis for the study of classroom social interactions. *Computers&Education*, 41(4), 353-368.
- Meyer-Arendt, K. J. ve Justice, C. (2002). Tourism as the subject of North American doctoral dissertations, 1987–2000. *Annals of Tourism Research*, 29, 1171-1174.
- Morlacchi, P., Wilkinson, I. F., Young, L. C. (2005). Social network of researchers in B2B marketing: A case study of the IMP Group 1984-1999. *Journal of Business to Business Marketing*, 12(1), 3-34.
- Palmer, A. L. ve Montano, J. J. (2005). Tourism and statistic bibliometric study 1998-2002. *Annals of Tourism Research*, 32(1), 167-178.
- Pritchard, A. (1969). Statistical bibliography or bibliometrics? *Journal of Documentation*, 25: 348-349. researchgate.net alanından, erişim tarihi: 30.01.2014
- Samdahl, D.M. ve Kelly, J.J. (1999). Speaking only to ourselves? Citation analysis of Journal of Leisure Research and Leisure Sciences. *Journal of Leisure Research*, 31, 171–180.
- Schmidgall, R. ve Woods, R. H. (1997/1998). Rating the influence scholars have on their field: A citation analysis of hospitality management education 1989–1996. *Journal of Hospitality and Tourism Education*, 9(4), 74–79.
- Schmidgall, R., Woods, R. H., ve Rutherford, D. G. (1996). Journal and periodical usefulness as rated by hospitality faculty members. *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 37(2), 47–55.
- Scott, J. P. (2000). *Social network analysis A handbook*. (2. bs.). Sage Publications.
- Sheldon, P. (1991). An authorship analysis of tourism research. *Annals of Tourism Research*, 18, 473–484.
- Shih, H-Y (2006). Network characteristics of drive tourism destinations: An application of network analysis in tourism. *Tourism Management*, 27(5), 1029-1039.
- Streeter, C. L. ve Gillespie, D. F. (1992). Social network analysis. D. F. Gillespie, C. Glisson (Yay. Haz.) *Quantitative Methods in Social Work: State of the Art* içinde (ss.201-222). Haworth Press, Inc.
- Trochim, W. M., Marcus, S. E., Masse, L. C., Moser, R. P. ve Weld, P. C. (2008). The evaluation of large research initiatives: A participatory integrative mixed-methods approach. *American Journal of Evaluation*, 29(1), 8-28.
- Wasserman, S. ve Galaskiewicz, J. (1994). *Advances in social network analysis: Research in the social and behavioral sciences*. Sage Publications.
- Wixted, B. ve Holbrook, J. A. (2008). Conceptual issues in the evaluation of formal research networks. *CPROST Report 2008-01*. <http://www.sfu.ca/cprost-old/docs/wixtedholbrook08-1.pdf>.
- Worrell, J., Wasko, M. ve Johnston, A. (2011). Social network analysis in accounting information systems research, *International Journal of Accounting Information Systems*. 2011 tarihinde <http://www.citeulike.org/article/9613163> adresinden erişildi.
- Xiao, H., ve Smith, S. L. J. (2006). The making of tourism research insights from a social sciences journal. *Annals of Tourism Research*, 33(2), 490-507.
- Ying, T., ve Xiao, H. (2011). Knowledge linkage: A social network analysis of tourism dissertation subjects. *Journal of Hospitality and Tourism Research*, 14, 1-28.

Summary

Bibliometric analysis of academic journals provides verifying results about the evolution of research in the related fields. Also, it is quite important to examine academic journals in respect of periods, to monitor the tendency in research and to improve the knowledge by considering contribution of these tendencies. With the aim of reaching some evaluations in the field of tourism, more specifically on the structure of tourism knowledge on its evolution and improvement, various research in academic journals related to tourism has been conducted. In this respect, in research, various types of analysis have been used such as content analysis, citation analysis, author and co-authorship and social network analyses. Moreover, social network analysis has been introduced as a useful approach in examining research topics on specific fields, on relations among authors and institutions, and on definitions and interpretations of information connections. In the light of this information, the aim of this study is to examine network structures of research topics, to search out the institutional connections among research topics and institutions by analyzing refereed articles published in Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi by applying social network analysis.

The articles published in Anatolia Turizm Araştırmaları Journal were analyzed in a network according to the research topics, it revealed that, initially, the “method” acted as a key role that was highly active at the tourism knowledge network, and it was found that it acted as a bridge among the other irrelevant research topics. It was found that research topics on management, education, marketing, accounting-finance and public administration played a vital role which provides transmission of the existing information from the information network to others in short time and provides the production of tourism field knowledge in the privacy of the mentioned journal and the spread of innovations. When the research topic network was analyzed as a whole, it was seen that a more central structure occurred rather than an inter-disciplinary approach at the field of tourism. When the articles published in the mentioned journal were analyzed in terms of inter-institutional cooperation, it was found that Dokuz Eylül, Gazi and Mersin Universities constructed a separate network, and that these three universities were rich both in terms of publishing articles and having cooperation with a lot of other universities. Depending on this, it was found that these universities had a central role in producing scientific knowledge in journals and transmitting this knowledge to other universities. When inter-institutional cooperation networks were analyzed with a holistic approach, it was detected that the rate of cooperation among the universities was at a very low level.