

Seyahat Motivasyonlarına İlişkin Çalışmaların Bibliyometrik Analizi: Web of Science Örneği (Bibliometric Analysis of Studies on Tourists' Travel Motivations: Web of Science Case)

* Murat ÇUHADAR^a , Elvan TATIK^b 

^a Süleyman Demirel University, Faculty of Economics and Administrative Sciences, Department of Tourism Management, Isparta/Türkiye

^b Süleyman Demirel University, Institute of Social Sciences, Department of Tourism Management, Isparta/Türkiye

Makale Geçmişi

Gönderim Tarihi: 16.08.2024

Kabul Tarihi: 29.09.2024

Anahtar Kelimeler

Seyahat motivasyonları

Çekici motivasyonlar

İtici motivasyonlar

Turizm

Turist

Öz

Seyahat motivasyonu/motivasyonları araştırmaları, geçmişten günümüze araştırmacılar tarafından oldukça ilgi gören konular olmuş ve turistlerin/ziyaretçilerin/gezginlerin seyahat motivasyonları üzerine ulusal ve uluslararası yazında çok sayıda çalışma kaleme alınmıştır. Genel olarak söylemek gerekirse seyahat motivasyonları konulu akademik/bilimsel çalışmaların temelinde, bireylerin neden seyahat etmek istediklerinin araştırılması ve gelecekteki seyahat tercihlerinin belirlenmesine dönük çabalar yer almaktadır. Bu çalışmada, “seyahat motivasyonu” konulu çalışmaların detaylı literatür analizi sunulmaktadır. Bu amaç doğrultusunda tüm dünyada saygın ve kapsamlı bir akademik/bilimsel veritabanı olarak kabul gören Web of Science (WoS) veri tabanında indekslenen seyahat motivasyonu konulu çalışmalar araştırma kapsamında incelenmiştir. Gerçekleştirilen taramalar ve kategorik sınırlamaların uygulanması sonucunda toplam 477 adet çalışmaya ulaşılmış ve incelenmiştir. Bu çalışmalar Web of Science veri tabanında sunulan sınıflandırmalar (yıl, araştırma alanı, kategoriler, yayıncı kurumlar, mecralar, ülke, dil vb.) dikkate alınarak analiz edilmiştir. Elde edilen analiz sonuçları tablo, şekil ve grafikler halinde görsel bir sunum amaçlanarak ve daha açıklayıcı olmak adına özetlenmiştir. Araştırmadan elde edilen bulgulara bakıldığında, incelenen çalışmalarda çoğunlukla nicel yöntemlerden yararlanıldığı; veri toplama yöntemlerinden anket tekniğinin daha çok kullanıldığı; en fazla çalışma sayısının 2020 ve 2021 yıllarında gerçekleştirildiği; araştırma alanları bakımından en fazla “Social Sciences-Other Topics (Sosyal Bilimler-Diğer Başlıklar)” alanında çalışmaların olduğu; çalışmaların en fazla makale türünde kaleme alındığı; büyük çoğunluğunun İngilizce dilinde yazıldığı ve ABD orijinli mecralarda yayınladığı araştırmanın dikkat çeken bulguları arasındadır.

Keywords

Travel motivations

Pull motivations

Push motivations

Tourism

Tourist

Abstract

Travel motivation(s) research has been a subject of great interest to researchers from past to present, and many studies have been written in national and international literature on the travel motivations of tourists/visitors/travelers. Generally speaking, the basis of academic/scientific studies on travel motivations are efforts to investigate why individuals want to travel and to determine their future travel preferences. In this study, a detailed literature analysis of studies on "travel motivation" is presented. For this purpose, studies on travel motivation indexed in the Web of Science (WoS) database, which is accepted as a respected and comprehensive academic/scientific database all over the world, were examined within the scope of the research. As a result of the reviewing and applying categorical limitations, a total of 477 studies were found and examined. These studies were analyzed taking into account the classifications (year, research field, categories, publishing institutions, media, country, language, etc.) presented in the Web of Science database. The analysis results obtained are summarized in tables, figures and graphs for a visual presentation and to be more descriptive. Considering the findings obtained from the research, it is seen that quantitative methods were mostly used in the studies examined; Among the data collection methods, the survey technique is used more; The largest number of studies were carried out in 2020 and 2021; In terms of research areas, the most studies are in the field of "Social Sciences-Other Topics"; Most of the studies have been written in the form of articles; Among the striking findings are that the majority of the articles have been written in English and published in US-based media.

Makalenin Türü

Araştırma Makalesi

* Sorumlu Yazar

E-posta: muratcuhadar@sdu.edu.tr (M. Çuhadar)

DOI: 10.21325/jotags.2024.1458

GİRİŞ

En genel tanımlama ile motivasyonlar, çeşitli amaçlar doğrultusunda bireyleri eyleme geçiren güdüleyicilerdir (Kim, Lee vd., 2015). Bu bağlamda, seyahat motivasyonlarının, bireyleri seyahat ihtiyaçlarını karşılamaya güdülediği söylenebilir. Bu güdüler her birey için farklı sebeplerden kaynaklanmakla birlikte bulunulan ortamdan uzaklaşma isteği en temel sebep olarak karşımıza çıkmaktadır (İso-Ahola, 1983). Maslow'un "İhtiyaçlar Hiyerarşisi" kapsamında ele alındığında ise bireylerin seyahat güdülerini, belirli zaruri ihtiyaçların karşılanmasından sonraki mertebelere tekabül etmektedir. Diğer bir anlatımla seyahat motivasyonları, zaruri olmayan ihtiyaçların birçoğunu barındırmaktadır. Motivasyon araştırmaları, konu ile ilgili çalışmaların başlangıcından bu yana boş zaman ve turizm literatüründe önemli bir konu olmuştur (Pearce & Lee, 2005). Wahab (1975), seyahat motivasyonlarının turizm çalışmaları ve hatta turizmin gelişimi için temel ve vazgeçilmez unsurlar arasında olduğunu savunmuştur. Turistlerin seyahat motivasyonları, turizm literatüründe sıkça incelenen ve farklı perspektiflerden ele alınan bir konudur. Seyahat motivasyonu konulu çalışmalarda bireyleri seyahate yönlendiren genel motive ediciler üzerinde durulurken, diğer yandan da konunun "itici motivasyonlar" ve "çekici motivasyonlar" şeklinde bir ayrım ile ele alındığı görülmektedir. Bu motivasyonların, bireylerin neden seyahat etmek istediğini açıklayan belirleyiciler olduğu söylenebilir. Bu motivasyonlar kısaca, bireyleri seyahat etmeye iten ve seyahat etmeye çeken sebepleri barındırmaktadırlar (Dann, 1977). Turizm sektörü, dünya ekonomisinde önemli bir yere sahiptir ve uluslararası ticaret, istihdam ve kültürel etkileşim gibi birçok alanda katkı sağlamaktadır. Turistlerin seyahat motivasyonları, turizm destinasyonlarının pazarlanması ve turizm politikalarının belirlenmesinde kritik bir rol oynamaktadır (Crompton, 1979; Kozak & Decrop, 2022). Bu nedenle turistlerin seyahat motivasyonlarına ilişkin yapılan çalışmalar hem akademik hem de sektörel açıdan önem arz etmektedir. Bu bağlamda seyahat motivasyonları konulu yayınların bibliyometrik olarak analiz edilmesinin, konunun geçmişten günümüze gelişimini ortaya koymak açısından önemli bulgular ortaya koyacağını söylemek mümkündür. Bundan dolayı, bu çalışmanın amacı seyahat motivasyonları konusunda yayınlanmış akademik/bilimsel çalışmaların bibliyometrik analizini gerçekleştirmek olarak belirlenmiştir. Bibliyometri kelimesi etimolojik olarak incelendiğinde "biblio" ve "metrics" köklerinden türemiş bir birleşik kelime olduğu görülmektedir. "Biblio" kelimesi, Grek ve Latin dillerinde "kitap" anlamına gelen "biblion" kelimesinden türetilmiştir. "Metrics" kelimesi ise "metrikos" ya da "metricus" kelimelerinden gelmektedir. Bu kelime de, Grek ve Latin dillerinde "ölçü birimi" anlamına gelmektedir. Bibliyometri, karar vericiler, yöneticiler, araştırmacılar, bilim insanları ve kütüphaneciler tarafından sıklıkla kullanılmaktadır (Yersüren & Özel 2020). Bibliyometrik araştırmalar, incelenen konuyu kişi, atıf, ülke dağılımı, konu, yayın türü dağılımı (makale, kitap, bildiri vb.) yönleri ile nicel olarak analiz ederek bir bilim dalına ilişkin literatürdeki çalışmaların mevcut durumunu, gelişimini ve yönelimini ortaya koymayı amaçlayan çalışmalardır. Bibliyometrik analizler, belirli bir alandaki yayınların sayılarını, yazarlarını, atıflarını ve anahtar kelimelerini analiz ederek, alanın gelişimini ve trendlerini ortaya koymaktadır (Zupic & Čater, 2015). Bibliyometrik analizlerde, incelenen çalışmalara Web of Science, Scopus, Dimensions, Google Akademik, Lens ve PubMed gibi dizin ve veri tabanlarından erişilmektedir. Bu bağlamda bibliyometrik analizlerde kullanılan verilerin temin edildiği veri tabanının, konuyu temsil edecek kapsama ve literatüre sahip olması önem kazanmaktadır. Bu noktada ilgili yazın bağlamında önemli veri tabanlarından birisi Web of Science akademik/bilimsel veri tabanı olarak kabul edilmektedir (Lajara vd., 2023; Ogun, 2023). Web of Science, dünyanın en büyük akademik yayın indekslerinden biridir. Farklı disiplinleri kapsayan birçok indeksi bünyesinde barındırmaktadır. Önceki araştırmalar, Web of Science'ın turizmle ilgili konuların bibliyometrik analizlerini yürütmedeki etkinliğini ortaya koymaktadır

(Pelit & Katircioglu, 2022; Cardador vd., 2023). Gerçekleştirilen literatür incelemesi neticesinde, Türkiye’de konuyla ilgili sistematik literatür taraması ya da bibliyometrik bir çalışmanın yer almadığı tespit edilmiştir. Dolayısı ile bu çalışma turistlerin seyahat motivasyonlarına ilişkin literatürün genel bir panoramasını sunmayı ve bu alandaki araştırma eğilimlerini belirlemeyi amaçlamaktadır. Literatürde konuyla ilgili bibliyometri temelli çalışmaların sınırlı olduğu dikkate alındığında, kaleme alınan bu çalışmanın alanyazına katkı sunması, turizm araştırmacıları ve sektör profesyonelleri için önemli bilgiler sağlaması ve seyahat motivasyonları konusunda ileriye dönük araştırmalara bir yön çizmesi yazarların beklentileri arasındadır. Çalışmanın izleyen bölümleri şu şekilde yapılandırılmıştır. Kavramsal çerçeve başlığı, turistlerin seyahat motivasyonlarına ilişkin kavramsal çerçeveyi tanımlamakta ve literatürde konuyla ilgili çalışmaların bir özetini sunmaktadır. Veri ve yöntem bölümünde, araştırmada kullanılan veriler, bu verilerin elde edilme süreçleri, analiz için hazırlanma aşamaları ve analiz yöntemleri hakkında detaylı bilgiler sunulmuştur. Analiz ve bulgular kısmında, araştırma verilerinin analiz edilme süreci ve bu analiz sonucunda elde edilen bulgular ayrıntılı olarak ele alınmıştır. Sonuç ve öneriler bölümünde ise, araştırma bulguları karşılaştırmalı olarak değerlendirilmiş, çalışmanın literatüre katkıları tartışılmış ve gelecekteki araştırmalar için önerilerde bulunulmuştur.

Kavramsal Çerçeve

Turistlerin seyahat etme nedenleri, kişisel, sosyal, kültürel ve psikolojik faktörlerin karmaşık bir etkileşimi sonucu ortaya çıkan çok boyutlu bir kavramdır. Turistlerin seyahat motivasyonlarını anlamak, turizm araştırmalarında önemli bir yer tutmaktadır. Bu motivasyonlar, bireylerin seyahat etme nedenlerini ve davranışlarını anlamak için kritik öneme sahip kavramlardır. Bu bölümde, seyahat motivasyonlarının teorik temelleri ve literatürdeki önemli çalışmalar ele alınarak, çalışmanın kavramsal çerçevesi sunulmuştur. Bireyleri seyahate çıkmaya iten motivasyonları anlamak, uzun yıllardır turizm araştırmalarının temel taşı olmuştur. Psikolojik, sosyokültürel ve ekonomik faktörlerin bir araya gelmesiyle oluşan çok yönlü bir yapı olan seyahat motivasyonu, destinasyon seçimi, seyahat davranışları ve genel turist deneyimleri üzerinde derin bir etki yaratır (Dann, 1981). Turistlerin seyahat motivasyonları, bireylerin farklı ihtiyaç, arzu ve beklentilerini karşılamak amacıyla seyahat etme nedenlerini ifade eder. Seyahat motivasyonu kavramı, bireyleri seyahat etmeye yönlendiren faktörleri ele almaktadır. İso-Ahola’ya (1983) göre, bireyler bulundukları rutin hayat şartlarından uzaklaşmak için seyahat etmektedir. Dann’a (1977) göre ise, bireyler saygınlık kazanma, ego geliştirme, kurallardan kaçma gibi sebeplerle seyahat etmek istemektedir. Bununla birlikte seyahat motivasyonunun temelinde kendini geliştirmek, yeni şeyler keşfetmek gibi istekler de bulunmaktadır (Barakazı, 2019). Bunlara ek olarak macera, bilgi edinme, rahatlatma, kaçış ve arkadaşlık ilişkileri kurmak da turistleri seyahat etmeye iten faktörlerden olmaktadır (Davras & Tatık, 2022). Seyahat motivasyonu, yalnızca sosyoloji veya turizmde değil psikoloji, antropoloji vb. pek bilim dalında incelenen bir kavram olarak karşımıza çıkmaktadır (Akay & Yılmaz, 2019). Bu bakımdan oldukça geniş kapsamlı araştırma konusu olduğu söylenebilir. Turistlerin seyahat motivasyonlarına ilişkin literatür, genellikle psikolojik, sosyolojik ve ekonomik perspektiflerden ele alınmaktadır. Çeşitli amaçlar çerçevesinde ele alındığında, bireylerin seyahat motivasyonlarında din faktörü (Türker, Akça & Uçar, 2019), doğa faktörü (İşçi, 2021), yeme-içme faktörü (Toksöz ve Aras, 2016) ve sosyal etkinlikler (Garda & Karaçor, 2016) gibi faktörlerin etkisi bulunmaktadır.

Geçmişten bu yana araştırmacılar tarafından seyahat motivasyonunu açıklayabilmek için pek çok teori ve kuramlar geliştirilmiştir. Literatür incelendiğinde, güncel çalışmaların çoğunda geçmişte geliştirilmiş olan bu teori

ve kuramların esas alındığı ve kullanıldığı görülmektedir. Bu kuramların temeline inilecek olursa, Maslow (1943) insan motivasyonlarının bir hiyerarşi doğrultusunda şekillendiğini öne sürer. Seyahat motivasyonları, bu hiyerarşide yer alan “kendini gerçekleştirme” ve “sosyal ihtiyaçlar” gibi üst düzey ihtiyaçlarla ilişkilendirilebilir. Seyahat motivasyonu alanyazınında kullanılan teorilere örnek vermek gerekirse, İso-Ahola’nın (1982) geliştirdiği kaçış-arayış modeli, bireylerin rutin yaşamdan kaçarak/uzaklaşmak isteyerek farklı deneyimler arayışında olmasını açıklamaktadır. Plog (1974), turistlerin psikografik özelliklerine göre farklı motivasyonlara sahip olduklarını ve buna göre seyahat davranışlarının değişiklik gösterdiğini öne sürmüştür. Yazar, allosentrizm ve psikosentrizm teorisini geliştirerek ve bireylerin seyahat motivasyonlarının kişilik özelliklerine dayandığını vurgulamaktadır. Bireylerin seyahat davranışını tanımlayan bu iki zıt kavrama göre allosentrik davranışa sahip bireyler daha özgüvenli, girişken ve keşfedici özelliklere sahiplerdir. Psikosentrik davranışa sahip bireyler ise ilk önce güvenliğe önem verirler ve daha korunmuş gördükleri yerleri tercih etmektedirler. Pearce (1988), seyahat kariyer merdiveni modelini geliştirerek, bireylerin seyahat güdülerinin tatmine dayalı olduğunu; motivasyonların tatmin oldukça arttığını ve değişebildiğini açıklamaktadır. Crompton (1979), seyahat motivasyonlarını, bireyleri seyahat etmeye iten (push) ve belirli destinasyonları cazip kılan, dolayısı ile kendine “çeken” (pull) faktörler olarak ikiye ayırmıştır. Push faktörler, bireylerin içsel arzularını ve ihtiyaçlarını ifade ederken, pull faktörler destinasyonun çekiciliği ile ilgilidir. Yazar “itme-çekme” teorisini geliştirerek, bireylerin seyahat etmesinde kendisinden yani içsel faktörlerden kaynaklanan itici faktörlerin ve gidilecek yerden yani dışsal faktörlerden kaynaklanan çekici faktörlerin etkisi olduğunu açıklamaktadır. İtici ve çekici motivasyonlar, içsel ve dışsal güçler veya dürtüler olarak tabir edilebilmektedir. Kısaca içsel dürtüler bireyin sahip olduğu kişilik özelliklerinden meydana gelir ve böylece kişiden kişiye değişebilmektedir. Dışsal dürtüler, bireyin dışında gerçekleşen, bireyi kendine çekmeyi sağlayan dürtülerdir. Dışsal dürtüler de bireyseldir ancak dış faktörler bunu tetiklemektedir. Buna göre bireyin uzaklaşma, keşfetme, deneyimleme arzusu gibi faktörler içsel faktörler iken, gidilecek bölgenin niteliklerini kapsayan örneğin sahip olduğu kumsallar, doğal ve yapay güzellikler gibi faktörler ise dışsal veya çekici faktörlerdir (Lam & Hsu, 2006). İtici motivasyonlar bireylerin duygusal yönlerine hitap ederken, çekici motivasyonlar bilişsel yönlerine hitap etmektedir (Yoon & Uysal, 2005). İtme ve çekme motivasyonları çeşitli sebeplerle bireyden bireye değişiklik gösterebilmektedir. Örneğin bireyin cinsiyetine göre (Jönsson & Devonish, 2008), bulunduğu yaş kuşağına (X, Y, Z) göre (Çöp, İbiş ve Kızıldemir, 2020), sahip olunan inanca göre (Türker vd., 2019; Aksoy, 2002), gerçekleşen etkinliklere göre (Garda & Karaço, 2016; Yuan, Cai, Morrison & Linton, 2005) ve hatta bireyin katılmak istediği turizm türüne göre (Albayrak, 2013; Matzler & Siller, 2003) motivasyonlar değişiklik gösterebilmektedir. Uysal ve Jurowski (1994) de bu teoriyi destekleyen çalışmalarıyla, turistlerin seyahat motivasyonlarını daha derinlemesine anlamamıza yardımcı olmuşlardır. Son dönemde yapılan çalışmalar da bu teorisinin geçerliliğini doğrulamaktadır (Prayag & Hosany, 2014; Jang & Cai, 2002). Bunlara ek olarak pek çok alanda bireylerin motivasyon belirleyicileri araştırılmış ve günümüzde hala araştırılmaya devam etmektedir. Buradan anlaşılabacağı üzere bireyin seyahat motivasyonlarını incelerken tek bir neden altında düşünmek, tek bir faktöre bağlı olarak düşünmek eksik bir çalışma oluşturacaktır. Bireylerin seyahat motivasyonlarını etkileyen içsel ve dışsal faktörlere bağlı olarak bireyler seyahat edecekleri yere karar verirler. Karar aşamasında değişken şekilde bireyin geçmişteki tecrübeleri, dış kaynak olarak başkalarından öğrendiği bilgiler gibi faktörler etkili olabilir. Bir örnekle açıklamak gerekirse daha önce bir kitle turisti olarak seyahate katılan birey sonrasında bu tecrübesine dayanarak tek başına seyahat etmek isteyebilir (Boztoprak, Kurnuç & Çetinkaya, 2017). Seyahat gerçekleştikten sonraki süreçte ise ilgili yerde oluşan memnuniyete bağlı olarak yeniden seyahat etmek

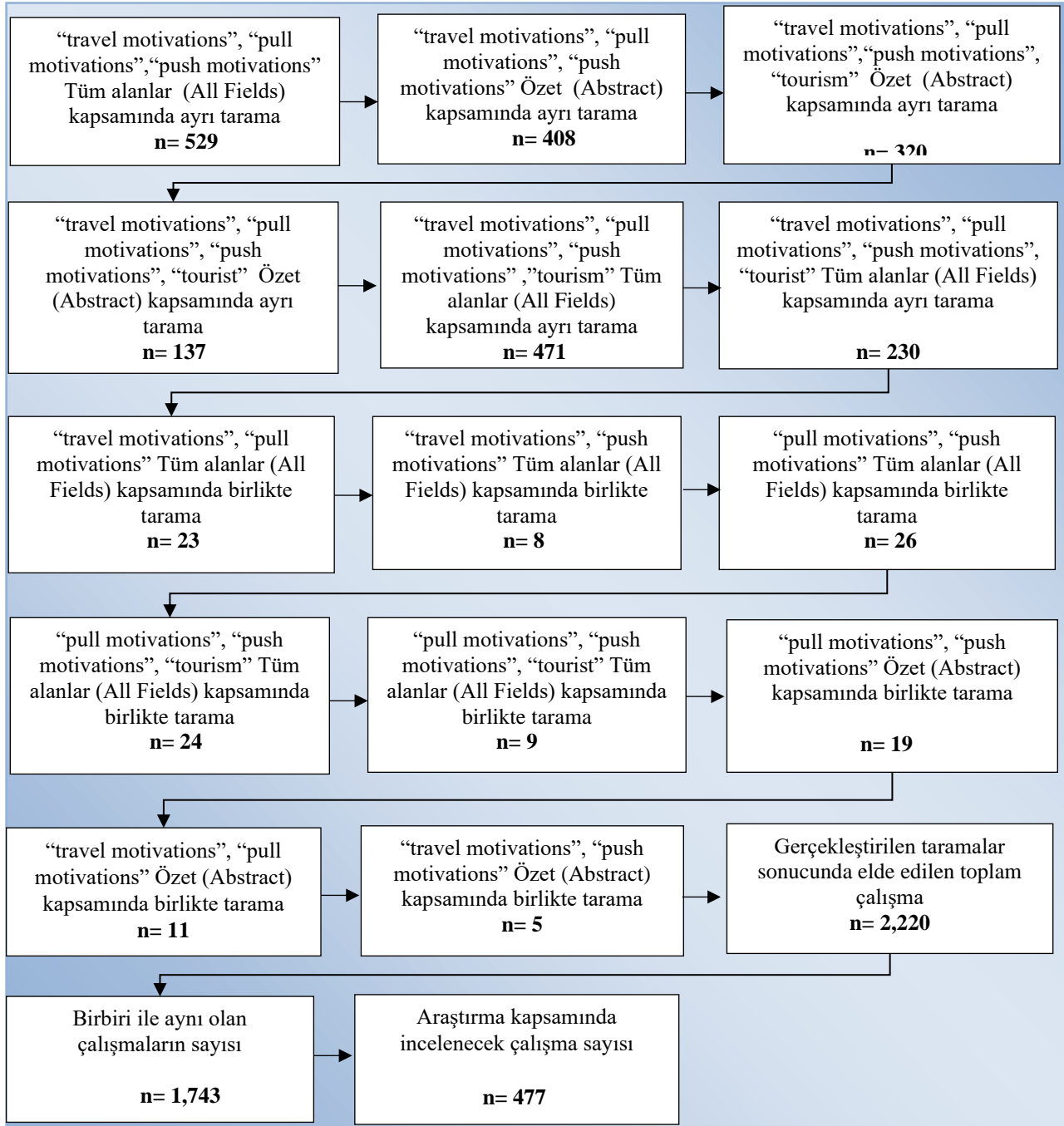
isteme veya seyahat etmek istememe davranışı oluşur. Bununla birlikte seyahat edilen yerin tavsiye edilmesi ya da edilmemesi diğer seyahat etmesi muhtemel bireylerin motivasyonlarını etkileyebilmektedir (Yoon ve Uysal, 2005). Çünkü bireyler seyahat deneyimleri sonucunda belli bir doygunluğa ulaşmak için harcayacakları zamana ve ekonomik gidere önem vermektedirler. Bu yüzden maliyeti de göz önünde bulundurarak tatmin edici bir deneyim yaşamak isterler (Dean & Suhartanto, 2019). Turistlerin seyahat motivasyonlarına ilişkin çalışmalarda öne çıkan ana temalar kısaca şöyle özetlenebilir;

- Kültürel ve Sosyal Faktörler: Turistlerin kültürel ve sosyal etkileşim arzuları, seyahat motivasyonlarında önemli bir rol oynamaktadır (Kim & Prideaux, 2005).
- Ekonomik Faktörler: Gelir düzeyi ve ekonomik teşvikler, seyahat etme kararlarını etkileyen kritik faktörler arasında yer almaktadır (Zhang & Peng, 2014).
- Teknolojik Faktörler: Dijitalleşme ve teknolojinin gelişimi, turistlerin seyahat planlama ve deneyimleme süreçlerini dönüştürmektedir (Gretzel et al., 2015).

Veri ve Yöntem

Araştırmanın amacına yönelik tarama ve ön araştırmalar, Web of Science akademik veri tabanı üzerinde “15-30 Mayıs 2024” tarihleri arasında gerçekleştirilmiştir. Araştırma sürecinde öncelikle Tüm Alanlar (All Fields) arama kriterinde, “seyahat motivasyonları”, “çekim motivasyonları” ve “itici motivasyonlar” anahtar kelimelerinin İngilizce karşılıkları ayrı ayrı tarandığında toplam 529 çalışmaya, aynı anahtar kelimeler Özet (Abstract) kriterinde ayrı ayrı tarandığında ise toplam 408 çalışmaya ulaşılmıştır. Özet (Abstract) kriterinde “turizm”+“seyahat motivasyonları”, “turizm”+“çekim motivasyonları” ve “turizm”+“itici motivasyonlar” şeklinde tarama yapıldığında 320 çalışmaya ulaşılırken; aynı kriterde “turist”+“seyahat motivasyonları”, “turist”+“çekim motivasyonları” ve “turist”+“iten motivasyonlar” şeklinde İngilizce karşılıkları ile ayrı ayrı tarama yapıldığında ise 137 çalışmaya ulaşılmıştır. Tüm alanlar (All fields) arama kriterinde “turizm”+“travel motivasyonları”, “turizm”+“çekim motivasyonları”ve “turizm” + “çekim motivasyonları” şeklinde İngilizce karşılıkları ile ayrı ayrı tarama yapıldığında 471 çalışmaya ulaşılırken; aynı kriterde “turist”+“seyahat motivasyonları”, “turist”+“çekim motivasyonları” ve “turist”+“iten motivasyonlar” şeklinde İngilizce karşılıkları ile ayrı ayrı tarama yapıldığında ise 230 çalışmaya ulaşılmıştır. Sonraki detaylı taramalarda ise tüm alanlar (all fields) kriterinde “seyahat motivasyonları” ve “iten motivasyonlar” kelimeleri İngilizce karşılıkları birlikte tarandığında 23 çalışmaya; “seyahat motivasyonları” ve “iten motivasyonlar” kelimeleri İngilizce karşılıkları ile birlikte tarandığında 8 çalışmaya; “çekim motivasyonları” ve “iten motivasyonlar” kelimeleri birlikte İngilizce karşılıkları kullanılarak tarandığında ise 26 çalışmaya ulaşılmıştır. Tüm alanlar kriterinde “turizm”, “çekim motivasyonları”, “iten motivasyonlar” kelimeleri İngilizce karşılıkları ile birlikte tarandığında 24 çalışmaya; “turist”, “iten motivasyonlar”, “çekim motivasyonları” kelimeleri İngilizce karşılıkları kullanılarak birlikte tarandığında ise 9 çalışmaya ulaşılmıştır. Son olarak, Özet (Abstract) kriterinde “çekim motivasyonları” ve “iten motivasyonlar” anahtar kelimeleri İngilizce karşılıkları kullanılarak tarandığında 19 çalışmaya; “seyahat motivasyonları” ve “çekim motivasyonları” kelimeleri İngilizce karşılıkları kullanılarak birlikte tarandığında 19 çalışmaya; “seyahat motivasyonları” ve “iten motivasyonlar” kelimeleri İngilizce karşılıkları kullanılarak birlikte tarandığında ise 11 çalışmaya ulaşılmıştır. Gerçekleştirilen tüm taramalar sonucunda toplam 2,220 çalışma elde edilmiştir. Taramalar neticesinde birbirinin aynı olan çalışmaların tespit edilmesi üzerinde çalışılmış ve farklı taramalar neticesinde ulaşılan 1,743 birbirinin aynı çalışma analiz kapsamından çıkarılmıştır. Sonuç itibarıyla yapılan

titiz taramalar ve incelemeler neticesinde, bu araştırmanın konusu kapsamında olduğu değerlendirilen turizm alanında seyahat motivasyonu, çekici motivasyonlar ve itici motivasyonlar konularında kaleme alındığına kanaat getirilen 477 adet çalışma analizlere dâhil edilmiştir. Web of Science veri tabanında bu analizlerden elde edilen çalışmaların yayınlandığı yıllar, yayınladığı mecralar, kategoriler, araştırma alanları, en çok atıf alan çalışmalar ve yazarlar, çalışmaların dili, yayınlandığı ülke, yayıncı kuruluşları, anahtar kelimeleri, çalışmaların türü (makale, bildiri, kitap bölümü vb.) ve tarandığı dizinler (SSCI-Social Scineces Citation Index-Sosyal Bilimler Atıf Dizini, SCI-E-Science Citation Index-Expanded-Genişletilmiş Fen Bilimleri Atıf Dizini, ESCI-Emerging Sources Citation Index-Gelişme Gösteren Kaynaklar Atıf Dizini, A-HCI-Art&Humanities Citation Index-Sanat ve Beşeri Bilimler Atıf Dizini, BKCI-SSH-Book Citation Index-Social Sciences&Humanities-Kitap Atıfları Dizini-Sosyal ve Beşeri Bilimler, BKCI-S-Book Citation Index-Science-Kitap Atıfları Dizini-Fen Bilimleri, CPCI-SHH-Conference Proceedings Citation Index-Science-Konferans Bildirileri Atıf Dizini-Sosyal Bilimler, CPCI-S-Conference Proceedings Citation Index-Science-Konferans Bildirileri Atıf Dizini-Fen Bilimleri gibi veriler Microsoft Excel Ofis programı kullanılarak derlenmiştir. Araştırma kapsamında incelenen “Seyahat Motivasyonları” konulu çalışmalara yönelik gerçekleştirilen literatür taramaları sürecine ilişkin akış diyagramı Şekil 1’de sunulmuştur.

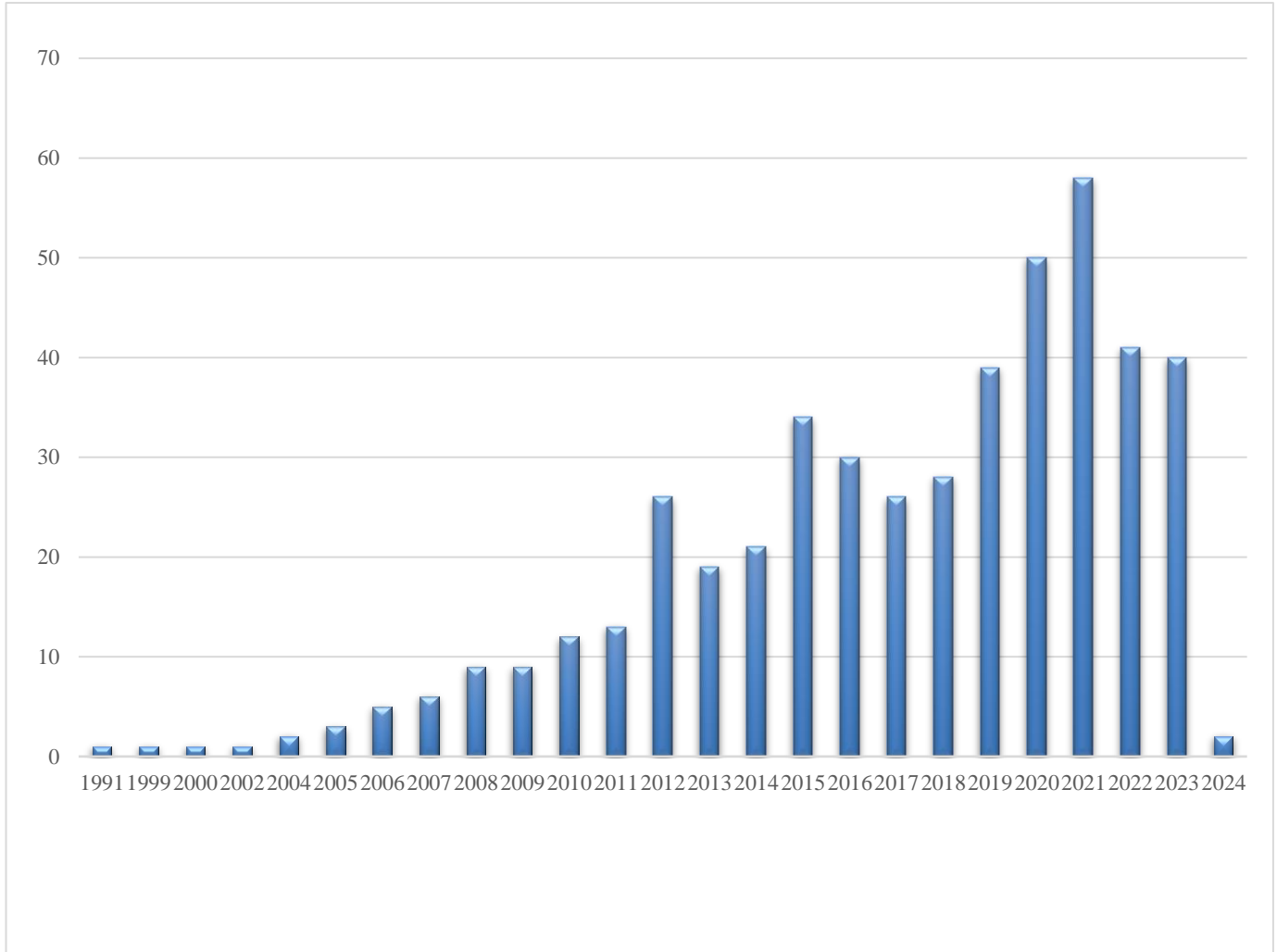


Şekil 1. Gerçekleştirilen Literatür Taraması Süreci Özeti

Önceki satırlarda belirtildiği şekilde gerçekleştirilen analiz ve bazı kategorik sınırlamalar neticesinde, araştırma konusu ile ilgili toplam incelenmeye uygun 477 çalışma olduğu tespit edilmiştir. Analiz sonuçları ve değerlendirmeler çalışmanın bulgular bölümünde tablo, grafikler ve yorumlar halinde sunulmuştur. İncelenen çalışmaların anahtar kelimeleri “Wordart” isimli grafik düzenleme programı vasıtasıyla sözcük bulutu oluşturularak derlenmiştir. Çalışmanın amacı doğrultusunda görsel haritalama ve ağ (düğüm) analizleri, çevrimiçi VOSviewer programı aracılığı ile gerçekleştirilmiştir. VOSviewer, bibliyometrik ağların görselleştirilmesi için tasarlanmış bir bilimsel haritalama programıdır. Anahtar kelime eş-bulunma analizi ve eş yazarlılık analizlerinin yanı sıra atıf ağlarının görselleştirilmesi gibi birçok bibliyometrik ağ analizini gerçekleştirebilmektedir.

Analiz ve Bulgular

Web of Science (WOS) akademik veri tabanı üzerinde gerçekleştirilen inceleme ve taramalar neticesinde turizm ve ilgili disiplinlerde, seyahat motivasyonu, çekici (pull) motivasyonlar ve bireyleri seyahate iten (push) motivasyonlar konulu çalışmaların yayın yıllarına göre dağılımı Grafik 1’de verilmiştir.



Grafik 1. İncelenen Çalışmaların Yayın Yıllarına Göre Dağılımı

Grafik 1. incelendiğinde, çalışma kapsamında incelenen turizm alanında seyahat motivasyonu konulu yayınların tarama periyodu dahilinde ilk olarak 1991 yılında kaleme alınmaya başlandığı anlaşılmaktadır. 1991 yılından itibaren seyahat motivasyonları konusundaki çalışmaların sayısında kademeli bir artış gözlemlenmektedir. Özellikle 2010 sonrası, bu alanda yayımlanan çalışmaların belirgin bir şekilde arttığı görülmektedir. 2020 yılında zirveye ulaşan yayın sayısı, COVID-19 pandemisinin etkisiyle turizm ve seyahat motivasyonları üzerine olan ilginin artışı yansıtabilir. 2021 ve 2022 yıllarında ise bu ilginin devam ettiği, ancak 2023 ve 2024 yıllarında yayın sayılarında bir miktar düşüş yaşandığı dikkat çekmektedir. Bu durum, pandeminin etkilerinin azalmasıyla birlikte araştırma yoğunluğunun da doğal olarak azaldığını gösterebilir. Genel olarak grafik, seyahat motivasyonları üzerine yapılan akademik çalışmaların yıllar içinde artan bir ilgiyle karşılandığını ve bu konunun giderek daha fazla araştırmacı tarafından ele alındığını ortaya koymaktadır.

Araştırma kapsamında incelenen çalışmaların yayınlandıkları mecralar (dergi, kitap, çok yazarlı kitapta bölüm, kongre/sempozyum bildiriler kitabı), her bir mecrada kaç çalışma bulunduğu yüzdelik oranlarıyla birlikte Tablo 1’de verilmiştir.

Tablo 1. İncelenen Çalışmaların Yayınlandığı Dergi ve Mecralar

	Yayın Mecraları	n	%
1.	Journal of Travel & Tourism Marketing	22	%5
2.	Tourism Management	19	%4
3.	Current Issues in Tourism	19	%4
4.	Anatolia: International Journal of Tourism and Hospitality Research	16	%3
5.	Asia Pasific Journal of Tourism Research	15	%3
6.	International Journal of Tourism Research	13	%3
7.	Tourism Analysis	13	%3
8.	Journal of China Tourism Research	13	%3
9.	Journal of Destination Marketing & Management	12	%3
10.	International Journal of Culture Tourism and Hospitality Research	11	%2
11.	Sustainability	11	%2
12.	International Journal of Tourism Cities	10	%2
13.	Journal of Travel Research	9	%2
14.	Journal of Vacation Marketing	9	%2
15.	Tourism Review	9	%2
16.	Journal of Hospitality and Tourism Management	8	%2
17.	Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism	8	%2
18.	Annal of Tourism Research	7	%1
19.	Journal of Sustainable Tourism	7	%1
20.	Tourism Review International	7	%1
21.	Journal of Business Research	6	%1
22.	Tourism Recreation Research	6	%1
23.	Tourism	6	%1
24.	British Food Journal	5	%1
25.	Europen Journal of Tourism Research	5	%1
26.	Journal of Hospitality and Tourism Insights	5	%1
27.	Journal of Tourism Futures	4	%1
28.	Tourism and Hospitality Research	4	%1
29.	Tourist Studies	4	%1
30.	Frontiers in Psychology	3	%1
31.	Geoheritage	3	%1
32.	International Journal of Hospitality & Tourism Administration	3	%1
33.	Journal of Hospitality& Tourism Research	3	%1
34.	Journal of Islamic Marketing	3	%1
35.	Journal of Outdoor Recreation and Tourism-Research Planning and Management	3	%1

Tablo 1. İncelenen Çalışmaların Yayınlandığı Dergi ve Mecralar (devamı)

36.	Journal of Policy Researchin Tourism Leusure And Events	3	% 1
37.	Tourism and Hospitality Management-Croatia	3	% 1
38.	Tourism Economics	3	% 1
39.	Tourism and South East Europe	3	% 1
40.	Tourism Management Perspectives	3	% 1
41.	Zeitschrift Fur Tourismuswissenschaft	3	% 1
42.	Anais Brasileiros De Estudos Turisticos-Abet	2	% 1
43.	Annals of Leisure Research	2	% 1
44.	Anuario Turismo Y Sociedad	2	% 1
45.	Ekonomska Misao I Praksa-Economic Thought and Practice	2	% 1
46.	European Journal of Touism Hospitality and Recreation	2	% 1
47.	International Journal of Entrepreneurship And Innovation	2	% 1
48.	International Journal of Healthcare Management	2	% 1
49.	International Journal of Hospitality Management	2	% 1
50.	Journal of Convention& Event Tourism	2	% 1
51.	Journal of Homosexuality	2	% 1
52.	Journal of Population Ageing	2	% 1
53.	Journal of Tourism And Services	2	% 1
54.	Leisure Studies	2	% 1
55.	Market Trziste	2	% 1
56.	Pasos-Revista De Turismo Y Patrimonio Cultural	2	% 1
57.	Plos One	2	% 1
58.	Procedia Social And Behavioral Sciences	2	% 1
59.	Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism	2	% 1
60.	South African Journal for Research in Sport Physical Education and Recreation	2	% 1
61.	Southern African Business Review	2	% 1
62.	Tourism Geographies	2	% 1
63.	Tourism Planning & Development	2	% 1
64.	Transportation Research Procedia	2	% 1
65.	Transportation Research Record	2	% 1
66.	World Leisure Journal	2	% 1
67.	3rd International Scientific Conference Tosee - Tourism In Southern And Eastern Europe 2015: Sustainable Tourism, Economic Development And Quality Of Life	2	% 1
	Yalnızca “Bir (1)” Çalışmanın yer aldığı diğer dergi ve mecralar	132	% 26
TOPLAM		477	100

Tablo 1 incelendiğinde, araştırma kapsamındaki çalışmaların yayınlandığı toplam 199 mecra olduğu; bunlar haricinde sadece bir çalışma yayınlanan 132 mecra olduğu ve ilgili çalışmaların neredeyse tamamına yakınının bilimsel dergilerde yayınlandığı görülmektedir. Her bir mecrada yayınlanan çalışma sayısı 1 ile 22 arasında değişmektedir. Buna göre araştırma konusu ile ilgili en fazla çalışmanın yayınlandığı mecralar sırasıyla 22 çalışma (%5) ile “Journal Of Travel & Tourism Marketing”, 19’ar (%4) çalışma ile “Tourism Management” ve “Current Issues In Tourism” ve hemen ardından 16 (%3) çalışma ile “Anatolia-International Journal of Tourism and Hospitality Research” dergileridir. Çalışmaların %26’sının yalnızca bir çalışmanın yer aldığı farklı dergi ve

mecralarda yayımlandığı görülmektedir. Bu dağılım, araştırmanın multidisipliner bir yapıya sahip olduğunu ve turistlerin seyahat motivasyonlarına ilişkin çalışmaların çeşitli akademik platformlarda ele alındığını göstermektedir.

Araştırma kapsamında incelenen çalışmaların yer aldığı Web of Science kategorileri, her bir kategoride kaç çalışma yer aldığı ve yüzdelik dağılımları Tablo 2’de verilmiştir.

Tablo 2. İncelenen Çalışmaların “Web of Science” Kategorileri

	Kategoriler	n	%
1.	Hospitality, Leisure, Sport & Tourism (Misafirperverlik, Eğlence, Spor ve Turizm)	344	%52
2.	Management (Yönetim)	56	%8
3.	Business (İş Dünyası, İşletme)	42	%6
4.	Environmental Studies (Çevre Çalışmaları)	34	%5
5.	Green & Sustainable Science & Technology (Yeşil ve Sürdürülebilir Bilim ve Teknoloji)	18	%3
6.	Economics (Ekonomi-İktisat)	16	%2
7.	Sociology (Sosyoloji)	15	%2
8.	Environmental Sciences (Çevre Bilimleri)	14	%2
9.	Social Sciences, Interdisciplinary (Sosyal Bilimler, Disiplinlerarası)	13	%2
10.	Transportation (Ulaştırma)	8	%1
11.	Agricultural Economics & Policy (Tarım Ekonomisi ve Politikası)	6	%1
12.	Education & Educational Research (Eğitim ve Eğitim Araştırmaları)	6	%1
13.	Food Science & Technology (Gıda Bilimi ve Teknolojisi)	6	%1
14.	Psychology, Multidisciplinary (Psikoloji, Multidisipliner)	6	%1
15.	Transportation Science & Technology (Ulaştırma Bilimi ve Teknolojisi)	6	%1
16.	Geosciences, Multidisciplinary (Jeoloji Bilimleri, Çok Disiplinli)	5	%1
17.	Geography (Coğrafya)	4	%1
18.	Multidisciplinary Sciences (Çok Disiplinli Bilimler)	4	%1
19.	Business, Finance (İşletme, Finans)	3	%1
20.	Engineering, Civil (Mühendislik, İnşaat)	3	%1
21.	Gerontology (Gerontoloji – Yaşlılık Bilim)	3	%1
22.	Humanities Multidisciplinary (Beşeri Bilimler Multidisipliner)	3	%1
23.	Public, Environmental & Occupational Health (Kamu, Çevre ve Mesleki Sağlık)	3	%1
24.	Computer Science, Artificial Intelligence (Bilgisayar Bilimi, Yapay Zeka)	2	%1
25.	Computer Science, Information Systems (Bilgisayar Bilim, Bilgi-Bilişim Sistemleri)	2	%1
26.	Engineering, Electrical & Electronic (Elektrik-Elktronik Mühendisliği)	2	%1
27.	Health Policy & Services (Sağlık Politikası ve Hizmetleri)	2	%1
28.	Information Science & Library Science (Bilgi Bilimi ve Kütüphane Bilimi)	2	%1
29.	Law (Hukuk)	2	%1
30.	Psychology, Applied (Uygulamalı Psikoloji)	2	%1
31.	Religion (Din)	2	%1
32.	Other (Diğer)	29	%4

Kategoriler ve çalışma sayısı incelendiğinde, bir çalışmanın birden fazla kategoride yer almış olduğu dikkat çekmektedir. İçerisinde sadece bir çalışma bulunan kategoriler tabloda en altta “Diğer” satırında toplanmıştır. Tablo incelendiğinde, araştırmaların büyük çoğunluğu (%52) “Hospitality, Leisure, Sport & Tourism (Misafirperverlik, Eğlence, Spor ve Turizm)” kategorisinde yoğunlaşmıştır. Bu bulgu, seyahat motivasyonu konusunun turizm ve misafirperverlik sektörleriyle güçlü bir ilişki içinde olduğunu göstermektedir. Management (Yönetim) (%8) ve Business (İş Dünyası, İşletme) (%6) kategorilerinde de önemli sayıda çalışma bulunmakta, bu da seyahat motivasyonlarının yönetim ve iş dünyası bağlamında da ele alındığını göstermektedir. Diğer dikkat çekici kategoriler arasında Environmental Studies (Çevre Çalışmaları) (%5), Green & Sustainable Science & Technology (Yeşil ve

Sürdürülebilir Bilim ve Teknoloji) (%3) ve Economics (Ekonomi) (%2) yer almaktadır. Bu dağılım, seyahat motivasyonlarının disiplinler arası bir yaklaşımla ele alındığını ve çevresel, ekonomik ve sosyolojik bağlamlarda da önemli araştırma alanları olarak görüldüğünü ortaya koymaktadır. Ancak, tabloda yer alan diğer kategorilerdeki (%1 veya daha az) çalışmaların sayısal olarak az olması, bu alanlarda seyahat motivasyonlarına ilişkin çalışmaların henüz yeterince incelenmediğini veya bu kategorilerin bu konu ile dolaylı bir ilişki içinde olduğunu göstermektedir. Bu durum, gelecekteki araştırmalar için bu kategorilerin daha derinlemesine incelenmesi gerekliliğini vurgulamaktadır. Araştırma kapsamında incelenen çalışmaların “Araştırma Alanlarına” göre dağılımları Tablo 3’te verilmiştir.

Tablo 3. İncelenen Çalışmaların Araştırma Alanları

	Araştırma Alanı	n	%
1.	Social Sciences-Other Topics (Sosyal Bilimler-Diğer Konular)	356	%57
2.	Business Economics (İşletme Ekonomisi)	104	%17
3.	Environmental Sciences & Ecology (Çevre Bilimleri ve Ekoloji)	37	%6
4.	Science & Technology - Other Topics (Bilim ve Teknoloji - Diğer Konular)	22	%4
5.	Sociology (Sosyoloji)	15	%2
6.	Transportation (Ulaştırma)	9	%2
7.	Psychology (Psikoloji)	8	%1
8.	Agriculture (Tarım, Ziraat)	7	%1
9.	Engineering (Mühendislik)	7	%1
10.	Education & Educational Research (Eğitim ve Eğitim Araştırmaları)	6	%1
11.	Food ScienceTechnology (Gıda Bilimi Teknolojisi)	6	%1
12.	Computer Science (Bilgisayar Bilimi)	5	%1
13.	Geology (Yerbilimi-Jeoloji)	5	%1
14.	Arts & Humanities - Other Topics (Sanat ve Beşeri Bilimler - Diğer Konular)	4	%1
15.	Geography (Coğrafya)	4	%1
16.	Geriatrics & Gerontology (Geriatric ve Gerontoloji)	3	%1
17.	Public, Environmental & Occupational Health (Kamu, Çevre ve Mesleki Sağlık)	3	%1
18.	Government & Law (Hükümet ve Hukuk)	2	%1
19.	Health Care Sciences & Services (Sağlık Bilimleri ve Hizmetleri)	2	%1
20.	Information Science Library Science (Bilgi Bilimi Kütüphane Bilimi)	2	%1
21.	Religion (Din)	2	%1
22.	Other (Diğer)	21	%3

Tablo 3 incelendiğinde, araştırma kapsamında incelenen çalışmaların yer aldığı 42 adet araştırma alanı olduğu ve bir çalışmanın birden fazla araştırma alanında yer alabildiği tespit edilmiştir. Araştırma konusu ile ilgili sadece tek bir çalışmanın yer aldığı 21 araştırma alanı tablonun en altındaki “Diğer” satırında belirtilmiştir. Tablo, turistlerin seyahat motivasyonları üzerine yapılan araştırmaların geniş bir yelpazede dağıldığını göstermektedir. Tabloya göre, çalışmaların %57’si “Sosyal Bilimler-Diğer Konular” kategorisinde yer almakta, bu da sosyal bilimlerin seyahat motivasyonları konusundaki çalışmaların merkezinde olduğunu ortaya koymaktadır. İkinci sırada %17 ile “İşletme Ekonomisi” kategorisi gelmekte olup, turizmin ekonomik boyutlarına olan ilginin altını çizmektedir. Diğer önemli kategoriler arasında %6 ile “Çevre Bilimleri ve Ekoloji” ve %4 ile “Bilim ve Teknoloji - Diğer Konular” bulunmaktadır. Bu dağılım, turizm araştırmalarının disiplinler arası bir yaklaşımla ele alındığını ve çeşitli bilimsel alanlarda incelendiğini göstermektedir. Bunun yanı sıra, “Sosyoloji” (%2), “Ulaştırma” (%2) ve “Psikoloji” (%1) gibi sosyal bilimlerin farklı alt dallarının da bu araştırmalar kapsamında dikkate alındığı görülmektedir. Ancak, “Mühendislik”, “Tarım-Ziraat” ve “Coğrafya” gibi daha teknik veya doğa bilimleri odaklı alanlarda yapılan çalışmaların nispeten sınırlı olması, bu alanların seyahat motivasyonları konusundaki araştırmalarda daha az yer

bulduğunu göstermektedir. Bu sonuçlar, seyahat motivasyonları ile ilgili çalışmaların sosyal bilimler ekseninde yoğunlaştığını ve diğer disiplinlerdeki araştırmaların nispeten daha sınırlı kaldığını ortaya koymaktadır

Araştırma kapsamında incelenen çalışmalar içerisinde en fazla atıf alan ilk on çalışma; yazar(lar), yayın yılı, çalışmanın başlığı, amacı ve yöntemi şeklinde Tablo 4’te verilmiştir.

Tablo 4. En Fazla Atıf Alan İlk 10 Çalışma

Yazar ve Yıl	Çalışma Başlığı	Yöntemi ve Amacı	Atıf Sayısı
Yoon, Y. Uysal, M. (2005)	An examination of the effects of motivation and satisfaction on destination loyalty: a structural model	Yapısal eşitlik modellemesi. Turist motivasyonunu anlamak için “itme ve çekme” motivasyonları, memnuniyet ve destinasyon sadakati arasındaki nedensel ilişkilere ilişkin teorik ve ampirik kanıtları genişletmek.	1,776
Kozak, M. (2002)	Comparative analysis of tourist motivations by nationality and destinations	Anket yöntemi ile aynı ülkeden iki coğrafi destinasyonu ziyaret eden turistler arasında ve aynı destinasyonu ziyaret eden iki farklı ülkeden gelen turistler arasında motivasyon farklılıkları olup olmadığını belirlemek.	498
Jang, S.C. Wu, C.M.E. (2006)	Seniors' travel motivation and the influential factors: An examination of Taiwanese seniors	Anket yöntemi ile Tayvanlı yaşlıların seyahat motivasyonlarını tasvir etmek ve motivasyonların varyanslarını açıklamada hangi değişkenlerin önemli olduğunu keşfetmek.	274
Zhang, QH. Lam, T. (1999)	An analysis of Mainland Chinese visitors' motivations to visit Hong Kong	Anket yöntemi ile Çin Anakarasını deniz aşırı ülkelere seyahat etmeye neyin motive ettiğini anlamak.	223
Jang, S.S., Bai, B. Hu, C., Wu, C.M.E. (2009)	Affect, Travel Motivation And Travel Intention: A Senior Market	Yaşlıların duygu ve seyahat motivasyonlarının yanı sıra bu iki yapı arasındaki karşılıklı ilişkileri araştırmak ve duygu ve motivasyonun 65 yaş ve üstü yaşlıların seyahat niyetleri üzerindeki etkilerini keşfetmek.	205
Li, X., Cheng, CK. Kim, H., Petrick, J.F. (2008)	A systematic comparison of first-time and repeat visitors via a two-phase online survey	Anket yöntemi ile demografik ve tripografik özellikler, seyahat planlama davranışı, seyahat aktivitesi tercihlerinde seyahat öncesi ve sonrası uyum ve seyahat sonrası değerlendirme yoluyla ilk kez gelen ve tekrar gelen ziyaretçilerin sistematik bir karşılaştırmasını sunmak.	203
Van der Zwan, P. Thurik, R. Verheul, I. Hessels, J. (2016)	Factors influencing the entrepreneurial engagement of opportunity and necessity entrepreneurs	Fırsat ve gereklilikle motive olan işletme sahipleri arasındaki farklılıkları sosyoekonomik özellikleri, kişilikleri ve girişimcilik desteği algıları açısından analiz etmek.	198
Kim, N.S. Chalip, L. (2004)	Why travel to the FIFA World Cup? Effects of motives, background, interest, and constraints	Anket yöntemi ile büyük spor etkinlikleri için etkinliğe olan ilgi ve algılanan kısıtlamalar, taraftar motivasyonları, seyahat motivasyonları ve potansiyel katılımcının geçmişinden kaynaklandığını keşfetmek.	191
Dawson, C. Henley, A. (2012)	“Push” versus “pull” entrepreneurship: an ambiguous distinction?	1999-2001 dönemini kapsayan Birleşik Krallık Üç Aylık İşgücü Anketlerinde mevcut olan mevcut büyük ölçekli bir veri kaynağının ikincil analizi yapılarak bireylerin serbest meslek sahibi olmayı “çekme” veya “itme” nedenleriyle seçip seçmediklerini yeniden değerlendirmek, kadın ve erkek arasındaki farklılıklara odaklanarak bu ayrımındaki belirsizlikleri tartışmak ve tanımlamak ve daha ileri kavramsal çalışmalar için sonuçlar çıkarmak.	166
Swanson, K. K. Horridge, P. E. (2006)	Travel motivations as souvenir purchase indicators	Anket tekniğiyle veri toplanarak turistlerin satın aldıkları hediyelik eşya türünü, hediyelik eşyanın özelliklerini ve hediyelik eşyanın satın alındığı mağazanın özelliklerini hangi seyahat motivasyonlarının etkilediğini analiz etmek.	161

Bu çalışmalara bakıldığında, turistlerin seyahat motivasyonlarını inceleyen araştırmaların büyük ilgi gördüğü ve literatürde önemli bir yer edindiği görülmektedir. Öne çıkan çalışma Yoon ve Uysal'ın (2005) “Motivasyon ve memnuniyetin destinasyon sadakati üzerindeki etkilerinin incelenmesi: yapısal bir model” başlıklı makalesi olup, 1776 atıfla diğer çalışmaların oldukça önünde yer almaktadır. Bu çalışma, turist motivasyonlarını ve memnuniyetin

destinasyon sadakati üzerindeki etkilerini yapısal eşitlik modellemesi kullanarak incelemiş ve teorik ve ampirik katkılar sunmuştur. Bu durum, turist motivasyonları ve memnuniyetin turizm literatüründe kritik bir rol oynadığını göstermektedir. Kozak'ın (2002) “Turist motivasyonlarının milliyet ve destinasyonlara göre karşılaştırmalı analizi” başlıklı çalışması, 498 atıfla ikinci sırada yer almakta ve turistlerin milliyetlerine ve destinasyonlarına göre motivasyon farklılıklarını karşılaştırmaktadır. Bu çalışma, turizmde milliyetlerarası ve destinasyonlararası karşılaştırmaların önemini vurgulamaktadır. Üçüncü sırada yer alan Jang ve Wu'nun (2006) “Yaşlıların seyahat motivasyonu ve etkili faktörler: Tayvanlı yaşlıların incelenmesi” başlıklı çalışması, Tayvanlı yaşlı turistlerin seyahat motivasyonlarını incelemiş ve bu motivasyonları etkileyen faktörleri analiz etmiştir. 274 atıf almış bu çalışma, yaşlı turistlerin motivasyonlarına dair önemli bulgular sunarak literatüre katkıda bulunmuştur. Diğer çalışmalar da turist motivasyonlarının farklı açılardan incelendiği ve her birinin spesifik bir alt konuya odaklandığı görülmektedir. Bu çalışmaların atıf sayılarının yüksek olması, turizm motivasyonları konusunun akademik camiada geniş yankı uyandırdığını ve bu alandaki araştırmaların devam etmekte olan ilgiyi gösterdiğini ortaya koymaktadır. Özellikle, motivasyon, memnuniyet, destinasyon sadakati, milliyet ve yaşlı turistler gibi alt konuların bu alanda önemli araştırma temaları olduğunu söylemek mümkündür. Tablodaki çalışmaların amacı ve yöntemi incelendiğinde, çoğunlukta anket tekniği kullanıldığı ve turistlerin seyahat motivasyonlarını belirlemeye yönelik gerçekleştirilmiş çalışmalar olduğu görülmektedir.

Araştırma kapsamında incelenen çalışmaların yayınladığı ülkelere göre dağılımları Tablo 5'te verilmiştir.

Tablo 5. İncelenen Çalışmaların Ülkelere Göre Dağılımı

	Ülke Adı	n	%
1.	Amerika Birleşik Devletleri	85	% 18
2.	Çin Halk Cumhuriyeti	82	% 17
3.	Avusturalya	50	% 11
4.	Portekiz	34	% 7
5.	İngiltere	33	% 7
6.	Malezya	28	% 6
7.	İspanya	27	% 6
8.	Türkiye	25	% 5
9.	Güney Kore	24	% 5
10.	Tayvan	21	% 4
11.	Güney Afrika	17	% 4
12.	Kanada	16	% 3
13.	Hindistan	15	% 3
14.	Hollanda	11	% 2
15.	Yeni Zelanda	11	% 2
16.	Diğer	61	% 13
	Toplam	477	% 100

Tablo 5'te araştırma kapsamında incelenen çalışmaların yayınlandığı ilk 15 ülke verilmiştir. Toplamda konuyla ilgili çalışma yayınlanan 74 ülke olduğu belirlenmiştir. Verilere göre, Amerika Birleşik Devletleri (%18) ve Çin Halk Cumhuriyeti (%17), bu alanda en fazla yayın yapan ülkeler olarak öne çıkmaktadır. Bu iki ülkeyi, sırasıyla Avustralya (%11), Portekiz (%7), İngiltere (%7) ve Malezya (%6) takip etmektedir. Türkiye, %5 oranıyla bu çalışmalarda dikkate değer bir paya sahipken, Güney Kore (%5) ve Tayvan (%4) gibi ülkeler de benzer oranlarla temsil edilmektedir. Ayrıca, diğer ülkeler kategorisi %13 ile önemli bir çeşitlilik göstermektedir. Bu dağılım, seyahat motivasyonları konusundaki araştırmaların büyük ölçüde küresel bir ilgi gördüğünü ve belirli ülkelerde yoğunlaştığını ortaya koymaktadır. Çin ve ABD'nin lider konumları, bu ülkelerdeki akademik ilgiyi ve turizm

sektörünün büyüklüğünü yansıtabilir. Diğer yandan, Türkiye'nin de bu alandaki katkıları dikkate değerdir. Araştırma kapsamında incelenen çalışmaların yayınlandığı dillere göre dağılımları Tablo 6'da verilmiştir.

Tablo 6. İncelenen Çalışmaların Yayınlandığı Diller

Dil	n	%
İngilizce	469	%98
İspanyolca	5	%1
Almanca	2	%1
Çince	1	%1

Tablo 6 incelendiğinde, araştırma kapsamındaki çalışmaların İngilizce, İspanyolca, Almanca ve Çince olmak üzere toplam dört dilde yayınlandığı görülmektedir. Buna göre WoS bilimsel veritabanında yer alan konuyla ilgili çalışmaların neredeyse tamamına yakınının (%98) İngilizce dilinde yayınlamış olduğu görülmektedir. Bunu sırasıyla 5 çalışma ile İspanyolca (%1), 2 çalışma ile Almanca (%1) ve 1 çalışma ile Çince (%1) dilleri takip etmektedir. Araştırma kapsamında incelenen çalışmaların en fazla gerçekleştirildiği ilk on kurum bilgileri Tablo 7'de verilmiştir.

Tablo 7. Konu ile İlgili En Fazla Çalışma Gerçekleştiren Kurumlar

	Kurumlar	n
1.	Hong Kong Polytechnic University	28
2.	State University System of Florida	15
3.	Griffith University	11
4.	North West University South Africa	10
5.	University of Queensland	10
6.	Universidade De Aveiro	9
7.	Universidade Do Algarve	9
8.	Universiti Sains Malaysia	9
9.	Universiti Malaya	8
10.	Escuela Superior Politecnica Del Litoral	7

Tablo, seyahat motivasyonları alanında yapılan araştırmalarda öncü olan üniversiteleri ortaya koymaktadır. Özellikle Hong Kong Polytechnic University ve State University System of Florida gibi kurumların bu alanda yoğunlaştıkları ve önemli çalışmalar ürettikleri görülmektedir. Tabloda yer alan üniversitelerin coğrafi dağılımı, seyahat motivasyonları konusunun dünya genelinde ilgi gören bir araştırma alanı olduğunu göstermektedir. Asya, Avrupa ve Amerika kıtalarından üniversitelerin yer alması, bu konunun küresel bir ilgi alanına sahip olduğunu vurgulamaktadır. Bu tablo, gelecekte yapılacak çalışmalar için önemli bir başlangıç noktası sunmaktadır. Tabloda yer alan üniversitelerin yayınlarını detaylı olarak incelemek, araştırma konuları, metodolojiler ve gelecekteki araştırma trendleri hakkında önemli bilgiler sağlayabilir. Araştırma kapsamında incelenen çalışmaların en fazla yayınlandığı mecraların (dergi, kongre, konferans, kitap vb.) bağlı bulunduğu yayıncı kuruluşlara göre dağılımları Tablo 8'de verilmiştir.

Tablo 8. İncelenen Çalışmaların Yayın Kuruluşlarına Göre Dağılımı

	Yayın Kuruluşu	n	%
1.	Taylor & Francis (Routledge)	136	%29
2.	Elsevier	76	%16
3.	Emerald Group Publishing	60	%13
4.	Sage	37	%8
5.	Cognizant Communication Corp.	21	%4
6.	Springer Nature	20	%4
7.	Wiley	15	%3
8.	MDPI	14	%3
9.	Univ Rijeka, Faculty Tourism & Hospitality Management, Opatija	7	%1
10.	Inst Tourism	6	%1
11.	Diğer	66	%18

Tabloya göre, Taylor & Francis (Routledge) yayınlanan çalışmaların yaklaşık %29'unu üstlenerek en fazla tercih edilen yayıncı olarak öne çıkmaktadır. Bunu %16 ile Elsevier ve %13 ile Emerald Group Publishing takip etmektedir. Bu üç yayıncı kuruluş, toplam çalışmaların %58'ini yayımlayarak alandaki literatürün büyük bir kısmını yayımlayan başlıca aktörler olarak karşımıza çıkmaktadır. Diğer yandan, Sage (%8), Cognizant Communication Corp. (%4), Springer Nature (%4), Wiley (%3), ve MDPI (%3) gibi yayıncılar, daha düşük oranlarda olsa da önemli bir katkı sağlamaktadır. Özellikle, nispeten düşük yayımlama oranlarına sahip olan Univ Rijeka Faculty Tourism & Hospitality Management Opatija ve Inst Tourism gibi kurumlar, yerel veya uzmanlaşmış alanlarda etkili bir rol oynamaktadırlar. Toplamda, çalışmalarda büyük yayıncıların hakimiyeti gözlemlenirken, %18'lik bir kısmı “diğer” kategorisinde toplanan yayıncılar tarafından yayımlanmıştır. Bu durum, alandaki çalışmaların büyük ölçüde belirli birkaç büyük yayıncı tarafından yayımlandığını, ancak aynı zamanda daha küçük veya daha niş yayıncıların da dikkate değer bir katkı sağladığını göstermektedir. Bu dağılım, çalışmanın küresel ve disiplinler arası erişilebilirliğine işaret ederken, aynı zamanda akademik üretimin yoğunlaştığı merkezler hakkında da bilgi sunmaktadır. Araştırma kapsamında incelenen çalışmaların atıf konularına göre dağılımları Tablo 9’da verilmiştir. Atıf konuları, Web of Science veri tabanında alıntı yoluyla birbiri ile ilişkili makale gruplarını temsil etmektedir. Web of Science bünyesinde faaliyet gösteren “InCites” çalışma grubu, alıntıya dayalı bir sınıflandırma algoritması geliştirmek ve uygulamak amacıyla bilim ve teknoloji çalışmaları merkezi (CWTS- Centre for Science and Technology Studies) ile ortaklaşa çalışma yürütmüştür. Buna göre bu algoritma sayesinde yayınlanan makaleler birbirinden alıntı yaptıkça, bu alıntı ilişkilerinin gücü dokümanları ayrı ayrı ilgili belge kümeleri şeklinde bir araya getirmektedir. Bu kümeler bir dokümanın konusundan ve içeriğinden bağımsız olarak atıf konularının temelini oluşturmakta ve yazarların aktif olarak birbirlerinin makalelerinden alıntı yaptığı alanları temsil etmektedir (Clarivate Analytics, 2023).

Tablo 9. İncelenen Çalışmaların Atıf Konularına Göre Dağılımları

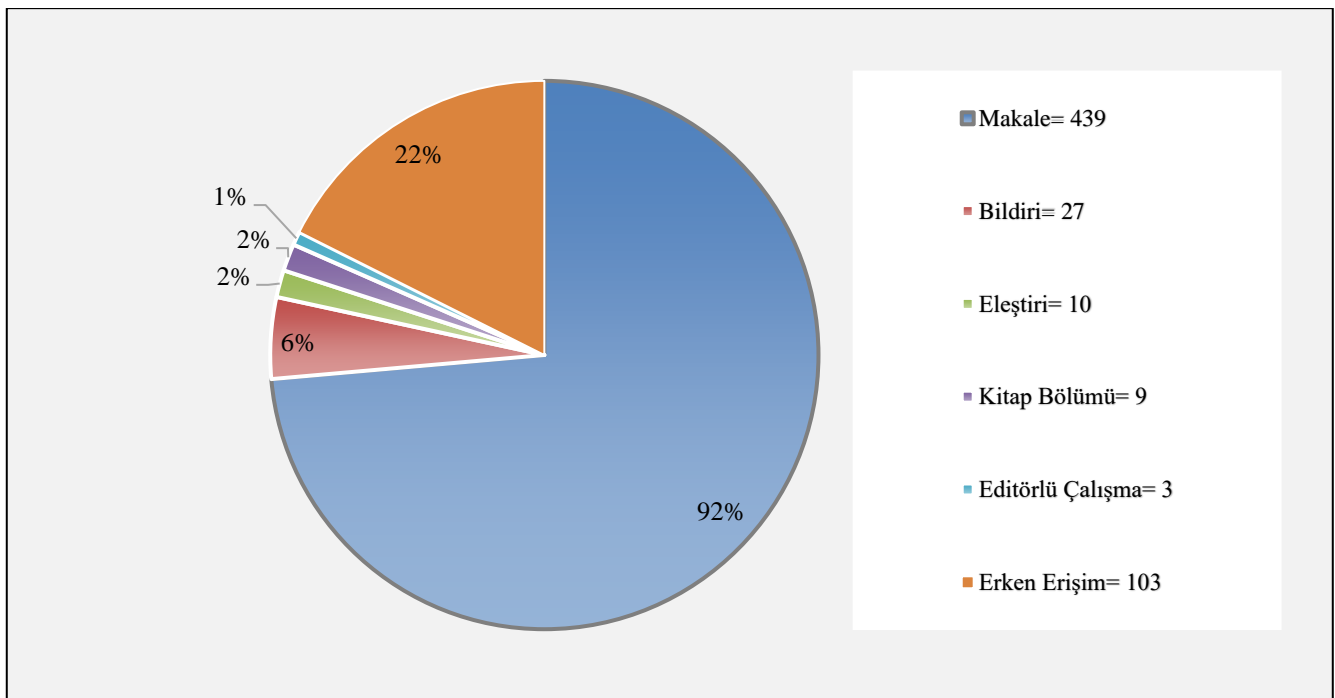
	Konu	n	%
1.	Hospitality, Leisure, Sports & Tourism (Misafirperverlik, Eğlence, Spor ve Turizm)	390	%82
2.	Management (Yönetim)	21	%4
3.	Transportation (Ulaştırma)	10	%2
4.	Artificial İntelligence & Machine Learning (Yapay Zeka ve Makine Öğrenimi)	6	%1
5.	Social Psychhology (Sosyal Psikoloji)	5	%1
6.	Education & Educational Research (Eğitim ve Eğitim Araştırmaları)	4	%1
7.	Neuroscanning (Bilişsel Tarama)	3	%1
8.	Anthropology (Antropoloji)	2	%1

Tablo 9. İncelenen Çalışmaların Atıf Konularına Göre Dağılımları (devamı)

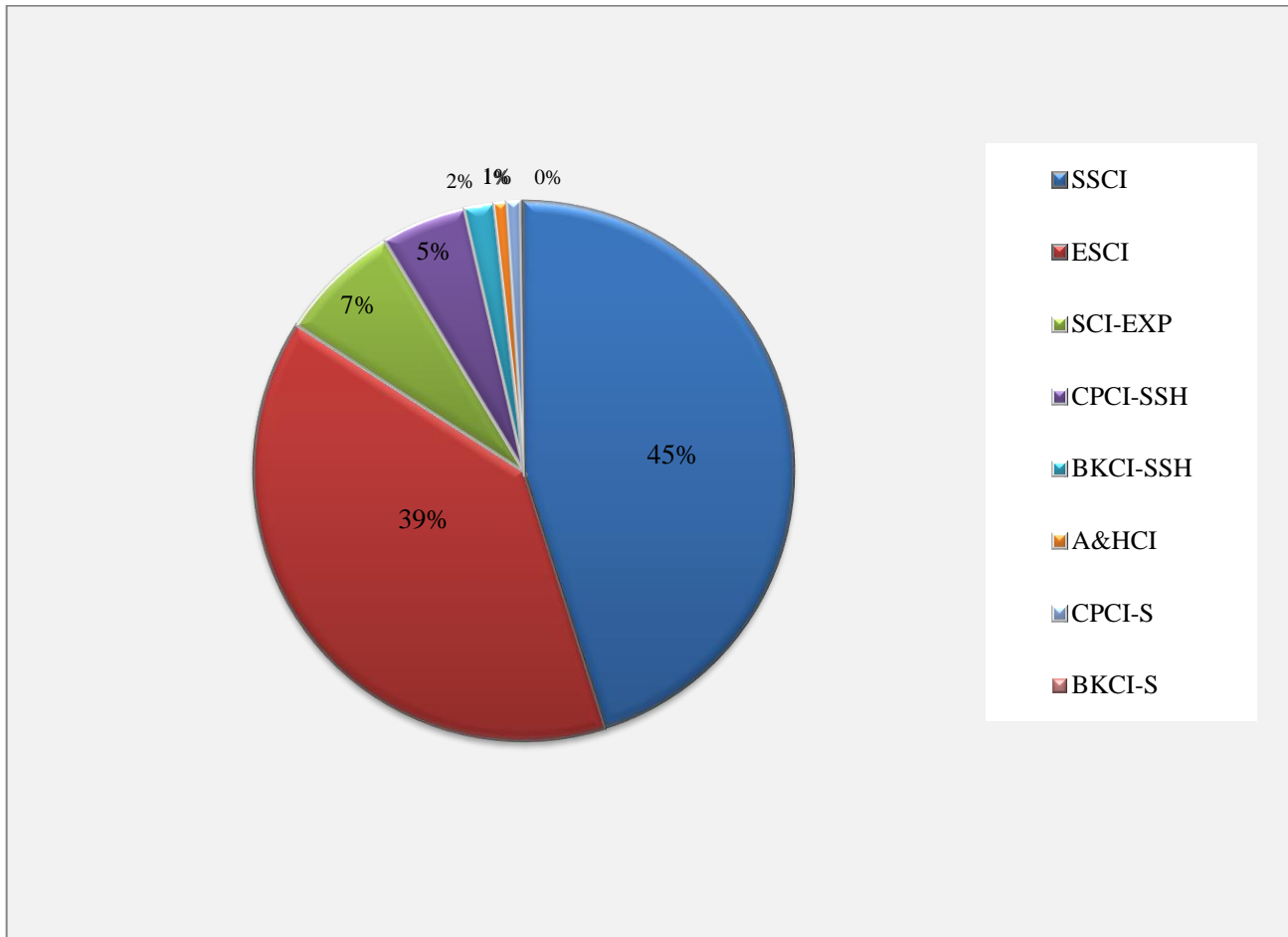
9.	Gender & Sexuality Studies (Cinsiyet ve Cinsellik Çalışmaları)	2	%1
10.	Communication (İletişim)	2	%1
11.	Agricultural Policy (Tarım Politikası)	2	%1
12.	Other (Diğer)	15	%3

Araştırma kapsamında incelenen çalışmaların atıf konularına göre dağılımları incelendiğinde, turistlerin seyahat motivasyonlarına ilişkin çalışmaların ağırlıklı olarak (%82) “Ağırlama-Hizmet, Boş Zaman, Spor ve Turizm” konusu altında yer alan yayınlardan alıntılar yaptıkları görülmektedir. Verilerin büyük bir kısmını oluşturan bu kategori, seyahat motivasyonları üzerine yapılan çalışmaların ağırlıklı olarak turizm ve misafirperverlik alanındaki çalışmalara yoğunlaştığını göstermektedir. Bunu sırasıyla Yönetim (%4), Ulaştırma (%2), Yapay Zekâ ve Makine Öğrenimi (%1), Sosyal Psikoloji (%1), Antropoloji (%1) ve İletişim (%1) gibi küme başlıkları takip etmektedir. Yönetim alanındaki düşük oran, seyahat motivasyonlarının yönetsel açıdan daha az ele alındığını göstermektedir. Bu durum, turizm işletmelerinin motivasyonları daha çok deneyim odaklı değerlendirdiğini düşündürmektedir. Ulaştırma konusunun sınırlı bir temsil oranına sahip olması, seyahat motivasyonları araştırmalarında ulaşım faktörünün daha az ön planda olduğunu ortaya koymaktadır. Yapay Zeka ve Makine Öğrenimi alandaki çalışmaların azlığı, seyahat motivasyonlarının analizi için teknolojik yöntemlerin henüz yeterince kullanılmadığını göstermektedir. Tabloda dikkat çeken bir husus da, sosyal psikolojinin seyahat motivasyonları üzerinde etkisi olmakla birlikte, bu alandaki çalışmalardan sınırlı alıntılama yapılmış olmasıdır. Tabloda sosyoloji, eğitim bilimleri, antropoloji gibi farklı disiplinlerden de çalışmalara rastlanması, turizm araştırmalarının disiplinler arası bir karakter taşıdığını göstermektedir. Bununla birlikte Eğitim, nöro tarama, antropoloji gibi diğer alanlardan alıntılamalardaki düşük oranlar, seyahat motivasyonları ile bu konular arasında daha az ilişki kurulduğunu göstermektedir.

Araştırma kapsamında incelenen çalışmaların türleri (makale, bildiri, kitap bölümü vb.) Grafik 2’de yüzdelik dilimler halinde özetlenmiştir.

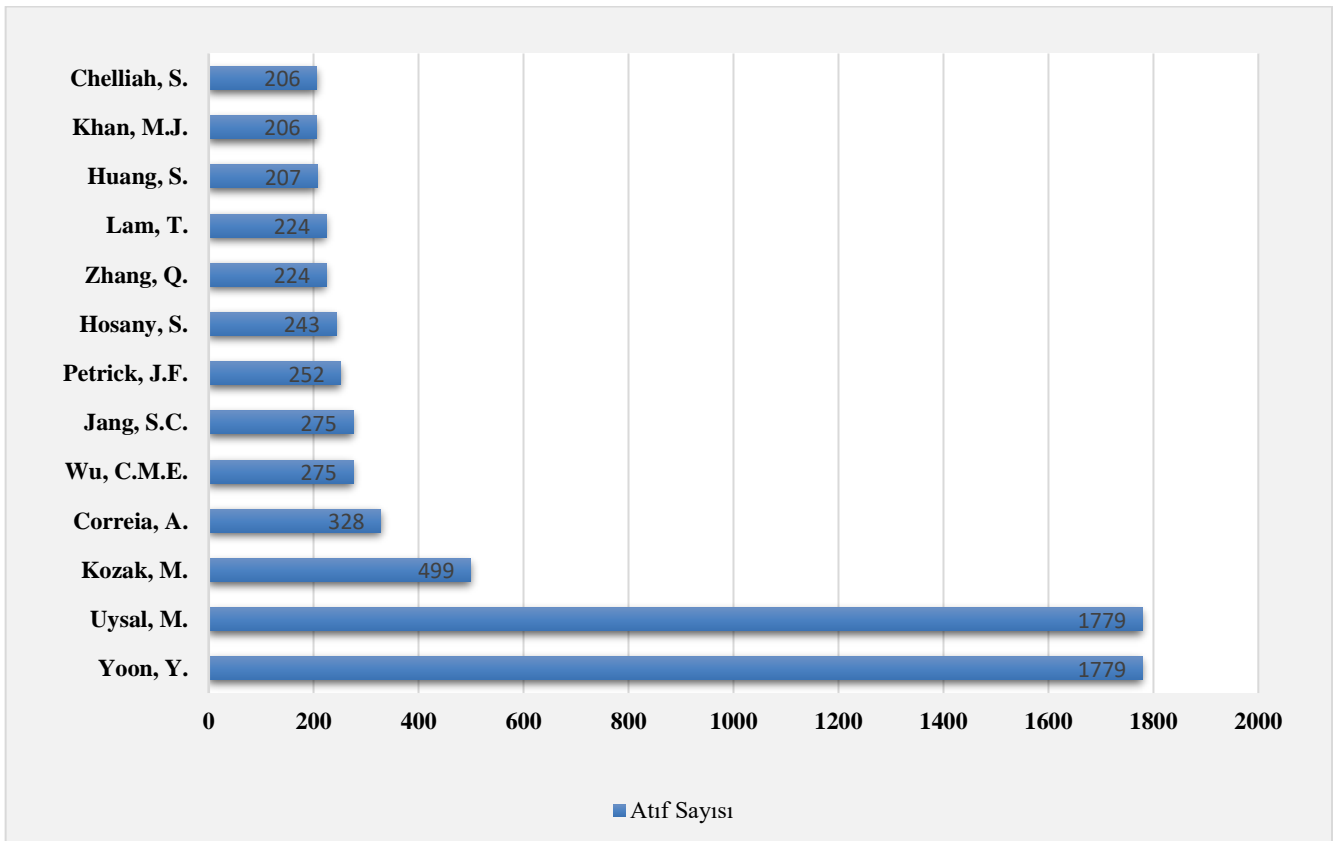
**Grafik 2.** İncelenen Çalışmaların Türlerine Göre Dağılımları

Grafik incelendiğinde, ilgili alanda en fazla çalışmanın makale türünde 418 adet (%92) kaleme alındığı anlaşılmaktadır. İkinci sırada 103 adet (%22) erken erişim, 27 adet (%6) bildiri türünde çalışma, sonrasında, 10 adet (%2) eleştiri, 9 adet (%2) kitap bölümü ve 3 adet (%1) editörlü çalışma türünde incelenen çalışmanın yer aldığı görülmektedir. Grafikte en büyük dilimi (%92) makaleler oluşturmaktadır. Bu durum, seyahat motivasyonları üzerine yapılan araştırmaların çoğunlukla akademik dergilerde yayınlanan makaleler şeklinde olduğu anlamına gelmektedir. Makaleler, hakemli yayınlar oldukları için alanın en güvenilir bilgi kaynakları olarak kabul edilirler. Makalelerin yanı sıra bildiri, eleştiri, kitap bölümü ve editörlü çalışma gibi farklı yayın türlerinin de yer aldığı görülmektedir. Bu durum, araştırma sonuçlarının sadece akademik dergilerde değil, aynı zamanda konferans bildirileri, kitaplar ve diğer yayınlarda da paylaşıldığını göstermektedir. Bu durum, alanın dinamik ve çok yönlü bir araştırma alanı olduğunu ve farklı yayın kanallarının kullanıldığını işaret etmektedir. Bununla birlikte grafikte “Erken Erişim” kategorisinin de yer alması dikkat çekicidir. Bu, araştırmacıların çalışmalarını henüz hakem değerlendirmesinden geçmeden yayımlayabildikleri platformlar üzerinden paylaştıklarını göstermektedir. Erken erişim yayınlar, alanın gelişen trendlerini takip etmek için önemli bir kaynak olabilir. “Erken Erişim” kategorisinin varlığı, bilimsel bilginin açık erişimle paylaşılmasına yönelik artan bir eğilimi yansıtmaktadır. Bu durum, araştırma sonuçlarının daha geniş bir kitle tarafından erişilebilir hale gelmesini ve bilimsel bilginin yayılmasını hızlandırmaktadır. Araştırma kapsamında incelenen çalışmaların tarandığı Web of Science dizinlerine göre dağılımları Grafik 3’te verilmiştir. Grafik 3 incelendiğinde, araştırma kapsamındaki çalışmaların yarıya yakınının (%45) SSCI (Social Sciences Citation Index- Sosyal Bilimler Atıf Dizini) kapsamında taranan mecralarda yayımlandıkları görülmektedir.



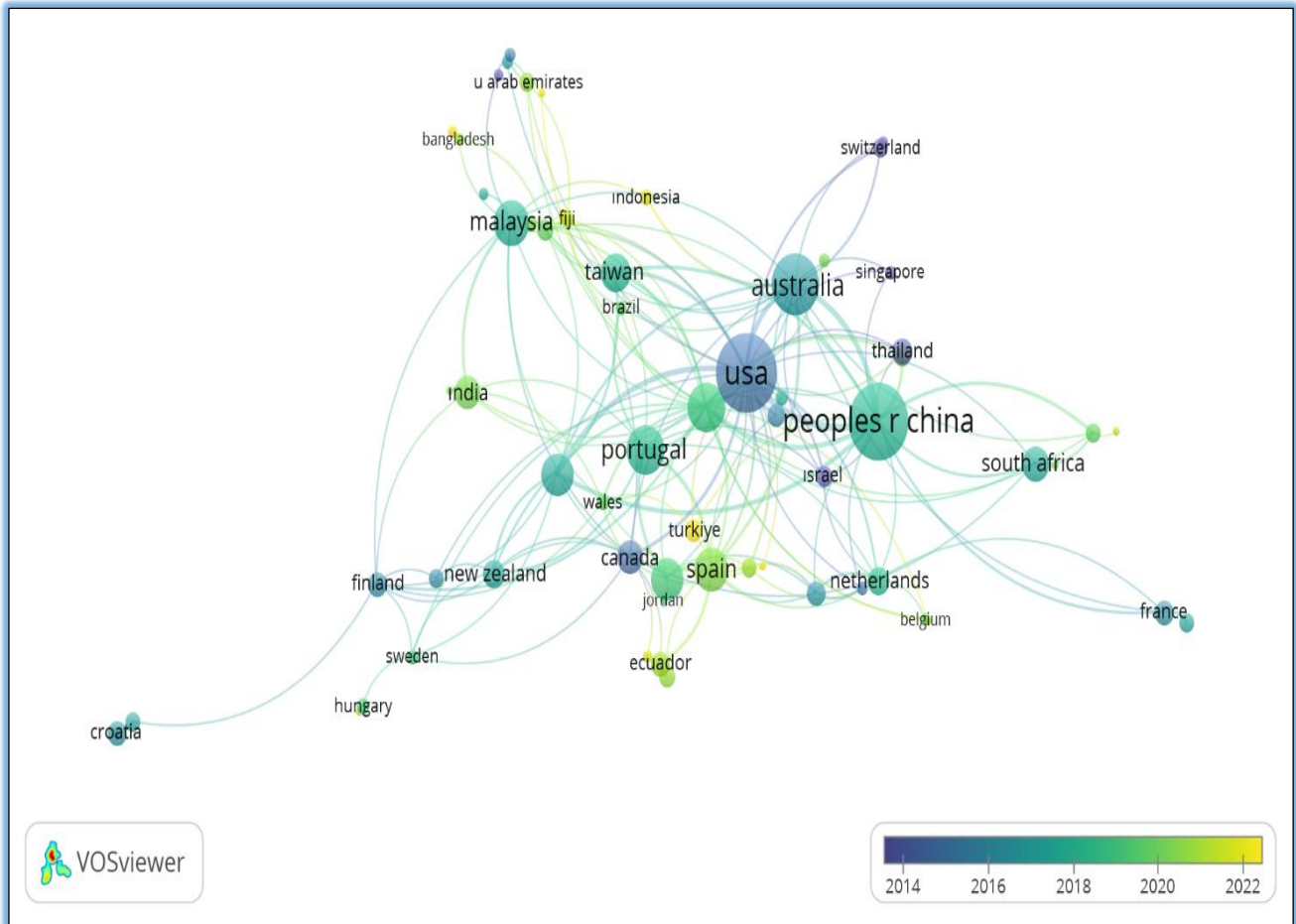
Grafik 3. Araştırma Kapsamındaki Çalışmaların Tarandığı Dizinler

Verilere göre, SSCI ile en yüksek orana sahip olup, bu alanda yapılan çalışmaların büyük bir kısmının sosyal bilimler üzerine yoğunlaştığını göstermektedir. ESCI (Emerging Sources Citation Index-Gelişmek Gösteren Kaynaklar Atıf Dizini) ise %39 ile ikinci sırada yer almakta, bu da gelişim gösteren araştırma konularının önemli bir kısmının bu dizin kapsamında değerlendirildiğini göstermektedir. Üçüncü sırada %7 ile SCI-EXP (Science Citation Index Expanded-Genişletilmiş Fen Bilimleri Atıf Dizini) yer almakta, bu da çalışmaların bir kısmının fen-doğa bilimleri ile ilişkili olduğunu ima etmektedir. CPCI-SSH (Conference Proceedings Citation Index-Social Science & Humanities- Konferans Bildirileri Atıf Dizini-Sosyal ve Beşeri Bilimler) %5'lik bir paya sahip olup, bu alanda yapılan konferans çalışmalarının da önemli olduğunu göstermektedir. Konferanslar, araştırmacıların bulgularını paylaşmaları, fikir alışverişinde bulunmaları ve alanın gelişen trendlerini takip etmeleri için önemli platformlardır. Daha düşük oranlara sahip olan diğer indeksler arasında BKCI-SSH (Book Citation Index-Social Sciences & Humanities-Kitap Atıfları Dizini- Sosyal ve Beşeri Bilimler) %2, A&HCI (Arts & Humanities Citation Index - Sanat ve İnsani Bilimler Atıf Dizini) %1, CPCI-S (Conference Proceedings Citation Index-Science-Konferans Bildirileri Atıf Dizini-Fen Bilimleri) %1, ve BKCI-S (Book Citation Index-Science-Kitap Atıfları Dizini-Fen Bilimleri) %0 olarak belirtilmiştir. Bu durum, çalışmaların daha çok sosyal bilimler, sosyal bilimler konferans bildirileri ve gelişmekte olan bilimsel kaynaklarda yoğunlaştığını ortaya koymaktadır. Fen, Doğa bilimleri ve sanat bilimleri alanındaki çalışmalar ise daha az temsil edilmiştir. Genel olarak yorumlanacak olursa, Grafik 3, seyahat motivasyonları üzerine yapılan çalışmaların ağırlıklı olarak sosyal bilimler alanında ve gelişmekte olan bilimsel mecralarda ele alındığını göstermektedir. Ancak, diğer disiplinlerden ve farklı yayın türlerinden çalışmalara da yer verildiği görülmektedir. Bu durum, turizm araştırmalarının dinamik ve çok yönlü bir araştırma alanı olduğunu ve farklı disiplinlerin ve yayın platformlarının bu alana katkı sağladığını göstermektedir. Araştırma kapsamında incelenen çalışmalar içerisinde en fazla atıf alan yazarlar Grafik 4'te verilmiştir.



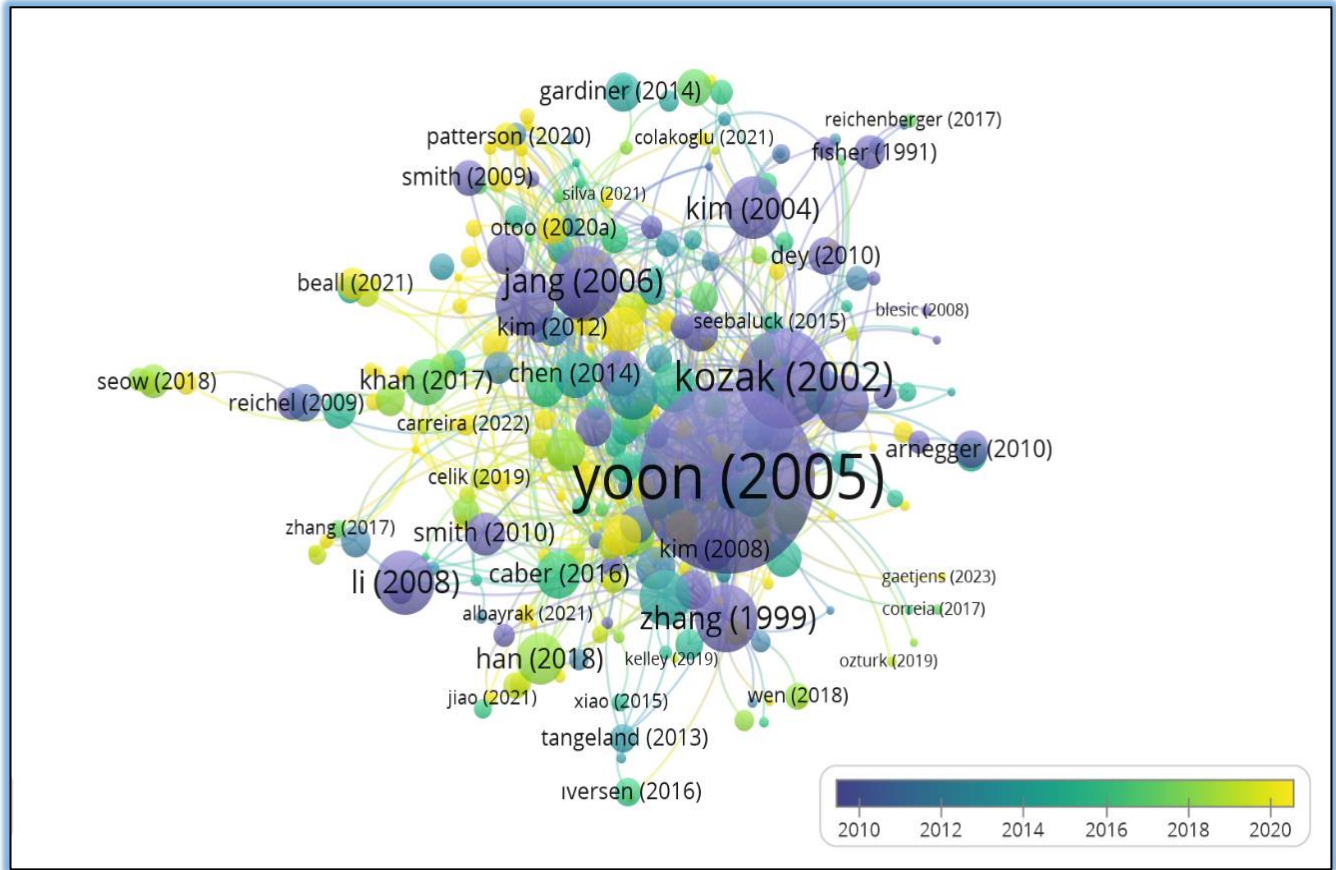
Grafik 4. En Fazla Atıf Alan Yazarlar

Grafik 4'te verilen konu kapsamındaki çalışmalarda en fazla atıf alan on üç yazar gruplandırmasında 205 atıf ve üzeri atıf sayısı olan yazarlar baz alınmıştır. Buna göre; Yoon, Y. ve Uysal, M. isimli yazarlar listenin başında yer almakta olup, her ikisi de yaklaşık 1779 atıf almıştır. Yazarlar, alanlarında en çok referans verilen araştırmacılar olarak öne çıkmaktadır. Bu durum, bu yazarların yaptığı çalışmaların alan üzerinde önemli bir etkiye sahip olduğunu göstermektedir. Kozak, M. isimli yazar, 499 atıf ile üçüncü sırada yer almaktadır. Bu atıf sayısı, Yoon ve Uysal ile karşılaştırıldığında belirgin bir şekilde daha düşüktür, ancak yine de önemli bir düzeyde kabul edilebilir. Diğer yazarlar, 200 ile 328 arasında değişen atıf sayılarıyla sıralanmaktadır. Bu yazarlar arasında Correia, A. 328 atıf ile dördüncü sırada yer alırken, diğer yazarlar nispeten daha düşük atıf sayılarıyla listelenmiştir. Grafik, turistlerin seyahat motivasyonlarına ilişkin çalışmalarda belirli yazarların diğerlerine kıyasla daha fazla akademik etkiye sahip olduğunu göstermektedir. Özellikle Yoon, Y. ve Uysal, M. isimli yazarların çalışmaları, bu alanda referans alınan temel kaynaklar arasında yer almakta ve diğer araştırmacılar tarafından sıkça atıf yapılmaktadır. Bu durum, bu yazarların çalışmalarının hem teorik hem de metodolojik olarak alana önemli katkılar sağladığını işaret etmektedir. Diğer yazarların aldığı atıf sayıları da dikkate değer olup, her birinin alana yaptığı spesifik katkılar olduğu anlaşılmaktadır. Ancak, bu yazarlar, Yoon ve Uysal kadar geniş bir etkiye sahip görünmemektedir. Araştırma kapsamında incelenen çalışmaların “VOSviewer” programı kullanılarak oluşturulan ülkelere göre ortak yazarlık ağ haritası görseli Şekil 2’de verilmiştir. Haritada yer alan dairenin büyüklüğü sayıyı, aynı daire renkleri ortaklık durumu, daireler arasındaki çizgi ise ilişkiyi göstermektedir (Oğan, 2024).



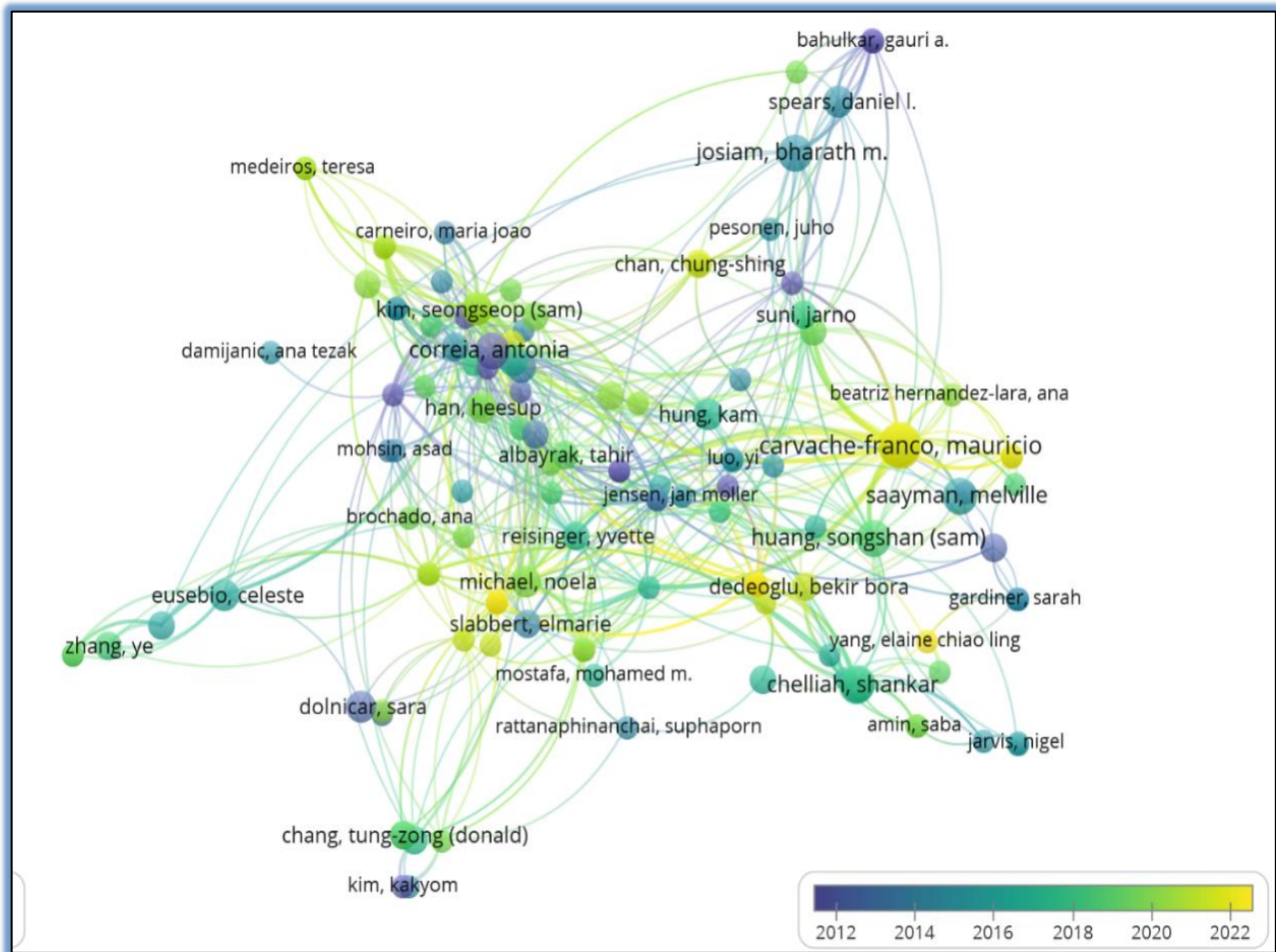
Şekil 2. Ülkeler Ortak Yazarlık Ağ Haritası

Şekil 2’de verilen ülkeler ortak yazarlık ağ analizi gerçekleştirilirken en az 10 doküman bulunan ülkelerin kapsama alınmasıyla 76 ülkenin dahil olduğu bir kümeye ulaşılmıştır. Buna göre seyahat motivasyonu konusundaki ortak yazarlı çalışmalarda en fazla iş birliğinin yapıldığı ülkeler sırasıyla Amerika Birleşik Devletleri (ABD) ve Çin Halk Cumhuriyeti olmuştur. Bu sırayı Avustralya, Malezya ve Portekiz’in takip ettiği görülmektedir. Harita, ülkelerin bu alanda ne kadar aktif olduklarını ve diğer ülkelerle ne kadar işbirliği yaptıklarını göstermektedir. Haritada en büyük düğümler, ABD, Çin ve Avustralya gibi ülkeleri temsil etmektedir. Bu ülkeler, turistlerin seyahat motivasyonları konusunda en fazla yayın yapan ve diğer ülkelerle en yoğun işbirliği içinde olan ülkelerdir. Düğüm büyüklükleri, bir ülkenin diğer ülkelerle olan ortak yazarlık ilişkilerinin yoğunluğunu göstermektedir. ABD ve Çin’in düğümlerinin büyük olması, bu ülkelerin literatürdeki merkezi rollerini ve uluslararası işbirliklerindeki önemlerini ortaya koymaktadır. Renkler, çalışmaların zamanla nasıl dağıldığını ve hangi dönemde daha yoğun olduğunu göstermektedir. Örneğin, sarı ve yeşil renkli düğümler daha yeni yayınları temsil ederken, mavi tonları daha eski yayınları işaret etmektedir. Çin, ABD ve Avustralya gibi ülkelerin yaygın olarak tüm zaman dilimlerinde aktif olduğu, diğer ülkelerin ise belirli dönemlerde daha fazla işbirliği içinde olduğu gözlemlenmektedir. Harita üzerindeki bağlantı çizgileri, ülkeler arasındaki ortak yazarlık ilişkilerini ifade etmektedir. Çizgilerin kalınlığı ve yoğunluğu, iki ülke arasındaki işbirliğinin ne kadar sıkı olduğunu gösterir. Örneğin, ABD ve Çin arasında güçlü bir bağlantı bulunurken, diğer bazı ülkeler daha zayıf bağlara sahiptir. Araştırma kapsamında incelen çalışmaların doküman atıf analizi ağ haritası Şekil 3’te verilmiştir. Doküman Atıf Ağ Haritası, turistlerin seyahat motivasyonlarına ilişkin çalışmaların atıf yoğunluğunu ortaya koymakta, belirli akademik çalışmaların alan literatüründe ne kadar etkili olduğunu ve hangi çalışmaların bu alanda daha fazla referans olarak ön plana çıktığına ilişkin ipuçları vermektedir.



Şekil 3. Doküman Atıf Ağ Haritası

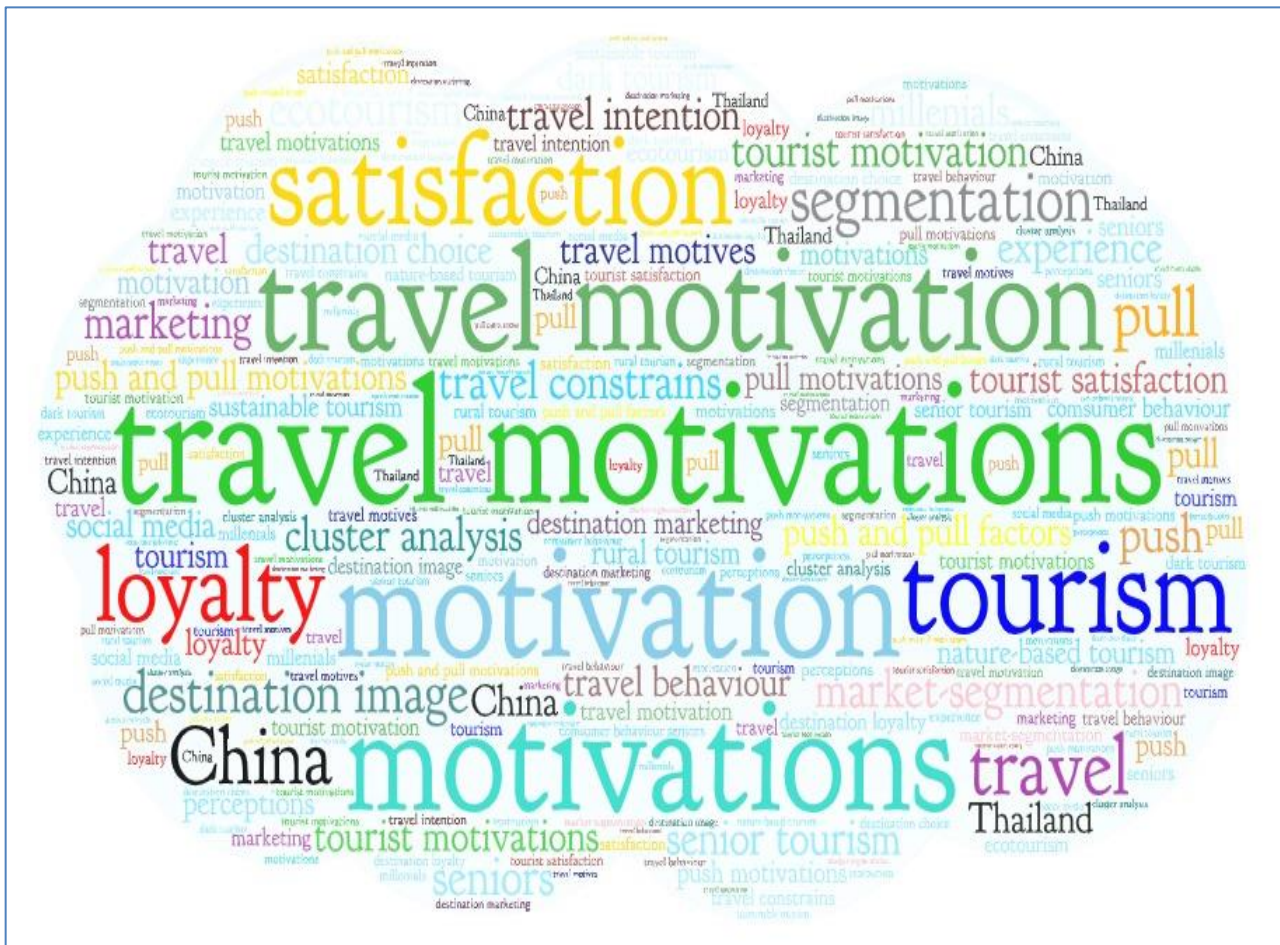
Doküman atıf ağı haritasının oluşturulması aşamasında, incelenen 477 çalışma içerisinde atıf sayısı en az 30 olan çalışmalar analize dahil edilmiş olup bu kapsamda birbirleriyle bağlantılı olan 359 öge içeren bir kümeye ulaşılmıştır. Haritadaki düğümler, ilgili makaleleri temsil etmekte olup düğüm büyüklükleri, bir çalışmanın diğer çalışmalardan ne kadar atıf aldığını ifade etmektedir. Yani, daha büyük düğümler literatürde önemli yer edinmiş ve daha fazla atıf almış çalışmaları gösterir. Buna göre atıf ağı bağlantı sayılarına bakıldığında, ilgili alanda en yüksek bağlantı sayısına sahip dokümanın 97 bağlantı ile Yoon ve Uysal (2005) tarafından kaleme alınan çalışma olduğu görülmektedir. Bu çalışmaları, 59 bağlantıya sahip olan Kozak (2002); 53 bağlantı sayısına sahip Jang & Wu (2006) ve 35 bağlantı ile Zhang & Lam (1999) tarafından kaleme alınan çalışmalar takip etmektedir. Yoon (2005) ve Kozak (2002) yazarlarına ait çalışmaların haritada en büyük düğümlere sahip olması, bu çalışmaların turistlerin seyahat motivasyonları konusunda en çok atıf alan ve dolayısıyla literatüre en fazla katkı sağlayan çalışmalar arasında yer aldığını işaret etmektedir. Harita üzerindeki renk skalası, çalışmaların atıf aldığı zaman dilimlerini göstermektedir. Mavi tonları daha eski çalışmaları ve atıfları temsil ederken, sarı ve yeşil tonları daha yeni dönemlerde yapılan atıfları göstermektedir. Bu, belirli çalışmaların zamanla nasıl bir etki yarattığını ve hangi çalışmaların günümüzde de geçerliliğini koruduğunu anlamak açısından önemlidir. Örneğin, Yoon (2005) tarafından kaleme alınan çalışma hem eski hem de yeni dönemlerde yoğun atıf almış olup, bu durum çalışmanın zamanla literatürdeki önemini koruduğunu göstermektedir. Haritadaki bağlantılar, çalışmalar arasındaki atıf ilişkilerini ifade etmektedir. Kalın ve yoğun çizgiler, iki çalışma arasındaki güçlü atıf bağlarını işaret etmektedir. Örneğin, Yoon (2005) ile Jang (2006) arasında görülen güçlü bağlantı, bu iki çalışmanın birbiriyle sıkı bir atıf ilişkisinde olduğunu göstermektedir. Sonuç olarak, doküman atıf yoğunluk haritası, turistlerin seyahat motivasyonları üzerine yapılan araştırmalarda hangi çalışmaların literatürde daha fazla yer bulduğunu ve bu alandaki akademik tartışmaların merkezinde hangi çalışmaların yer aldığını anlamak için önemli bir araçtır. Yoon (2005) ve Kozak (2002) tarafından gerçekleştirilen çalışmaların, bu alanda temel referans noktaları olarak ön plana çıktığı görülmektedir. Araştırma kapsamında incelen çalışmaların “Yazar Ortak Atıf Ağ Haritası” Şekil 4’te verilmiştir. Yazar ortak atıf ağ haritası, turistlerin seyahat motivasyonlarına ilişkin çalışmalarda yer alan yazarların birbirlerine yaptıkları atıfları ve bu atıflar arasındaki bağlantıları göstermekte, kısaca bir yazarın diğer yazarlar tarafından atıf almasını ifade etmektedir. Bir yazarın çok fazla atıf alması, yüksek sayıda bağlantıya sahip olması anlamına gelmektedir (Arslan, 2022). Haritada her bir düğüm, bir yazarı temsil ederken, düğüm büyüklükleri yazarların aldığı atıf sayısını gösterir. Yani, büyük düğümler, o yazarın literatürde önemli bir yer tuttuğunu ve çalışmalarına sıkça atıf yapıldığını belirtmektedir.



Şekil 4. Yazar Ortak Atıf Ağ Haritası

Şekil 4 incelendiğinde, seyahat motivasyonu konulu akademik çalışmalarda öne çıkan yazarların toplam bağlantı sayılarına göre sırasıyla Kim S., Carvache-Franco M., Hung K., Josiam B. M., Correia A., ve Chelliah S. olduğu görülmektedir. Bu tür bir harita, hangi yazarların bu alanda merkezi bir rol oynadığını, hangi yazarların sıkça atıf aldığını ve belirli araştırmacılar arasında nasıl bir işbirliği veya etkileşim olduğunu anlamaya yardımcı olabilir. Örneğin, haritada öne çıkan yazarlar arasında Carvache-Franco, Mauricio ve Kim, Seongseop (Sam) gibi isimler yer almakta olup, bu yazarlar turistlerin seyahat motivasyonları konusunda yapılan çalışmalarda sıklıkla atıf almışlardır. Harita üzerinde yer alan renkler, yazarların atıf aldığı zaman dilimlerini göstermektedir. Mavi tonları daha eski dönemlerdeki atıfları, sarı ve yeşil tonları ise daha yakın dönemdeki atıfları ifade etmektedir. Bu sayede, belirli yazarların hangi dönemlerde daha aktif olduğu veya hangi dönemlerde literatürde daha fazla yer bulduğu anlaşılabilir. Örneğin, Carvache-Franco, Mauricio'nun daha yeni çalışmalardan atıf aldığı görülürken, diğer bazı yazarların atıfları daha eski dönemlere yayılmaktadır. Ağdaki bağlantılar, yazarlar arasındaki atıf ilişkilerini temsil etmektedir. Kalın ve yoğun bağlantılar, iki yazar arasındaki güçlü atıf ilişkilerini gösterir. Örneğin, haritada Kim, Seongseop (Sam) ile diğer bazı yazarlar arasında güçlü bağlar bulunmaktadır, bu da bu yazarların çalışmalarının birbirini sıkça referans aldığını işaret eder. Genel olarak, yazar ortak atıf ağ haritası, turistlerin seyahat motivasyonlarına ilişkin literatürde hangi yazarların daha merkezi olduğunu, hangi çalışmalara daha fazla atıf yapıldığını ve hangi yazarlar arasında sıkı bir akademik etkileşim bulunduğunu net bir şekilde ortaya koymaktadır. Özellikle Carvache-Franco, Mauricio gibi yazarlar, son dönemde literatürde öne çıkan isimler olarak dikkat çekmektedir.

Şekil 5’te, araştırma kapsamında Web of Science akademik/bilimsel veri tabanında dizinlenen seyahat motivasyonu konulu çalışmalarda kullanılan anahtar kelimelerin yoğunluğuna bağlı olarak “Wordart” programı kullanılarak oluşturulan sözcüklerin kelime bulutu görsel tasarımı sunulmuştur. Kısaca “Wordart” programından bahsetmek gerekirse, konu kapsamında kullanılan anahtar kelimeler ve kullanım sayıları programa girildikten sonra hangi kelimenin hangi renk olabileceği kullanıcı tarafından seçilmektedir. Bu işlemler tamamlandıktan sonra Wordart programı en çok kullanılan kelimeler en büyük ve belirgin olacak şekilde ve en az kullanılan kelimeler küçük olacak şekilde bir görsel oluşturmaktadır. Kelime bulutunda en büyük ve en belirgin kelimeler, araştırma literatüründe en sık karşılaşılan anahtar kelimeleri temsil etmektedir. Buna göre araştırma kapsamında incelenen çalışmaların anahtar kelimelerinden “travel motivation” (seyahat motivasyonu), “travel motivations” (seyahat motivasyonları), “motivation” (motivasyon), “motivations” (motivasyonlar), “tourism” (turizm), “push” (itme), “pull” (çekme) ve “satisfaction” (memnuniyet) anahtar kelimelerinin öne çıktığı görülmektedir.

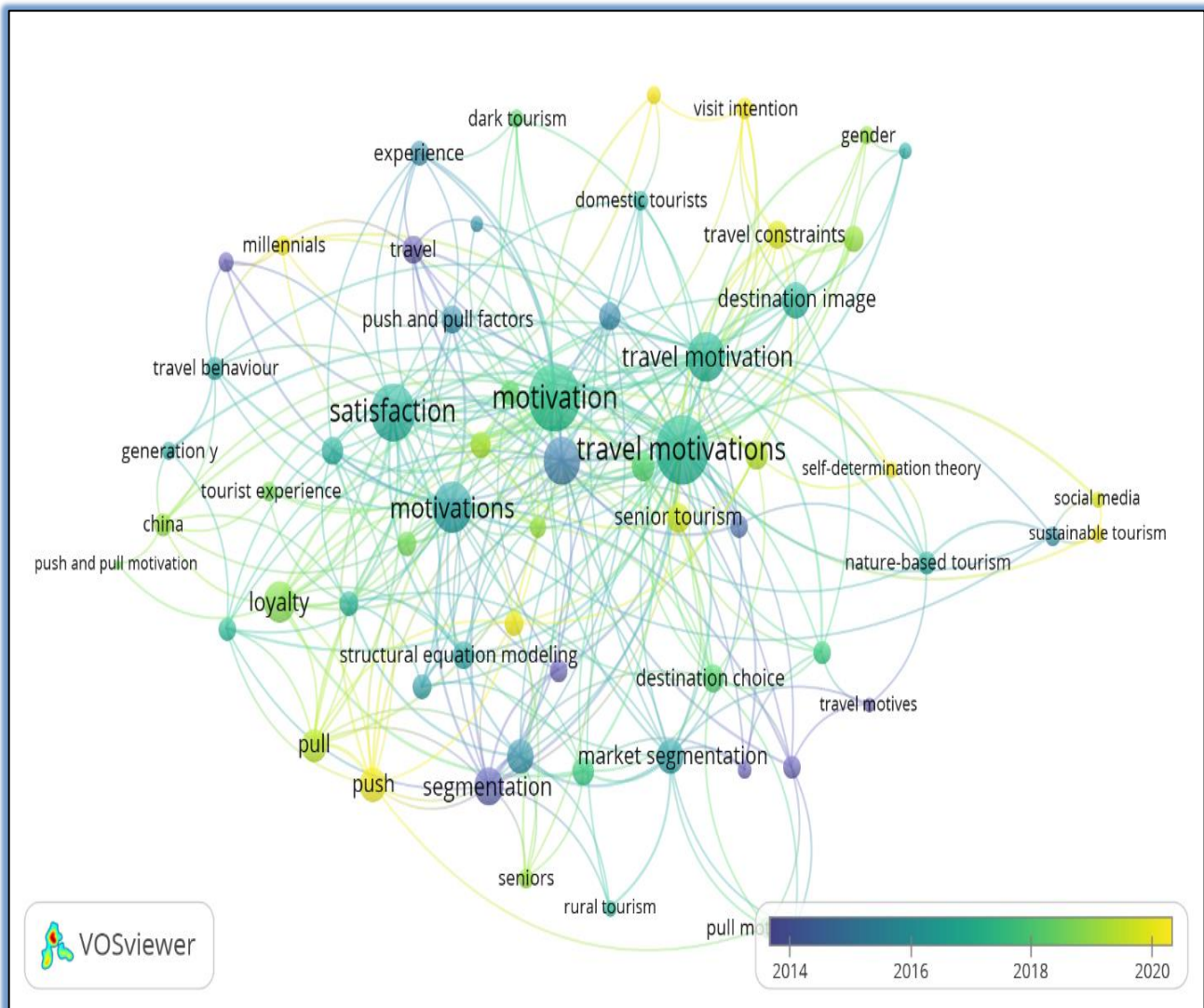


Şekil 5. Anahtar Kelimelerin Oluşturduğu Kelime Bulutu Görseli

Anahtar kelimelerin oluşturduğu bu kelime bulutu incelendiğinde en fazla öne çıkan anahtar kelimenin “travel motivations” (seyahat motivasyonu) kelimesi olduğu görülmektedir. Bunları sırasıyla “satisfaction”, “motivations”, “tourism”, “loyalty” ve “pull” kelimelerinin takip ettiği ve sıkça kullanılan anahtar kelimeler olduğu anlaşılmaktadır. Kelime bulutu, seyahat motivasyonu literatüründe hangi temaların ön planda olduğunu görsel olarak sunar ve araştırmacılara bu alanlardaki yoğun çalışmaları belirleme olanağı sağlar. Bu şekilde, literatürdeki yaygın temaları ve araştırma boşluklarını tespit etmek mümkündür. Bu tür bir analiz, gelecekteki araştırmaların odak noktalarını

belirlemeye yardımcı olabilir ve alanın hangi yönlerinin daha fazla araştırılması gerektiği konusunda ipuçları sunabilir.

Araştırma kapsamında incelenen çalışmaların içerdiği anahtar kelimelerin “VOSviewer” programı kullanılarak oluşturulan ağ haritası görseli Şekil 6’da verilmiştir. Şekil 6, ilgili literatürdeki anahtar kelimeler arasındaki ilişkileri ve bu kelimelerin zaman içindeki kullanım eğilimlerini görselleştirmektedir. Harita incelendiğinde, literatürde en sık kullanılan anahtar kelimeler arasında “motivation”, “travel motivations”, “satisfaction”, “loyalty”, “travel behavior” ve “push and pull factors” gibi terimlerin öne çıktığı görülmektedir. Anılan kelimelerin merkezde yer alması, seyahat motivasyonlarına ilişkin araştırmalarda en çok üzerinde durulan konular olduğunu göstermektedir. Haritanın renk skalası, anahtar kelimelerin yıllar içindeki kullanımını yansıtmaktadır. Örneğin, yeşil ve sarı tonlarda gösterilen kelimeler, daha yeni çalışmaların odak noktası olmuşken, mavi ve mor tonlar daha eski çalışmalara işaret etmektedir. Bu bağlamda, “social media”, “sustainable tourism”, “self-determination theory” gibi kavramlar, son yıllarda literatürde daha çok ilgi görmeye başlamıştır. Bu durum, turizm sektöründe dijitalleşme, sürdürülebilirlik ve bireysel motivasyonlar gibi modern temaların önem kazandığını ortaya koymaktadır.



Şekil 6. Anahtar Kelimeler Ağ Haritası

Anahtar kelimeler arasındaki bağlantıların yoğunluğu ise, bu terimlerin birbiriyle ne kadar sık ilişkilendirildiğini göstermektedir. Örneğin, “satisfaction” ve “loyalty” arasında güçlü bir bağ bulunması, turist memnuniyeti ve sadakati arasındaki ilişkiye yönelik çok sayıda araştırmanın yapıldığını göstermektedir. Benzer şekilde, “travel motivations” ve “destination choice” arasındaki bağ, seyahat motivasyonlarının destinasyon seçiminde önemli bir rol oynadığını vurgulamaktadır. Sonuç olarak, anahtar kelime ağ haritası, seyahat motivasyonlarına ilişkin literatürün temel odak noktalarını ve bu alandaki araştırma eğilimlerini ortaya koymaktadır. Harita, gelecekteki araştırmalar için hangi konuların ön planda olduğunu ve hangi alanlarda yeni çalışmalar yapılabileceğini belirlemek için önemli bir kaynak sunmaktadır.

Sonuç ve Öneriler

İstatistiksel teknikleri kullanarak önemli miktardaki bibliyografik veriyi inceleyen nicel bir metodoloji olan bibliyometrik analiz, bilgi alanlarını belirlemek ve araştırma sınırlarını belirlemek amacıyla ortaya çıkmıştır. Bilimsel alanları, farklı disiplinlerin yapısını ve alanların birbirleri ile olan ilişkilerini, incelenen disiplinlerde zaman içinde ortaya çıkan gelişmeleri ve bu bilimsel çalışma alanlarına katkı sunan yazarları teşhis etmeyi amaçlayan bibliyometrik analizler konusunda geniş bir literatür mevcuttur. Bibliyometrik analizler sayesinde ilgili alanda yayınlanmış akademik/bilimsel çalışmalara ilişkin çarpıcı bulgular ayrıntılı biçimde ortaya konulabilmektedir. Başka bir deyişle bibliyometrik analiz, araştırma konusuna dair görsel anlamda daha kolay yorumlanabilen ve anlaşılabilir sonuçlar verebilmektedir. Böylelikle ilgili alana ait mevcut durum tespiti gerçekleştirilip ileriye dönük çıkarımlar ve öneriler sunulabilmektedir. Seyahat motivasyonu konusu geçmiş yıllardan günümüze araştırmacılar tarafından çeşitli teoriler ve kuramlar oluşturularak, üzerinde yüzlerce araştırmacının çalıştığı önemli bir konu olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu çalışma, bibliyometrik tekniklerden yararlanarak, turistlerin seyahat motivasyonları hakkındaki mevcut bilgi birikimine anlamlı bir şekilde katkıda bulunmayı ve turizm araştırmacıları, uygulayıcıları ve politika yapıcıları için değerli içgörüler sağlamayı amaçlamaktadır. Çalışmada, turistlerin seyahat motivasyonlarına ilişkin literatürün kapsamlı bir bibliyometrik analizini sunarak, bu alandaki bilimsel üretimin zaman içindeki gelişimini ve mevcut eğilimleri ortaya koymayı amaçlanmıştır. Bu bağlamda Web of Science (WOS) veri tabanında bireylerin seyahat motivasyonlarını, itici (push) seyahat motivasyonları ve çekici (pull) seyahat motivasyonları alt başlıkları dahil olmak üzere ele alan çalışmaların bibliyometrik analizi gerçekleştirilmiştir. Web of Science, geniş kapsamlı ve multidisipliner bir veri tabanı olup, turizm alanında yapılan çalışmaların izlenmesi ve analiz edilmesi için önemli bir kaynaktır (Falagas et al., 2008). Gerçekleştirilen literatür taraması neticesinde geçmişten günümüze değin kaleme alınan konuyla ilgili 477 adet çalışma analizlere dahil edilmiştir. Ele alınan çalışmaların ağırlıklı olarak turistlerin itici ve çekici motivasyon faktörlerinin belirlemesine odaklandığı görülmüştür. Çalışmaların çoğunluğunda nicel yöntemlerin kullanıldığı ve anket tekniğinden faydalandığı dikkat çekmektedir.

Bu araştırmanın bulguları, seyahat motivasyonu çalışmalarında hangi çalışmaların ve akademisyenlerin öne çıktığını, konunun hangi turizm alanlarında ele alındığını, yayıncı kurumları, yayınlandıkları ülkeler ve yılları gibi detaylar hakkında ipuçları vermektedir. Buna göre konu kapsamında gerçekleştirilen en eski çalışmanın 1991 yılında, en fazla çalışmanın ise 2021 yılında kaleme alındığı sonucuna ulaşılmıştır. Seyahat motivasyonu çalışmalarının daha eski yıllara dayandığı bilinmektedir (Dann, 1977; Crompton, 1979; Plog, 1974) ancak Web of Science veri tabanında yer alan konuyla ilgili en eski tarih 1991 yılı olmuştur. Bunlara ek olarak 1992-1998 yılları aralığında ve 2001 ve 2003 yıllarına ait çalışma olmaması da dikkat çeken sonuçlardandır. İncelenen çalışmaların genel özelliklerinden

bahsedilecek olursa, en fazla (%52) Hospitality, Leisure, Sport & Tourism kategorisinde yer aldıkları ve sonrasında Management (Yönetim) kategorisinin geldiği belirlenmiştir. Araştırma alanları bakımından seyahat motivasyonu konusu en fazla (%57) Social Sciences-Other Topics (Sosyal Bilimler) ve Business Economics (İşletme Ekonomisi) alanlarına konu olmuştur. Son olarak, seyahat motivasyonları konusunda incelenen çalışmalar çoğunlukla Amerika Birleşik Devletleri (ABD) ve Çin Halk Cumhuriyeti'nde gerçekleştirilmiş olup, %98 oranla İngilizce dilinde yayınlanmıştır. ABD, Çin ve Avustralya turist motivasyonları üzerine yapılan araştırmalarda en çok katkı sağlayan ülkeler arasında yer almıştır. Yapılan bibliyometrik analiz, literatürdeki önemli araştırmacıları ve çalışmaları da öne çıkarmıştır. Özellikle Yoon (2005), Kozak (2002), ve Jang (2006) gibi yazarlar, bu alanda sıkça atıf alan ve literatüre önemli katkılar sunan araştırmacılar olarak öne çıkmaktadır. Bu çalışmanın sonuçları, turist motivasyonları alanındaki mevcut literatürün kapsamını ve eğilimlerini daha iyi anlamaya yönelik önemli bilgiler sunmaktadır. Bununla birlikte, elde edilen bulgular, bu alandaki araştırma boşluklarını belirlemek ve gelecekteki çalışmalara yol göstermek açısından da değer taşımaktadır. Özellikle dijitalleşme, pandemi sonrası seyahat davranışları ve sürdürülebilirlik gibi güncel konuların daha fazla araştırılması gerektiği açıktır. Ayrıca, kültürel farklılıkların turist motivasyonları üzerindeki etkisinin derinlemesine incelenmesi ve farklı coğrafi bölgelerdeki turist davranışlarının karşılaştırmalı analizlerinin yapılması, literatüre yeni bakış açıları kazandırabilir.

Her bilimsel araştırmada olduğu gibi bu çalışmanın da bazı sınırlılıkları ve gelecek çalışmalar için önerileri bulunmaktadır. Araştırmada konuyla ilgili yalnızca Web of Science veri tabanında yer alan İngilizce çalışmalardan yararlanılmıştır. Gelecekteki çalışmalarda araştırmacıların farklı veri tabanlarından faydalanması sonuçlar bakımından alanyazına katkı sağlayabilir. Turistlerin seyahat motivasyonlarına ilişkin mevcut literatür, farklı metodolojik yaklaşımlar ve kültürel bağlamlarla şekillenirken, ileriye yönelik çalışmaların kapsamlı meta-analizlere odaklanması, bu alandaki genel eğilimleri ve boşlukları daha net bir şekilde ortaya koyabilir. Dijitalleşmenin ve COVID-19 pandemisinin turist motivasyonları üzerindeki etkilerini inceleyen çalışmalar, gelecekteki seyahat davranışlarını anlamada kritik bir rol oynayacaktır. Ayrıca, sürdürülebilirlik ve çevresel farkındalık gibi faktörlerin seyahat motivasyonları üzerindeki etkileri ile kültürel farklılıkların bu motivasyonları nasıl şekillendirdiğine yönelik araştırmalar, turizm pazarlamasında hedeflenmiş stratejiler geliştirmek için önemlidir. Multidisipliner yaklaşımlar ve turizm endüstrisi ile akademik çevreler arasındaki işbirliklerinin artırılması, hem teorik hem de pratik açıdan zengin sonuçlar elde edilmesine olanak tanıyacak, bu alandaki literatüre önemli katkılar sağlayacaktır. Bu öneriler, gelecekteki araştırmaların turistlerin seyahat motivasyonlarına yönelik literatüre katkı sağlaması ve turizm endüstrisinde daha etkili stratejilerin geliştirilmesine yardımcı olabilir.

Beyan

Makalenin tüm yazarlarının makale sürecine verdikleri katkı eşittir. Yazarların bildirmesi gereken herhangi bir çıkar çatışması yoktur.

KAYNAKÇA

Akay, B. & Yılmaz, O. (2019). Turistlerin seyahat motivasyonlarının hediyelik eşyalara yönelik tutumları ve satın alma niyetleri üzerindeki etkisi. *MANAS Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 8(2), 2163-2186.

- Aksoy, M. (2002). Türkiye’de inanç turizmine genel bir bakış ve Hristiyanlığın seyahate verdiği önem. *Dinler Tarihi Araştırmaları 3* (Sempozyum, 09-10 Haziran 2001), Ankara.
- Albayrak, A. (2013). Kış turizmi turistlerinin seyahat motivasyonları. *Kayseri 14. Ulusal Turizm Kongresi Bildiriler Kitabı İçinde*, 144-164, Ankara: Detay Yayıncılık.
- Arslan, E. (2022). Sosyal bilim araştırmalarında VOSviewer ile bibliyometrik haritalama ve örnek bir uygulama. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 22(Özel Sayı 2), 33-56.
- Barakazı, M. (2019). Turistik tüketim ve turizm faaliyetlerinin turizmi tüketmesi. *Safran Kültür ve Turizm Araştırmaları Dergisi (SAKTAD)*, (2), 138-149.
- Cardador, J. J. O., Pérez-Gálvez, J. C., Gomez-Casero, G., & Alba, C. A. J. (2023). Tourist ethnocentrism: A bibliometric analysis based on Web of Science (WoS). *Family and Consumer Sciences Research Journal*, 52, 38-52.
- Clarivate Analytics (2023). <https://clarivate.com/blog/introducing-citation-topics/> [Erişim Tarihi: 08.04.2024]
- Crompton, J. L. (1979). Motivations for pleasure vacation. *Annals of Tourism Research*, 6(4), 408-424.
- Çöp, S., İbiş, S. & Kızıldemir, Ö. (2020). Seyahat motivasyonlarının x, y ve z kuşaklarına göre farklılıklarının incelenmesi üzerine bir araştırma. *OPUS Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, 16(30), 2528-2550.
- Dann, G. (1981). Tourist motivation: An appraisal. *Annals of Tourism Research*, 8(2), 187-219.
- Dann, M. S. (1977). Anomie, ego-enhancement and tourism. *Annals of Tourism Research*, 5(4), 184-194.
- Davras, Ö. & Tatık, E. (2022). *The Effects of Pull and Push Motivation Factors on The Tourist's Behavioral Intention: The Case of Muğla*. University of South Florida (USF) M3 Publishing, 16(9781955833103), 19.
- Dean, D. & Suhartanto, D. (2019). The formation of visitor behavioral intention to creative tourism: The role of push-pull motivation. *Asia Pasific Journal of Tourism Research*, 24(5), 393-403.
- Falagas, M. E., Pitsouni E. I., Malietzis G. A., & Pappas G. (2008). Comparison of PubMed, Scopus, Web of Science, and Google Scholar: Strengths and Weaknesses. *The FASEB Journal*, 22(2): 338-42. doi: 10.1096/fj.07-9492LSF"
- Garda, B. & Karaçor, S. (2016). Yeni turistik eğilimler: Antalya ili örneği, *Yönetim ve Ekonomi*, 23(3), 605-622.
- Gretzel, U., Sigala, M., Xiang, Z., & Koo, C. (2015). Smart tourism: Foundations and developments. *Electronic Markets*, 25(3), 179-188.
- Iso-Ahola, S. E. (1982). Toward a social psychological theory of tourism motivation: A rejoinder. *Annals of Tourism Research*, 9(2), 256-262.
- Iso-Ahola, S. E. (1983). Toward a social psychology of recreational travel. *Leisure Studies*, 2(1), 45-56.
- İşçi, C. (2021). Doğa temelli turizme katılım motivasyonu ve deneyim doyumunu ilişkisi. *Journal of Yasar University*, 16(64), 1763-1786.
- Jang, S., & Cai, L. A. (2002). Travel motivations and destination choice: A study of British outbound market. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 13(3), 111-133.

- Jönsson, C. & Devonish, D. (2008). Does *Nationality, Gender and Age Affect Travel Motivation?* A Case of Visitors to The Caribbean Island of Barbados, *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 25(3-4), 398-408.
- Kim, H., Lee, S., Uysal, M., Kim, J. & Ahn, K. (2015). Nature-based tourism: Motivation and subjective well-being. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 32(1), 76-96.
- Kim, S. S., & Prideaux, B. (2005). An investigation of the relationship between South Korean domestic tourist behaviours and destination selection. *Tourism Management*, 26(3), 403-414.
- Kozak, M., & Decrop, A. (2022). *Handbook of Tourist Behavior: Theory & Research*. Edward Elgar Publishing.
- Lajara, B. M., Falcó, J. M., Tudela, L. Ş. A. M., & García, E.S. (2023). Analysis of the structure of scientific knowledge on wine tourism: A bibliometric analysis, *Heliyon*, 9(2), e13363.
- Lam, T., Hsu, C.H. (2006). Predicting behavioral intention of choosing a travel destination, *Tourism Management*, 27(4), 589-599.
- Matzler, K. & Siller, H. J. (2003). Linking travel motivations with perceptions of destinations: The case of youth travelers in alpine summer and winter tourism. *Tourism Review*, 58(4), 6-12.
- Oğan, Y. (2024). Gastronomik kimlik ve miras bağlamında bir bibliyometrik analiz. *Tourism and Recreation*, 6(1), 76-88.
- Ongun, U. (2023). Kırsal turizm ve kırsal kalkınma yayınlarının VOSviewer ile bibliyometrik analizi. *Journal of Tourism Intelligence and Smartness*, 6(2), 79-97.
- Pearce, P. L (1988). *The Ulysses Factor: Evaluating Visitors in Tourist Settings*. New York: Springer Verlag.
- Pearce, P. L., & Lee, U. I. (2005). Developing the travel career approach to tourist motivation. *Journal of Travel Research*, 43(3), 226-237
- Plog, S. C. (1974). Why Destination areas rise and fall in popularity. *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 14(4), 55-58.
- Prayag, G., & Hosany, S. (2014). When Middle East meets west: Understanding the motives and perceptions of young tourists from United Arab Emirates. *Tourism Management*, 40, 35-45.
- Toksöz, D. & Aras, S. (2016). Turistlerin seyahat motivasyonlarında yöresel mutfağın rolü. *Journal of Tourism and Gasronomy Studies*, 4 (Special Issue 1), 174-189.
- Türker, N., Akça, E. & Uçar M. (2019). Dini mekanları ziyaret eden turistlerin seyahat motivasyonları: Kastamonu ilinde bir uygulama. *Safran Kültür ve Turizm Araştırmaları Dergisi*, 2(1), 111-132.
- Uysal, M. & Jurowski, C. (1994). Testing the push and pull factors. *Annals of Tourism Research*, 21(4), 844-846.
- Wahab, S.E. (1975). *Tourism Management*. London: Tourism International Press, United Kingdom.
- Yersüren, S, & Özel, Ç. H. (2020). Boş zaman ve rekreasyon konulu tezler üzerine bibliyometrik bir çalışma. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4(2), 1139-1159
- Yoon, Y. & Uysal, M. (2005). An examination of the effects of motivation and satisfaction on destination loyalty: A structural model. *Tourism Management*, 26(1), 45-56.

- Yuan, J. J., Cai, L. A., Morrison, A. M., & Linton, S. (2005). An analysis of wine festival attendees' motivations: A synergy of wine, Travel and Special Events?, *Journal of Vacation Marketing*, 11(1), 41-58.
- Zhang, J. & Peng, Y. (2014). Understanding travel motivations of Chinese tourists visiting Cairns, Australia. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 21, 44-53.
- Zupic, I. & Čater, T. (2015). Bibliometric methods in management and organization. *Organizational Research Methods*, 18(3), 429-472.

Bibliometric Analysis of Studies on Tourists' Travel Motivations: Web of Science Case**Murat ÇUHADAR**

Süleyman Demirel University, Faculty of Economics and Administrative Sciences, Isparta/Türkiye

Elvan TATIK

Süleyman Demirel University, Institute of Social Sciences, Isparta/Türkiye

Extended Summary

Travel motivation(s) research has been a subject of great interest to researchers from past to present, and many studies have been written in national and international literature on the travel motivations of tourists/visitors/travellers. Generally speaking, the basis of academic/scientific studies on travel motivations are efforts to investigate why individuals want to travel and to determine their future travel preferences. Understanding the motivations behind tourists' travel decisions has long been a focal point in tourism research. These motivations, influenced by personal, social, cultural, and psychological factors, are essential for understanding travel behaviour and preferences. As the tourism industry continues to expand globally, identifying and analysing these motivations becomes increasingly important for both academic research and practical applications in tourism management and marketing. The current study focuses on a bibliometric analysis of research concerning travel motivations indexed in the Web of Science (WoS) database. This analysis aims to provide a comprehensive overview of the literature, highlighting key trends, influential studies, and the evolution of research in this domain.

Understanding tourists' travel motivations is a crucial aspect of tourism research. These motivations are critical concepts for understanding why individuals choose to travel and their subsequent behaviours. Travel motivation is a multifaceted concept shaped by various psychological, sociocultural, and economic factors. The theoretical foundations of travel motivation research are deeply rooted in disciplines such as psychology, sociology, and economics. The literature on tourist motivations is often approached from psychological, sociological, and economic perspectives. When examined within various frameworks, factors such as religion (Türker, Akça, & Uçar, 2019), nature (İşçi, 2021), food and beverage (Toksöz & Aras, 2016), and social activities (Garda & Karaçor, 2016) can influence individuals' travel motivations. Researchers have developed numerous theories and models to explain travel motivations over the years. While examining the literature, it becomes evident that many contemporary studies are based on these previously developed theories and models. For example, Maslow's (1943) hierarchy of needs suggests that travel motivations are linked to higher-level needs such as self-actualization and social needs. Iso-Ahola's (1982) escape-seeking model explains how individuals seek different experiences by escaping their routine lives. Plog (1974) proposed that tourists have different motivations based on their psychographic characteristics and that their travel behaviour varies accordingly. Pearce's (1988) travel career ladder model suggests that individuals' travel motivations are based on the satisfaction of needs and that motivations can increase and change as they are satisfied. Crompton (1979) divided travel motivations into push and pull factors. Push factors represent individuals' internal desires and needs, while pull factors relate to the attractiveness of a destination. This push-pull theory explains that individuals travel due to both internal and external factors. Internal motivations are based on an individual's personality traits, while external motivations are triggered by external factors such as the attributes of the destination. Studies on tourist motivations have identified several key themes, including:

- Cultural and social factors: Tourists' desire for cultural and social interactions plays a significant role in their travel motivations (Kim & Prideaux, 2005).
- Economic factors: Income level and economic incentives are critical factors influencing travel decisions (Zhang & Peng, 2014).
- Technological factors: Digitalization and technological advancements are transforming tourists' travel planning and experiences (Gretzel et al., 2015).

The study conducted a detailed bibliometric analysis of research on travel motivations indexed in the Web of Science (WoS) database. The data collection was performed between May 15 and May 30, 2024, using specific keywords related to travel motivations, including "travel motivations," "pull motivations," and "push motivations." A total of 2,220 studies were initially identified. After eliminating duplicates and irrelevant studies, 477 studies were selected for detailed analysis. These studies were categorized based on various factors such as publication year, research area, publishing institution, and country of origin. The analysis employed tools like VOSviewer for visualizing bibliometric networks, including co-authorship, co-citation, and keyword co-occurrence networks.

The analysis revealed several key trends in the literature on travel motivations:

Publication Trends: The number of publications on travel motivations has increased steadily since 1991, with a significant surge in 2020 and 2021. This trend reflects the growing academic interest in understanding how the COVID-19 pandemic influenced travel behaviours and motivations.

Research Areas: The majority of studies (57%) are categorized under "Social Sciences - Other Topics," indicating a strong emphasis on social and behavioural aspects of travel motivations. Other significant categories include "Business Economics" (17%) and "Environmental Sciences & Ecology" (6%).

Geographical Distribution: The United States and China are the leading countries in terms of publication volume, contributing 18% and 17% of the total studies, respectively. This dominance highlights the significant academic resources and research infrastructure in these countries.

Most Influential Studies: The study by Yoon and Uysal (2005), which examines the relationship between travel motivation, satisfaction, and destination loyalty using structural equation modelling, is the most cited work in this field, with 1,776 citations. Other notable studies include Kozak's (2002) comparative analysis of tourist motivations across different nationalities and destinations.

Collaborative Networks: The co-authorship network analysis identified strong collaborations between researchers from the United States, China, and Australia. These countries not only lead in publication volume but also in international research collaborations.

Key Journals and Publishers: The analysis found that a significant proportion of the most cited studies were published in journals under the Taylor & Francis, Elsevier, and Emerald Group Publishing umbrellas. This suggests that these publishers are pivotal in disseminating high-impact research on travel motivations.

Language of Publication: English is the dominant language of publication, with 98% of the studies published in English. This reflects the global nature of tourism research and the importance of English as the lingua franca in academia.

This study aims to meaningfully contribute to the existing knowledge on tourists' travel motivations using bibliometric techniques and to provide valuable insights for tourism researchers, practitioners, and policymakers. The findings highlight the central role of social sciences in travel motivation research, the significant contributions of the United States and China, and the importance of English-language publications. This study contributes to the existing literature by mapping the intellectual structure of travel motivation research and identifying key areas for future exploration. Like any scientific research, this study has certain limitations and offers suggestions for future research. The study was limited to English-language articles indexed in the Web of Science database. Future studies could benefit from utilizing a broader range of databases. While the existing literature on tourist motivations is shaped by diverse methodological approaches and cultural contexts, future studies could focus on comprehensive meta-analyses to more clearly identify overall trends and gaps in the field. Research examining the impact of digitalization and the COVID-19 pandemic on tourist motivations will be critical for understanding future travel behaviors. Additionally, studies investigating the effects of sustainability and environmental awareness on travel motivations, as well as how cultural differences shape these motivations, are essential for developing targeted marketing strategies in the tourism industry. Multidisciplinary approaches and increased collaboration between the tourism industry and academia will enable the achievement of richer results, both theoretically and practically, and make significant contributions to the literature. These suggestions can help future research contribute to the literature on tourist motivations and facilitate the development of more effective strategies in the tourism industry.