



Eğlence Turizmi Alanında Bibliyometrik Analiz¹

Bibliometric Analysis in The Field of Leisure Tourism

Serap Nazır¹, Hatice Nişancı², Fatma Zehra Bakkaloğlu³

1 Dr. Öğretim Üyesi, Beykoz Üniversitesi, İstanbul, Türkiye, e-mail: serapnazir@beykoz.edu.tr, Orcid: <https://orcid.org/0000-0002-9706-972X>

2 Yüksek Lisans Öğrencisi, Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi, Rize, Türkiye, e-mail: hatice_nisanci231@erdogan.edu.tr, Orcid:

<https://orcid.org/0009-0002-1414-5027>

3 Yüksek Lisans Öğrencisi, Gaziantep Üniversitesi, Gaziantep, Türkiye, e-mail: fzehrabbakkaloglu@hotmail.com, Orcid: <https://orcid.org/0009-0004-2840-7168>

ÖZ

Eğlence turizmi, küresel ölçekte hızla büyüyen ve turistik hareketliliğin artmasında katkısı bulunan bir alandır. Bu turizm kolu, insanların boş zamanlarında yapmak istedikleri şeyleri gerçekleştirmek veya stresli anlardan uzaklaşmak için kendilerini yeni ve farklı alanlarda eğlendirmeye çalıştıkları; müzik, kültürel festivaller, adrenalin artırıcı etkinlikler vb. alanları içermektedir. Bu araştırmanın amacı, Web of Science veri tabanında eğlence turizmi alanında yapılan çalışmaların durumunu coğrafi, kurumsal ve zamansal olarak nasıl bir dağılım gösterdiğini ortaya koyarak, bu alandaki gelişim eğilimlerini ve araştırma boşluklarını belirlemektir. Çalışma, eğlence turizminin bilimsel gelişimini haritalandırarak, gelecekte yapılacak araştırmalara yön vermesi açısından önem taşımaktadır. Bu amaç doğrultusunda araştırmanın yöntemi olarak bibliyometrik analiz tercih edilmiştir. Bu kapsamda yapılacak tarama için 2014-2024 yılları arasında gerçekleştirilen araştırmalar konuya dahil edilmiştir. Web of Science veri tabanında "leisure turizm" konu başlığında gerçekleştirilen taramada, 532 yayın olduğu tespit edilmiştir. Bibliyometrik analiz kapsamında, çalışma profillerinin ortaya konulması için yayın yılı, yayın türleri, kurumları, yazarları, ülkeleri, atıf raporları, dergi indeksleri vb. parametreler incelenmiştir. Verilere ait haritalar oluşturmak amacıyla VOSviewer 1.6.20 haritalama programı kullanılmıştır. Araştırma sonucunda, eğlence turizmi konusunu ele alan 2021 yılında 81, 2017 yılında 79 yayının gerçekleştirildiği görülmektedir. Ayrıca, veriler değerlendirildiğinde, ilgili alanda 406 yayının Book Citation Index – Social Sciences & Humanities (BKCI-SSH) indeksinde olduğu görülmektedir. Bu konu başlığının Scopus, PubMed, Ulakbim ve TR Dizin gibi diğer veri tabanlarında da araştırılarak ele alınması akademisyenlere önerilmektedir.

Anahtar kelimeler: Eğlence Turizmi, Gastronomi Festivali, VOSviewer, Bibliyometrik Analiz, Turizm

Citation: Nazır, S. (2025). Eğlence turizmi alanında bibliyometrik analiz. *Journal of West European Social Sciences*, 2 (2)

Corresponding Author:

Serap Nazır

Email: serapnazir@beykoz.edu.tr



This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License.

¹ 1. Ulusal Batı Avrupa Sosyal Kongresinde Özet Bildiri olarak sunulmuştur.

ABSTRACT

Leisure tourism is a rapidly growing field on a global scale and contributes to the increase in touristic mobility. This branch of tourism includes areas such as music, cultural festivals, adrenaline-boosting events, etc., where people try to entertain themselves in new and different areas to realize what they want to do in their free time or to get away from stressful moments. The aim of this study is to identify the development trends and research gaps in this field by revealing the geographical, institutional and temporal distribution of studies in the field of leisure tourism in the Web of Science database. The study is important in terms of mapping the scientific development of leisure tourism and providing direction for future research. For this purpose, bibliometric analysis was preferred as the research method. In this context, studies conducted between 2014 and 2024 were included for the review to be conducted. In the Web of Science database, it was determined that there were 532 publications on the subject of "leisure tourism". Within the scope of bibliometric analysis, parameters such as publication year, publication types, institutions, authors, countries, citation reports, journal indexes, etc. were examined to reveal study profiles. VOSviewer 1.6.20 mapping program was used to create maps of the data. As a result of the research, it is seen that 81 publications on the subject of leisure tourism were published in 2021 and 79 in 2017. In addition, when the data is evaluated, it is seen that 406 publications in the related field are in the Book Citation Index - Social Sciences & Humanities (BKCI-SSH) index. It is recommended for academics to address this topic by searching other databases such as Scopus, PubMed, Ulakbim and TR Index.

Keywords: Society Entertainment Tourism, Gastronomy Festival, VOSviewer, Bibliometric Analysis, Tourism

1. GİRİŞ

Tarih öncesi dönemlerden itibaren insanlar, barınma ihtiyaçlarını karşılamak ve yiyecek-içecek temin etmek amacıyla yaşadıkları çevrenin dışına çıkarak seyahat etmeye başlamışlardır. Zamanla bu hareketlilik yalnızca temel ihtiyaçlarla sınırlı kalmayıp, ticaretin yanı sıra eğlence, kültür ve sağlık gibi çeşitli amaçlarla da seyahatler gerçekleştirilmiştir. Bireylerin yaşadıkları çevrenin dışına çıkma arzusu, sosyal, politik, kültürel ve ekonomik dinamikleri etkileyerek toplumların yapısal dönüşümlerine de katkı sağlamıştır (Akın, 2018).

Bu bağlamda eğlence turizmi, bireylerin dinlenme, keşfetme, kişisel yenilenme gibi ihtiyaçlarını karşılamasının yanı sıra, farklı kültürler arasında etkileşim kurma imkânı sunması nedeniyle turizmin diğer alt türleri arasında özel bir konuma sahiptir. Bu turizm kapsamında, bireylerin sosyal ilişkilerini geliştirmek, güneşlenmek, sportif faaliyetlere dahil olmak, sağlık banyolarından yararlanmak ya da dinlendirici ve keyifli bir çevrede vakit geçirmek gibi çeşitli amaçlarla yaptıkları seyahatler olarak özetlenebilir (Mutu,2022).

Günümüz dünyasında yoğun iş temposu içerisinde yer alan bireyler, kısa süreli tatillerle hem zihinsel hem de bedensel anlamda yenilenme ihtiyacı duymakta; boş zamanlarını değerlendirmek amacıyla hobi ya da kişisel ilgi alanlarını içeren farklı deneyimlere yönelmektedirler. Bu yönelim, bireylerin seyahat motivasyonlarına göre farklı turizm türlerinin ortaya çıkmasına ve sektörün çeşitli temalara göre sınıflandırılmasına neden olmuştur. Özellikle günümüzde, eğlence turizmi geleneksel deniz-kum-güneş temelli tatil anlayışının ötesine geçerek çeşitlenmiş; dinlenme, rahatlama, sosyalleşme ve eğlenme temelli seyahatlere dönüşmüştür (Holloway ve Humphreys, 2016). Bu dönüşümde teknolojik gelişmeler önemli bir rol oynamaktadır. Macera parklarında ve interaktif müzelerde teknolojinin yoğun şekilde kullanılması, ziyaretçi deneyimlerini daha sürükleyici ve unutulmaz hale getirmiştir.

Disneyland gibi tema parklar, oluşturdıkları yüksek talep sayesinde bulundukları lokasyonları başlı başına birer turistik destinasyona dönüştürebilmektedir (Page ve Connell, 2006).

Nitekim "Themed Entertainment Association" tarafından gerçekleştirilen bir araştırma, 2014–2015 yılları arasında dünyaca ünlü eğlence parklarının ziyaretçi sayılarında %6 ile %36 arasında artış yaşandığını ortaya koymuştur. Chimelong Ocean Kingdom, Europa-Park, Disneyland, Islands of Adventure, Disney's California Adventure ve Magic Kingdom gibi destinasyonlar, teknolojiyi etkin kullanarak turistlerin ilgisini çekmeyi başaran örnekler arasında yer almaktadır (Öztürk ve Işınkaralar, 2019).

Turizm sektörü, bireylerin ekonomik, psikolojik, sosyal ve kültürel ihtiyaçlarını karşılaması nedeniyle "bacasız sanayi" olarak tanımlanmakta ve ülke ekonomilerine önemli ölçüde katkı sağlamaktadır. Richard (2018), kültürel turizmin yalnızca tarihî ve kültürel mirasın korunmasına değil, aynı zamanda yaratıcı ekonomiyle olan etkileşimi sayesinde yerel sanat ve sanatçıların desteklenmesine olanak tanıdığını ve bu durumun yerel yaratıcı endüstrilerin gelişimine katkı sunduğunu vurgulamaktadır. Türkiye İstatistik Kurumu'nun (TÜİK) 2024 yılı verilerine göre, yabancı turistlerin Türkiye'ye geliş nedenlerinin başında %64,9 oranla gezi, eğlence, sportif ve kültürel faaliyetler yer almaktadır.

Eğlence turizmi yalnızca bireylerin geçici mutluluğunu değil, aynı zamanda uzun vadeli kalkınma hedeflerini de etkileyen çok boyutlu bir alan olarak değerlendirilebilir. Bu turizm türünün çevresel, ekonomik ve sosyo-kültürel etkilerinin tüm paydaşlar açısından sürdürülebilirlik ilkeleri doğrultusunda yönetilmesi gerekmektedir. 2014 sonrası dönemde, sosyal medya kullanımındaki artış, interaktif turizm deneyimlerinin yaygınlaşması ve eğlence kavramının teknolojiyle bütünleşmesi, bu alandaki akademik yayınlara yeni bir yön kazandırmıştır. Özellikle, Zhao ve arkadaşları (2024) tarafından yapılan bir çalışmada, eğlence ve turizm sektörlerinin geçmişte pek çok krizle karşı karşıya kaldığı, ancak 2019 yılında ortaya çıkan COVID-19 pandemisi kadar bunların yıkıcı olmadığı belirtilmiştir. Kim ve Kang (2021), bu dönemde araştırmacıların veri erişimindeki kısıtlamalar nedeniyle, saha araştırmalarını yürütülmesinde zorlandığını, çalışmaların ağırlıklı olarak web tabanlı anketlere dayandırıldığını, nitel çalışmalara yönelik desteğe acilen ihtiyaç duyulduğunu vurgulamıştır. Ayrıca 2019 yılında başlayan COVID-19 pandemisi, turizm sektörünü derinden etkileyerek tüketici davranışlarında da köklü değişimlere neden olduğundan, eğlence turizmi araştırmalarında dikkat çekici bir kırılma noktası olmuştur. Çünkü bu dönemde yaşanan gelişmeler insanları, geleneksel eğlence anlayışından farklı bir eğlenceye doğru sevk etmiştir. Pandeminin etkilerinin daha çok fark edilmesi amacıyla, araştırma süresi son on yıl ile kısıtlandırılmıştır. Bu süre aralığı, bu çalışmada akademik eğilimleri kıyaslamaya olanak sağlaması açısından anlamlı ve stratejik bir dönem olarak seçilmiştir. Bu dönem içinde gerçekleştirilen bilimsel yayınlar, coğrafi, kurumsal ve zamansal açılardan analiz edilerek alanyazındaki gelişim eğilimleri ve mevcut araştırma boşlukları ortaya konulmuştur. Elde edilen bulgular doğrultusunda, eğlence turizmi alanının teknoloji ve sürdürülebilirlik temelli yaklaşımlarla daha da gelişeceği ve gelecekte turizm sektörü içindeki konumunu daha da güçlendireceği öngörülmektedir.

2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

2.1. Eğlence Turizmi

Günümüzde bireyler, turistik ihtiyaçlarını karşılamak ve gündelik yaşamın rutininden uzaklaşmak için çeşitli destinasyonlara seyahat etmektedir. Turistlerin seyahat kararlarını etkileyen en temel unsurlar arasında “itici” ve “çekici” faktörler önemli bir rol oynamaktadır (Kim ve Klenosky, 2003). Dann (1977), bu faktörlerin turistik davranışları şekillendiren motivasyonları anlamada kolaylaştırıcı ve sezgisel bir yaklaşım sunduğunu belirtmiştir.

İtici faktörler, bireyin içsel dünyasından kaynaklanan ve yaşadığı ortamdan uzaklaşma arzusuyla ortaya çıkan motivasyonel unsurlar olarak tanımlanabilir (Crompton, 1979). Bu faktörler, seyahate çıkma ihtiyacını doğuran psikolojik ve sosyal nedenleri kapsar. Oh, Uysal ve Wiever (1995) bu faktörleri “kişileri seyahate yönlendiren içsel güdüler” olarak açıklarken; Yoon ve Uysal (2005), bireyleri yeni yerler keşfetmeye ve bulundukları ortamdan uzaklaşmaya motive eden unsurlar olarak tanımlamaktadır.

Çekici faktörler ise bireylerin seyahat etmek istedikleri destinasyonları belirlemede etkili olan, fiziksel ve dışsal özellikleri ifade etmektedir. Bunlar; doğal güzellikler, tarihi miras, gastronomi, eğlence olanakları ve destinasyonun imajı gibi somut öğeleri içerir (Uysal ve Sirakaya, 2008). Crompton (1979) çekici faktörlerin, turistlerin yeni deneyimler yaşamak amacıyla başka destinasyonlara yönelmelerinde etkili olduğunu belirtirken; Klenosky (2002), bu unsurları destinasyonun sahip olduğu kendine özgü cazibeler olarak nitelendirmiştir. Mavi deniz, altın kumsallar, kültürel etkinlikler ve doğa sporları gibi öğeler bu faktörlere örnek teşkil eder.

Eğlence turizminin tarihi ise, Antik Roma ve Antik Yunan dönemlerine kadar uzanmaktadır. Page ve Connell (2006) makalelerinde, ilk kez tatil kavramı, Yunan, Roma ve Mısır gibi medeniyetlerde oluşarak, festival, spor, sanat gibi eğlence turizmi ve sağlık turizmi gelişmeye başladığını, yirminci yüzyılın sonları ve yeni milenyum insanların tatillere seyahatlere ve yeni yerleri ve toplumları ziyaret etme deneyimine değer verdiği boş zaman toplumunun sürekli büyümesine tanıklık ettiklerine değinmiştir. Aynı makalede, 1950'lerden bu yana gelişmiş dünyada bu tüketici odaklı toplumun büyümesi boş zaman faaliyetlerinde isteğe bağlı harcamalara vurgu yapması daha fazla harcanabilir geliri ve boş zaman uğraşları ve tatillerle uğraşmak için zaman yarattıklarını belirtilmiştir. 20. yüzyılın ikinci yarısında paket turizmin yaygınlaşması ve havayolu taşımacılığının demokratikleşmesi, eğlence turizmini kitlesel bir olgu haline getirmiştir (Buhalis ve Law, 2008).

Eğlence turizmi, bireylerin gündelik yaşamın rutininden uzaklaşarak, eğlenme, dinlenme ve çeşitli rekreasyonel faaliyetlerde bulunma amacıyla gerçekleştirdikleri seyahatleri kapsamaktadır. Bu tür turizm, katılımcılara psikolojik rahatlama, sosyal etkileşim ve kültürel deneyim gibi çok boyutlu faydalar sağlamaktadır. Turizm literatüründe bu seyahat türü genellikle “leisure tourism” ya da “entertainment tourism” olarak adlandırılmakta; bireylerin içsel motivasyonlarıyla ilişkilendirilmektedir (Cohen ve Cohen, 2012).

Turist deneyimi, yalnızca ziyaret edilen destinasyonun fiziksel özellikleri veya sunulan hizmetlerin değerlendirilmesinden ibaret değildir. Bununla birlikte bireylerin bu süreçte yaşadıkları duygusal tepkiler ve diğer bireylerle olan sosyal etkileşimleri de deneyimin bütüncül bir şekilde algılanmasına katkı sunmaktadır. Bu bağlamda, duygular ve hisler, turistik deneyimlerin önemli bir bileşeni olarak değerlendirilmelidir (Hosany ve Gilbert, 2010). Dolayısıyla, olumlu bir deneyim yalnızca anlık tatmin

yaratmakla kalmayıp, aynı zamanda destinasyon sadakatini pekiştiren stratejik bir unsur olarak öne çıkmaktadır.

Oliver (1999), müşteri sadakatinin oluşum sürecinde memnuniyetin hem tutumsal bir eğilim hem de tekrar etme niyetini şekillendiren davranışsal bir unsur olduğunu vurgular. Mair ve Laing (2012), müzik festivalleri konulu çalışmada, çevreci yaklaşımların sadece çevresel değil, toplumsal ve yönetsel faydalar da sağladığını ortaya koymuş; sürdürülebilir uygulamaların kalıcılığının yerel paydaş katılımı, motivasyon düzeyleri ve kurumsal destekle doğrudan ilişkili olduğunu vurgulamıştır.

Richards (2011), kültürel turizmin yalnızca kültürel değerlerin tüketimi üzerinden değil, aynı zamanda bu etkileşimin ortaya çıkardığı sosyal öğrenme süreçleri yoluyla da anlam kazandığını vurgulamaktadır. Bu nedenle, eğlence turizmi yalnızca bireysel bir deneyim değil; aynı zamanda kolektif bir paylaşım ve kültürel yakınlaşma pratiği olarak da değerlendirilmelidir. Getz (2008), mega etkinliklerin çevresel etkilerinin sürdürülebilir şekilde yönetilerek, turizmdeki aşırı doğal kaynak tüketimi ve kirlilik üretimi algısının değiştirilmesi gerektiğini savunmaktadır.

Ekonomik açıdan ise, eğlence turizmi küresel turizm sektörünün önemli bir gelir kaynağı haline gelmiştir. Temalı parklar, büyük spor organizasyonları ve uluslararası festivaller hem doğrudan hem de dolaylı ekonomik varlıklara sahiptir. Mega etkinliklerin en yüksek ekonomik etkileri yarattığı bilinirken, festivaller ve kültürel kutlamalar yer pazarlamasına ve toplumsal kalkınmaya daha fazla katkıda bulunur. Turizm ve kalkınma perspektifinden bakıldığında rekabet gücü, yatırımın geri dönüşü, sürdürülebilirlik ve çevresel, sosyal ve kültürel boyutlarının ihmal edildiği fark edilmiştir (Getz, 2008).

Bu bağlamda, turizm sektörünün iklim değişikliğine uyumlandırılmış bir yaklaşım benimsemesi, özellikle iş ve eğlence amaçlı turizmin küresel ölçekte sürdürülebilirliğini sağlamak açısından kritik öneme sahiptir. Karbon salınımının ulaşım ve konaklama gibi yoğunlaştığı alanlarda, çevre dostu teknolojilerin kullanılması, enerji verimliliğinin artırılması ve dolayısıyla sera gazı emisyonlarının kademeli olarak azaltılması gerekmektedir. Ancak bu şekilde sektör, değişen iklim koşullarına karşı dayanıklılık geliştirebilir ve sürdürülebilir kalkınma hedefleriyle uyumlu bir yapı kazanabilir (Ahmed ve Helhe, 2022).

Besculides vd. (2002) araştırmasında, etkinliklerin yalnızca yerel halka değil, aynı zamanda etkinliğe katılmak üzere gelen ziyaretçiler için de fayda sağladığını belirtmiştir. Bu faaliyetlerin içinde olmanın, sosyalleşme, ailenin birada olması, mevcut ortamlardan kaçış ve yeni motivasyon kaynakları bulmanın yanı sıra, yeni şeyler öğrenme üzerine önemli bir katılımcı güdüsü yarattığı da görülmektedir (Manolika vd., 2015). Yıldırım ve Çakıcı (2016) çalışmasında, Uluslararası Portakal Çiçeği Karnavalı katılımcılarının etkinlikle, 'bireysel yararlar', 'yöre kültürü ve portakal çiçeğine ilişkin bilgi artışı' gibi önemli boyutlara taşındığını göstermiştir.

Günümüzde internet uygulamalarının giderek popülerlik kazanması kaynaklı, oteller, havayolları ve seyahat acenteleri gibi birçok turizm kuruluşu pazarlama ve iletişim stratejilerinin bir parçası olarak İnternet teknolojilerini benimsemiştir (Buhalis ve Law, 2008). Kaplan ve Haenlein (2010), sosyal medyanın bilgi üretimini demokratikleştirdiğini ve kurumların bu ortamda aktif biçimde yer alması gerektiğini vurgulamaktadır. Bu yaklaşım, eğlence turizmi bağlamında düşünüldüğünde, özellikle genç ve dijital kuşak turistlerin karar alma süreçlerinde sosyal medya içeriklerinin belirleyici bir unsur olduğunu ortaya koymaktadır.

Neuhofer vd. (2014), teknoloji destekli deneyimlerin turistik katılımı dönüştürerek hem ziyaretçi memnuniyetini hem de destinasyon sadakatini artırdığını ortaya koymuştur. Özellikle artırılmış gerçeklik, mobil uygulamalar ve dijital etkileşim araçları gibi teknolojik unsurlar, eğlence turizmine katılan bireylerin fiziksel olarak bulunduğu mekânla duygusal olarak bağ kurmasını kolaylaştırmakta; bu da turistin destinasyona olan bağlılığını derinleştirmekte ve tekrar ziyaret davranışını teşvik etmektedir. Bibliyometrik analizlerde bu yaklaşımı destekleyici biçimde, son yıllarda turizm literatüründe “deneyimsel tasarım”, “duygusal bağlılık” ve “teknoloji tabanlı etkileşim” gibi kavramların sıklıkla ele alındığını göstermektedir. Bu yönüyle eğlence turizmi hem içerik hem yöntem bakımından disiplinler arası bir dönüşüm içerisinde.

3. MATERYAL VE METOT

Araştırma Web of Science veri tabanının günlük olarak güncellenmesi göz önünde bulundurularak tüm aramalar 07.03.2025 tarihinde yapılmıştır. Bu çalışmada, eğlence turizmi konusu Web of Science akademik veri tabanında 2014 ile 2024 tarihleri arasında yapılan çalışmalar içinde, arama sekmesine “leisure tourism” yazılarak bir tarama yapılmıştır. Bu çalışmada yalnızca Web of Science veri tabanının tercih edilmesinin temel nedeni, bibliyometrik analiz için düzenli, filtrelenebilir ve güvenilir bir veri yapısı sunmasıdır. Ayrıca VOSviewer yazılımı, Web of Science’tan BibTeX formatında alınan verilerle uyumlu ve sorunsuz bir şekilde çalışırken, diğer veri tabanlarından alınan verilerde zaman zaman uyumsuzluklar ya da veri kayıpları yaşanabilmektedir. Scopus, PubMed veya TR Dizin gibi alternatif platformlar da benzer analizler için kullanılabilir olsa bile, bu veri tabanlarının yapılarındaki farklılıklar nedeniyle tüm kaynakları birleştirip standart bir formata dönüştürmek oldukça zaman alıcı, teknik bilgi gerektiren ve hata riskine açık bir süreçtir. Bunun yanında, Scopus gibi bazı platformlar ücretli olup sadece belirli üniversiteler aracılığıyla erişilebilirken, Web of Science Türkiye’deki birçok üniversitede daha yaygın olarak erişilebilen bir kaynak olduğundan araştırmacılar açısından daha pratiktir. Son olarak, bibliyometrik analizlerin belirli bir sınır ve odak çerçevesinde yürütülmesi gerekliliği göz önünde bulundurulduğunda, tek bir veri kaynağı üzerinden derinlemesine inceleme yapmak, çalışmanın hem kapsamını netleştirmekte hem de analizlerin güvenilirliğini artırmaktadır.

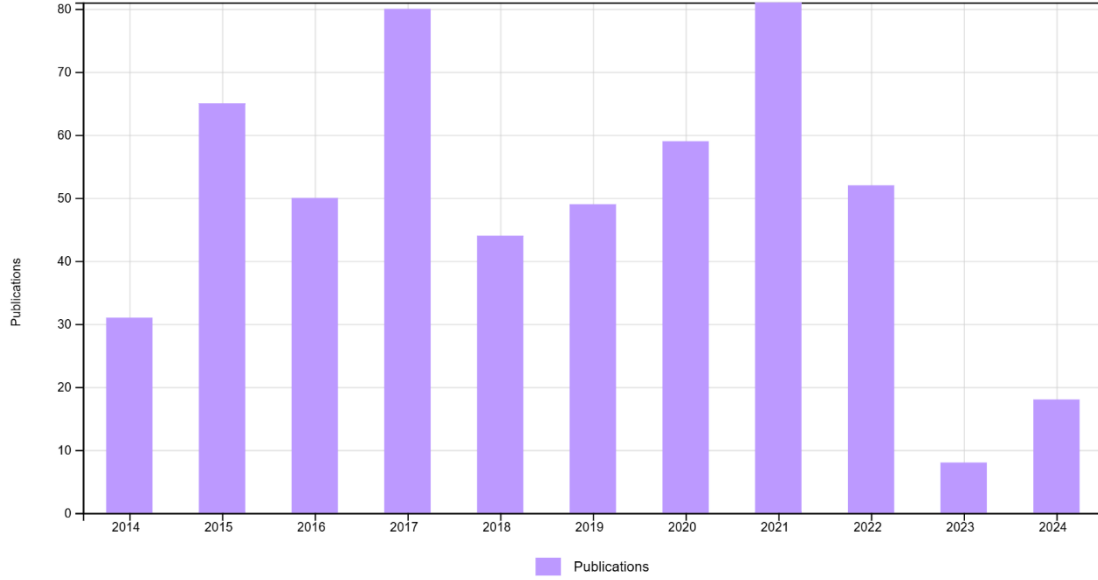
Bu nedenle, Pubmed, Scopus, TR Dizin veya YÖKSİS gibi platformlardaki veriler araştırmanın kapsamına alınmamıştır. Bu tarama sonucunda toplam 1666 adet çalışmaya erişilmiştir. Dahil etme ve hariç tutma işlemleri yapılarak çalışmalar, yıllara göre 2014-2024, misafirlilik eğlence spor ve turizm kategorisi, yayın türü açısından (makale) olarak sınırlandırılmış ve yabancı dilde İngilizce yayınlar seçilmiştir, sonuç olarak verilerin analizine 532 araştırma dahil edilmiştir.

Bu yayınlar bibliyometrik analiz yöntemi ile çeşitli kriterlere göre sınıflandırılmıştır. Bibliyometrik analiz; bilimsel çalışmalarda araştırmacılara, gelecek dönemlerde araştırılması gereken konulara yön veren ve mevcut çalışmaların ise gelişimini ortaya çıkaran bir araştırma yöntemidir (Zhang vd., 2016). Araştırmada yer alan bulgular için kullanılacak Excel tabloları, Web of Science veri tabanından alınmıştır. Haritalamaya yönelik bulguların elde edilmesi amacıyla, Web of Science (WOS)’dan çekilen bilgiler BibTeX formatında kaydedilmiş ve VOSviewer 1.6.20 yazılımına aktarılmıştır. VOSviewer, bilimsel alanyazından çıkarılan önemli terimlerin birlikte oluşum ağlarını oluşturmak ve görselleştirmek için kullanılabilen metin madenciliği işlevini sunmaktadır (Van Eck vd., 2010). Araştırmanın amacını ortaya çıkarmak için, yayın tarihi, yayın indeksleri, yazar, atıf, yayınların üniversite, ülke ve anahtar sözcük olmak üzere 7 adet kriter belirlenmiştir.

4. BULGULAR VE ANALİZ

4.1 Yayınların Yıllara Göre Dağılımına Yönelik Bulgular

Eğlence turizmi konusunda yapılan yayınların yıllara göre dağılımı Grafik 1'de gösterilmiştir.

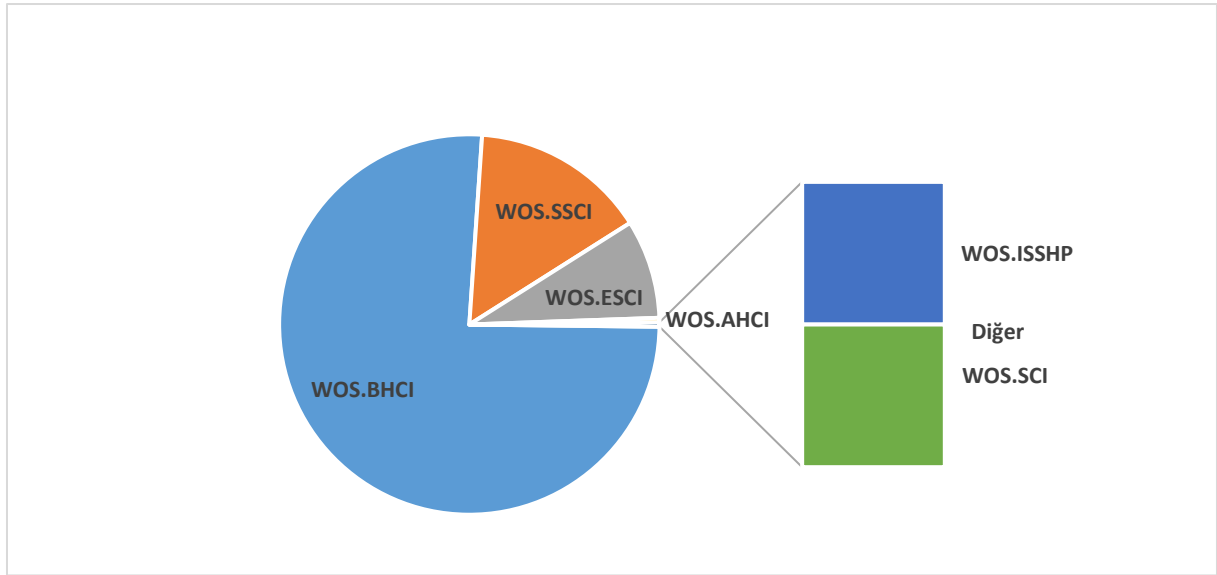


Grafik 1. Yıllara Göre Yayınların Sayıları .

Grafik 1'e göre; eğlence turizmi alanında yayınların yıllara göre sayıları incelendiğinde, 81 çalışma ile 2021 yılı en yoğun yıl olarak öne çıkmaktadır. Bunu 79 çalışma ile 2017, 65 çalışma ile 2015, 59 çalışma ile 2020, 52 çalışma ile 2022 ve 49 çalışma ile 2019 yılları takip etmektedir. En az çalışmanın yapıldığı yıllar ise 2023 (7) ve 2024 (18) olarak belirlenmiştir. Yıl bazında yayınların sayılarında azalmanın son yıllara doğru artış gösterdiği görülmektedir.

4.2 Yayınların Endeksine Yönelik Bulgular

Eğlence turizmi konusunda yapılan yayınların indekslerine göre dağılımı Grafik 2'de gösterilmiştir.



Grafik 2 .Makalelerin Tarandığı Endeksler

Grafik 2. incelendiğinde, en fazla yayınının Book Citation Index – Social Sciences ve Humanities (BKCI-SSH) 406 adet olarak yapıldığı görülmüştür. Makaleler, sırasıyla Social Sciences Citation Index (SSCI) (80), Emerging Sources Citation Index (ESCI) (45), Arts ve Humanities Citation Index (AveHCI) (2) , Conference Proceedings Citation Index – Social Science ve Humanities (CPCI-SSH) (1) ve Book Citation Index – Science (BKCI-S) (1) indekslerinde yayınlanmıştır. Eğlence Turizmi ile ilgili makalelerin Vosviewer ile Bibliyometrik Analizi, birden fazla indekste taranmasından kaynaklı sayıların toplamı çalışmada analize dâhil edilen 532 yayın sayısından fazla olduğu görülmektedir.

4.3 Atıf Analizine Yönelik Bulgular

Eğlence turizmi konusunda en çok atıf yapılan 10 yayının bilgilerini, toplam ve ortalama atıf sayıları birlikte, yayımlandıkları dergileri, dergi indekslerini ve JIF değerleri Tablo 1.de verilmiştir.

Tablo 1. En Çok Atıf Alan 10 Yayın

Yazarlar/Yayın yılı	Yayın Başlığı	Toplam Atıf Sayısı	Atıf Sayısı /Yıl	Dergi Adı	Dergi Endeksi	Dergi Etki Faktörü
Kim vd., (2018)	The Effects Of Corporate Social Responsibility (CSR) On Employee Well-Being İn The Hospitality İndustry	172	21,5	International Journal Of Contemporary Hospitality Management	SSCI	9,1
Kim vd., (2017)	An Examination Of The Links Between Corporate Social Responsibility (CSR) And İts İnternal Consequences	168	18,7	International Journal Of Hospitality Management	SSCI	5-10

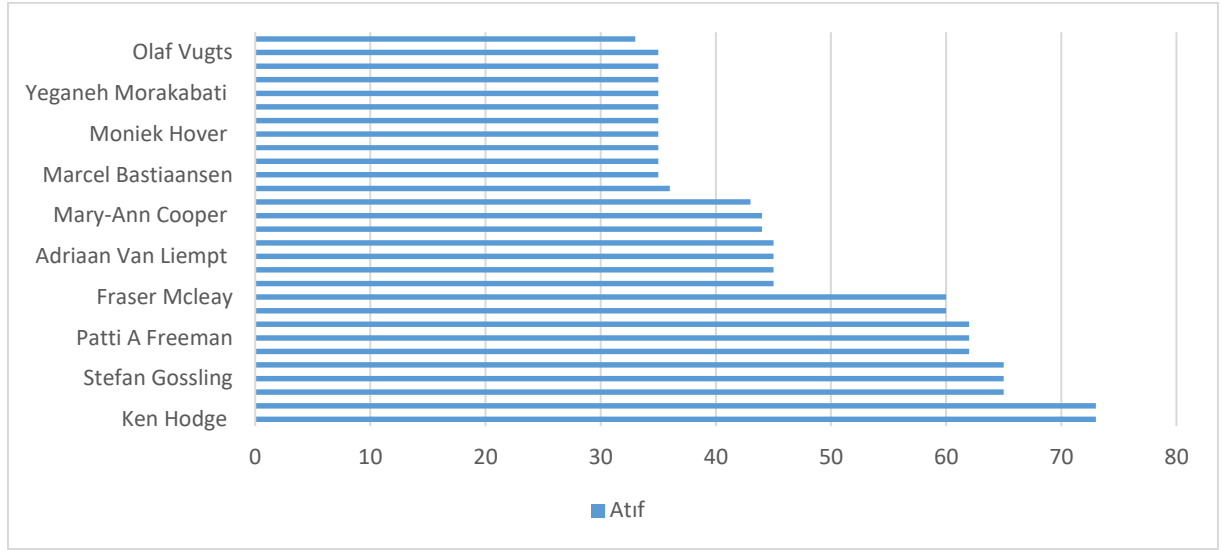
Gursoy vd., (2017)	Impact Of Trust On Local Residents' Mega-Event Perceptions And Their Support	137	15,3	Journal Of Travel Research	SSCI	13,4
Du vd., (2022)	'I Want To Record And Share My Wonderful Journey': Chinese Millennials' Production And Sharing Of Short-Form Travel Videos On Tiktok Or Douyin	116	19,3	Current Issues In Tourism	SSCI	6,7
Skavronskaya vd., (2017)	Cognitive Psychology And Tourism Research: State Of The Art	77	8,6	Tourism Review	SSCI	7,2
Houge ve Hodge, (2020)	Adventure Recreation And Subjective Well-Being: A Conceptual Framework	72	12	Leisure Studies		3,1
Mermet, (2017)	Airbnb And Tourism Gentrification Critical Insights From The Exploratory Analysis Of The 'Airbnb Syndrome' In Reykjavik	70	7,8	Tourism And Gentrification In Contemporary Metropolises: International Perspectives	SSCI	-
Gossling vd., (2019)	Towel Reuse In Hotels: Importance Of Normative Appeal Designs	70	7,8	Tourism Management	SSCI	10,9
Weng vd., (2021)	A Model Of Tourism Advertising Effects	64	12,8	Tourism Management	SSCI	10,9
Wang vd., (2019)	Tourism Seasonality, Online User Rating And Hotel Price: A Quantitative Approach Based On The Hedonic Price Model	64	9,1	International Journal Of Hospitality Management	SSCI	5-10

Kaynak: Web of Science verileri

Bilimsel çalışmaların etkisini ölçmek için kullanılan atıf analiziyle, eğlence turizmi alanında yayımlanan 532 yayının toplam atıf sayısı ise 3.862 ve her bir yayın için ortalama atıf sayısı 7,27'dir. Tablo.1'de görüldüğü üzere, bu alandaki en çok atıf yapılan makale 2018 yılında yayımlanmış olup, toplamda 172 atıf almıştır ve ortalama atıf değeri diğer makalelere kıyasla oldukça yüksektir. Dikkate alınması gereken bir diğer önemli detay ise en çok atıf alan 9 yayının SSCI indeksli dergilerde yayımlanmış olmasıdır. Türk yazarların bu alandaki çalışmalarına ise görece az rastlanmıştır.

4.4 En Çok Atıf Alan Yazar ve Ortak Yazarlar Analizine Yönelik Bulgular

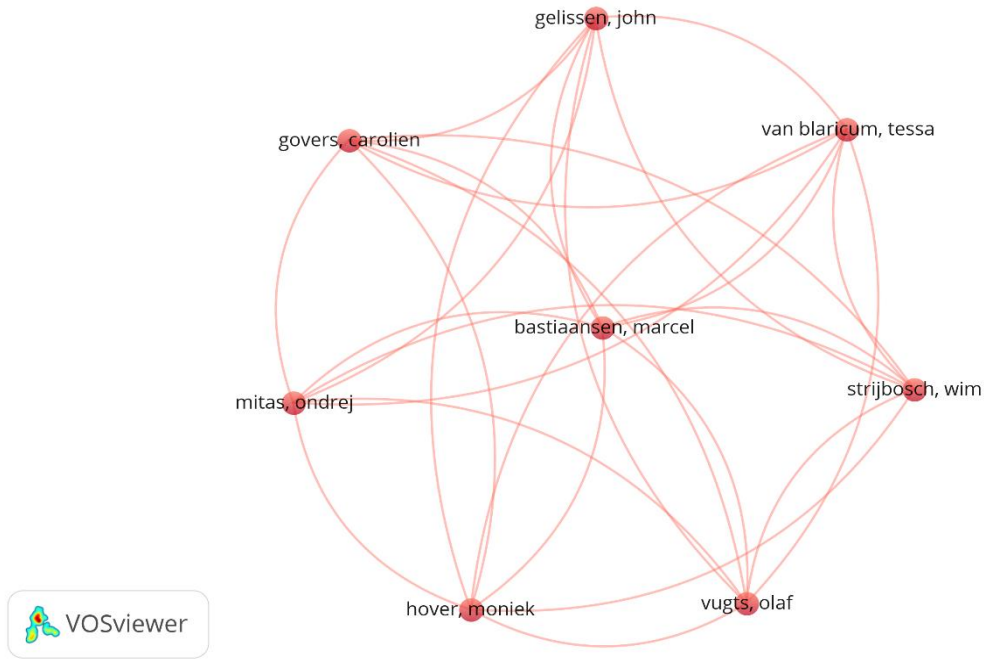
Eğlence turizmi konusunda yapılan yayınların yazarların atıf analizine göre dağılımı Grafik 3'de gösterilmiştir.



Grafik 3. En çok Atıf Alan Yazarlar

Bu çalışmada, en çok bağ ve işbirliği içinde olan yazarları tespit edebilmek için ortak yazarlık analizi yapılmıştır. Grafik 3' de görülen ağ haritası analizinde ise en az 1 yayın ve en az 1 atıf bulunma kuralı belirlenmiştir. Analizin sonucuna göre, Ken Hodge ve Susan Houge Mackenzie (73), Jorge E Arana, Stefan Gossling ve Aguiar-Quintana (65), J.Teresa, Mat D. Duerden, Patti A Freeman ve Peter J.Ward (62) ve Heather J.Gibson ise 33 atıf ile listede en çok atıf alan yazarlar olmuştur.

Araştırmalara göre her bağlantının değeri ne kadar yüksekse, bağlantı o kadar güçlüdür. Bu çalışmada 127 yazarın diğer yazarlarla olan ortaklık bağlantılarının toplam gücü hesaplanmıştır. Şekil 1. de ortak yazar atıf analizine dair ağ haritasında, 1 renk kümeleme oluşurken, ağdaki 217 yazardan 8'nin diğerleriyle ortak yazarlık ilişkisi olduğu ve tek bir kümede birleştirildiği görülmektedir.



Şekil 1. Ortak Yazarlara Göre Atıf dağılımı

4.5 Ülkelerin Atıf Analizine Yönelik Bulgular

Eğlence Turizmi kavramı üzerine yapılan yayınların ülkelere göre sayılarının dağılımı Tablo 2’de verilmiştir.

Tablo 2. Ülkelere Göre Yayın Sayıları

Ülkeler	Yayın Sayısı	%
Amerika Birleşik Devletleri	97	18,2
İngiltere	74	13,9
Avusturya	53	10,0
Almanya	43	8,1
Fransa	41	7,7
Çin	39	7,3
İsveç	36	6,8
Kanada	30	5,6
Güney Afrika	28	5,3

Hollanda	27	5,1
Yeni Zelanda	26	4,9
Finlandiya	22	4,1
Norveç	21	3,9
İspanya	20	3,8
Güney Kore	18	3,4
FIJI	12	2,3
Hindistan	11	2,1
İtalya	11	2,1
Japonya	10	1,9
Belçika	8	1,5
Portekiz	8	1,5
İskoçya	8	1,5
İsviçre	8	1,5
Tayvan	8	1,5
Birleşik Arap Emirlikleri	8	1,5
Amerika Birleşik Devletleri	97	18,2

Kaynak: Web of Science verileri

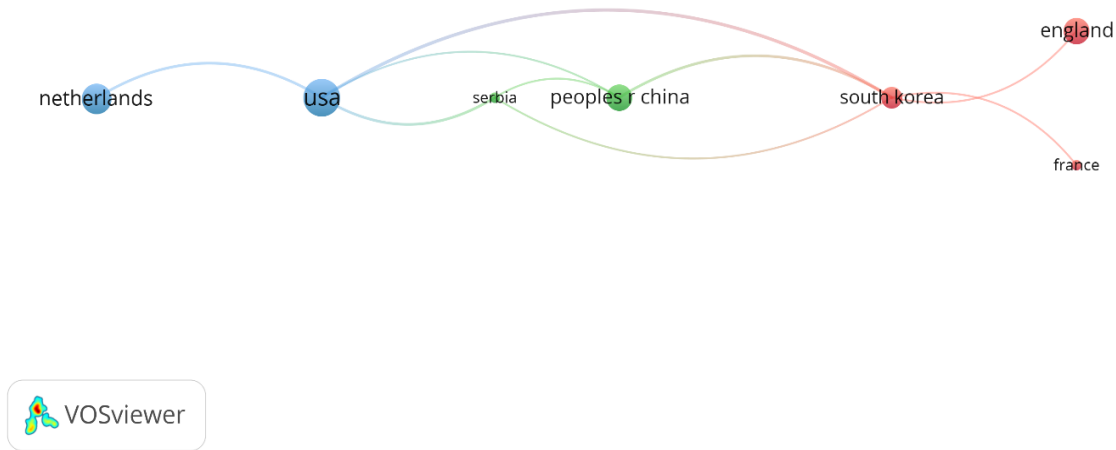
Ülkelerin eğlence turizmi konusunda ürettikleri doküman sayısı, bu dokümanlara yapılan alıntı sayısı ve toplam bağlantı gücü gibi metrik üzerinden akademik üretkenlikleri ve bilimsel etki düzeyleri Tablo 3.'de verilmiştir.

Tablo 3. En çok Atıf Yapılan 10 Ülke

Ülkeler	Atıf Sayısı	Doküman Sayısı	Ortalama Atıf Sayısı	Bağlantı Gücü
Amerika Birleşik Devletleri	148	7	21	8
İspanya	110	4	28	0
İngiltere	104	4	26	1

Hollanda	94	5	19	2
Norveç	85	2	43	0
Avustralya	77	5	15	0
İsveç	76	2	38	0
Yeni Zelanda	73	1	73	0
Güney Kore	63	3	21	8
Fransa	60	1	60	1

Tablo 3’de yer alan verilerdeki dokümanlar, alıntı sütunu ve toplam bağlantı gücü ülkelere göre karşılaştırıldığında 148 atıf ile Amerika Birleşik Devletleri’nin akademik üretkenlik açısından önde olduğu görülmüştür. Amerika Birleşik Devletleri’ni, İngiltere, İspanya, İtalya gibi ülkeler takip ederken, Avustralya, İsveç, Yeni Zelanda, Güney Kore ve Fransa’nın yarı yarıya katkı sağladığı görülmüştür. Ortalama atıf sayılarına göre incelendiğinde, İspanya’nın 28 ortalama atıf ile en yüksek etkiye sahip olduğu görülmektedir. Bu durum, İspanya kaynaklı yayınların az olmasına rağmen diğer ülkeler tarafından çok alıntılandığını göstermektedir. 28 gözlem birimi üzerinde, bir ülkenin en az 1 eser yayınlaması ve en az 1 atıf alması kriteri belirlenerek, yayınların orijin ülkelerine ait atıflarına ilişkin ağ haritasıyla ilişkileri analiz edilmiştir (Şekil 2)



Şekil 2. Ülkelere Göre Atıf Analizi

VOSviewer tarafından oluşturulan atıf ağı haritası, ülkeler arasında farklı yoğunluklarda iş birlikleri olduğunu göstermektedir. Şekil.2 ‘de atıf ağı haritasındaki 3 farklı renk gruplamasında 7 kümeye ayrılarak, ülkeler arasındaki yakınlığı ve bilimsel ilişkileri temsil edilmiştir. Ülkelerin birbirleri ile yakın ilişkileri kümelendikleri renklerle görülmektedir. Mavi grupta Hollanda ve ABD gibi ülkeler yer alarak Batı akademik merkezleri arasındaki yoğun atıf ilişkilendirmesini göstermektedir. Yeşil grupta Çin ve Sırbistan gibi ülkeler, Asya ve Orta Avrupa arasındaki iş birliklerini sergilemektedir. Kırmızı grupta ise

Güney Kore, Fransa ve İngiltere'nin yer alması, Avrupa ve Asya arasındaki akademik bağlantıları ortaya koymaktadır. Türkiye'de ise bu alanda çalışma yapılmadığı görülmüştür.

4.6 Üniversitelerin Atıf Analizine Yönelik Bulgular

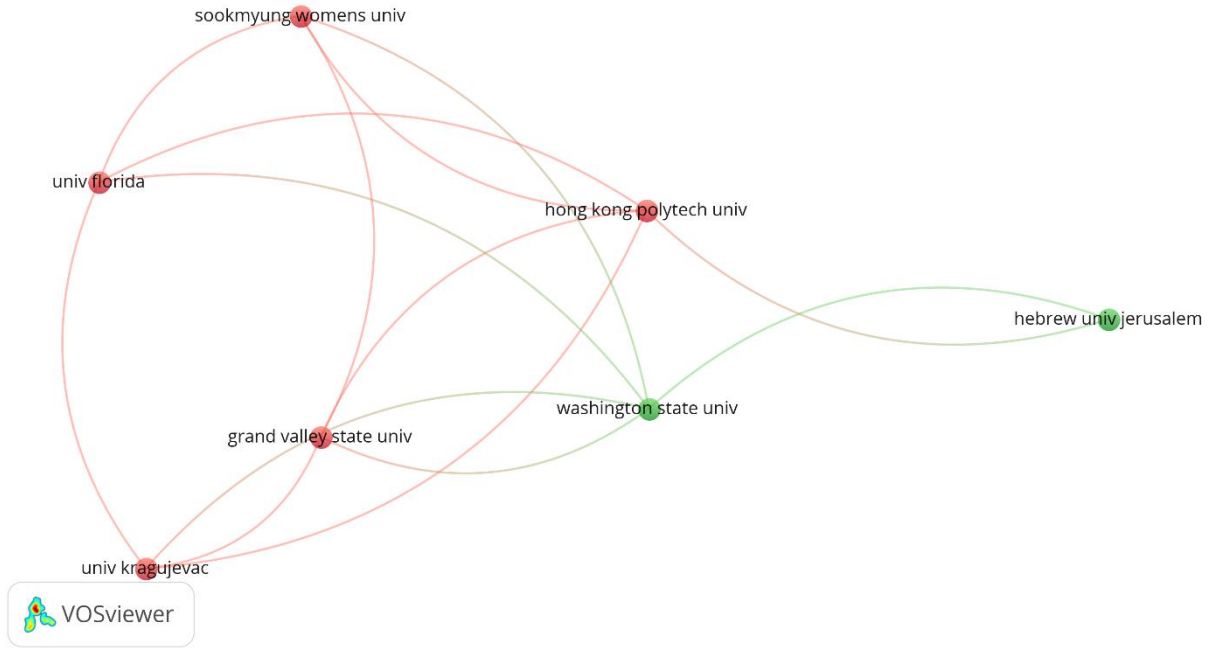
Eğlence Turizmi kavramı üzerine yapılan yayınların üniversitelere göre atıf sayıları Tablo 4'de verilmiştir.

Tablo 4. Çalışma Katkı Sağlayan Üniversitelerin Atıf Sayıları

Üniversiteler	Atıf Sayısı
Grand Valley Üniversitesi	51
Florida Üniversitesi	51
Hebrew Jerusalem Üniversitesi	40
Surrey Üniversitesi	31
Hankuk Yabancı Araştırmalar Üniversitesi	25
Hong Kong PolyTech Üniversitesi	24
Washington State Üniversitesi	24
Coll Charleston Üniversitesi	24
Kaplan Üniversitesi	23
Katolik Eichstatt Ingolstadt Üniversitesi	22
Free Bozen Bolzano Üniversitesi	22
Udine Üniversitesi	22

Tablo 4.'de görüldüğü üzere analiz sonuçlarına göre, en fazla atıf alan üniversiteler Grand Valley Üniversitesi (51) ve Florida Üniversitesi (51) olmuştur. Bunları sırasıyla Hebrew Jerusalem Üniversitesi (40), Surrey Üniversitesi (31), Hankuk Yabancı Araştırmalar Üniversitesi (25), Hong Kong PolyTech Üniversitesi (24), Washington State Üniversitesi (24), Coll Charleston Üniversitesi (24), Kaplan Üniversitesi (23), Katolik Eichstatt Ingolstadt Üniversitesi (22), Free Bozen Bolzano Üniversitesi (22) ve Udine Üniversitesi (22) takip etmektedir.

Yayınların üniversiteler arasındaki atıflara ilişkin ağ haritasını açıklamak için, en az 1 eserin yayınlaması ve en az 1 atfın alması kriterleri üzerinden 63 gözlem birimi üzerindeki ilişkiler analiz edilerek Şekil 3'de verilmiştir. Atıf ağı haritasındaki 2 farklı renk gruplamasında 7 kümeye ayrılarak, üniversiteler arasındaki yakınlığı ve bilimsel ilişkileri temsil edilmiştir.



Şekil 3. Üniversitelere Göre Atıf Dağılımı

4.7 Anahtar Sözcük Analizine Yönelik Bulgular

Eğlence Turizmi kavramı üzerine yapılan yayınlarda kullanılan 10 anahtar sözcüğün frekansı ve toplam bağlantı gücü Tablo 5.'te gösterilmiştir.

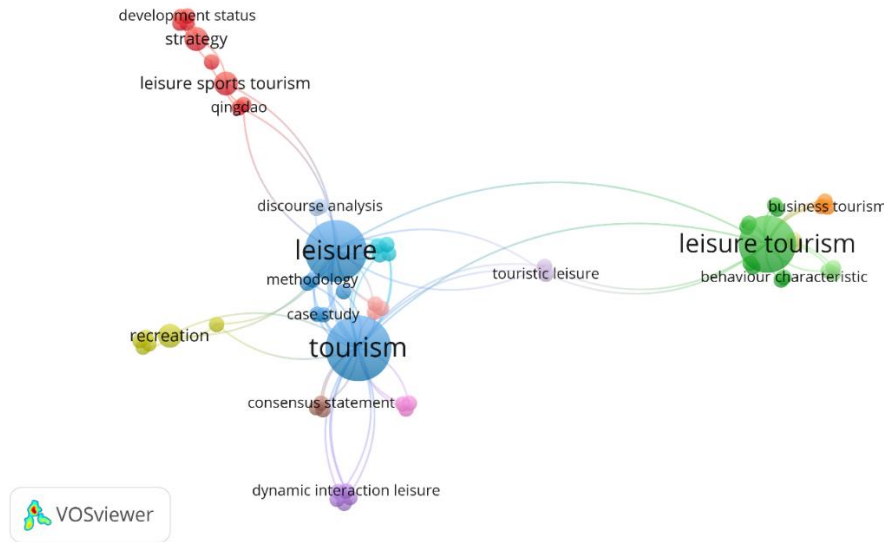
Tablo 5. Eğlence Turizmi Konusunda Anahtar Sözcükler

Sözcükler	Frekans	Bağlantı Kuvveti
Tourism → Turizm	10	35
Leisure → Eğlence / Serbest zaman	9	29
Leisure tourism → Eğlence / Serbest zaman turizmi	8	20
Rural tourism → Kırsal turizm	3	6
Development → Gelişim / Kalkınma	2	4
Leisure agriculture → Eğlence tarımı / Hobi tarımı	2	4
Leisure sports tourism → Eğlence spor turizmi / Serbest zaman spor turizmi	2	5

Leisure-tourism connection → Eğlence turizm bağlantısı	2	8
Recreation → Rekreasyon / Eğlence ve dinlenme faaliyetleri	2	7
Serious leisure → Ciddi boş zaman / Profesyonelleşmiş boş zaman etkinlikleri	2	5

Belirli bir araştırma alanında, önemli ve güncel konuları belirlemeye yardımcı olmak amacıyla, bir yayının temel içeriğini yansıtan isimler veya terimler olan anahtar sözcükler kullanılmaktadır. Bu bağlamda, anahtar sözcük analizi, eğlence turizmi ile ilgili yayınlardaki önemli konular belirlenebilmektedir. Tablo 5. incelendiğinde, kullanılan anahtar sözcüklerin ve diğer anahtar sözcükler ile bağlantı gücü en yüksek olan kelime "tourism"(turizm) 532 çalışma içerisinde 10 tekrarda, 35 bağlantı gücü ile en fazla kullanılan anahtar sözcük olmuştur. Bunu "leisure" (eğlence) 9 tekrar ile 29 bağlantı gücü, "leisure tourism" (eğlence turizmi) 8 tekrar ile 20 bağlantı gücü, "leisure-tourism connection" (eğlence turizmi bağlantıları) 2 tekrar ile 8 bağlantı gücü, "recreation" (rekreasyon) 2 tekrar ile 7 bağlantı gücü ve 2 tekrar ile 7 bağlantı gücü ile "serious leisure (Profesyonelleşmiş boş zaman etkinlikleri) takip etmektedir.

Anahtar sözcüğün en az 1 kez kullanılması koşuluyla, 160 gözlem birim üzerindeki toplam bağlantı kuvvetlerinin hangi seviyede olduğu analiz edilmiştir. Minimum 1 kere gözlemlenen anahtar sözcüklerin bağ analizinde, 14 farklı renk, 61 küme ve 622 toplamdaki bağlantı kuvveti saptanmıştır (Şekil 4.)

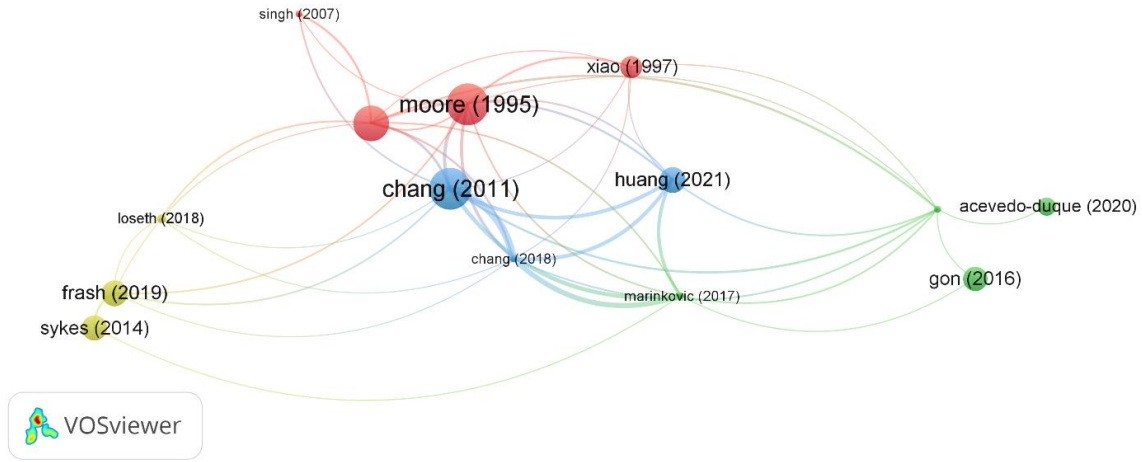


Şekil 4. En Sık Kullanılan Anahtar Sözcük Bağları

4.8 Makalelerin Bibliyografik Eşleşme Analizine Yönelik Bulgular

İki yayın tarafından paylaşılan kaynakça sayısını kullanılarak, yayınların aralarındaki benzerlik, bibliyografik eşleşme analizi ile açıklanmaktadır. Aralarında bağlantı bulunan 50 birim yayının analiz

edilmesi için, en az 1 atıf almış olma kriteri belirlenerek, Şekil 5'de görüldüğü üzere 4 farklı renkte temsil edilen 14 kümeye, 27 bağlantı ve 266 toplam bağlantı gücüne ulaşılmıştır.



Şekil 5. Makalelerin Bibliyografik Eşleşme Analizi

Chang (2011) tarafından 51 alıntı, Moore (1995) tarafından 50 alıntı ve Cohen (2010) tarafından 40 alıntı, en fazla bibliyografik eşleşme görülen yayınlardır. Toplam bağlantı gücünün en yüksek olduğu eserler ise Chang (2011), Chang (2018) ve Marinkovic (2017) olarak belirlenmiştir.

5. SONUÇ VE ÖNERİLER

Bu araştırma, eğlence turizmi alanında bibliyometrik analiz yönteminin uygulanmasıyla elde edilen sonuçları derinlemesine incelemeyi amaçlamıştır. Analiz, 2014-2024 yılları arasında Web of Science veri tabanında yayımlanan 532 akademik çalışmayı kapsamaktadır. Elde edilen bulgular, eğitim yönetimi ve eğitim teknolojileri üzerine yapılan araştırmaların sayısında dikkate değer bir artış yaşandığını ortaya koymaktadır.

Bibliyometrik analizler, çok yazarlı ve uluslararası işbirliği olan yayınların daha fazla atıf aldığını göstermektedir. Türkiye'nin eğlence turizmi potansiyelinin oldukça yüksek olmasına rağmen, bu potansiyelin bilimsel çalışmalara yansımadağı tespit edilmiştir. Bu nedenle, yurt dışındaki akademisyenlerle ortak projeler geliştirilmesi ve birlikte yayınlar yapılması Türk akademisyenlere önerilmektedir.

Araştırmada, anahtar sözcük analizinde, eğlence turizmi alanında en sık kullanılan sözcükler "tourism" (turizm), "leisure" (eğlence) ve "leisure tourism" (eğlence turizmi) olduğunu göstermektedir ki, bu sözcükler, alandaki araştırma odaklarını ve eğilimlerini de yansıtmaktadır. Bibliyografik eşleşme analizi ise eğlence turizmi alanında öne çıkan çalışmaların ve bu çalışmalar arasındaki bağlantıların belirlenmesine yardımcı olmuştur. Bu nedenle, yeni araştırma alanı olan teknoloji ve sürdürülebilirlik gibi konulu çalışmalara bu bağlantılar entegre edilirse, eğlence turizminin gelişiminde büyük adımlar atılabilir. Bu çalışmada elde edilen bulgular, eğlence turizminin küresel akademik literatürde giderek artan bir ilgiyle ele alındığını göstermektedir. Özellikle ABD, İngiltere, Çin ve Güney Kore gibi ülkelerin bu alanda yüksek sayıda yayın ve atıfla öne çıkması, eğlence turizminin yalnızca sosyo-kültürel değil,

aynı zamanda ekonomik ve teknolojik bağlamlarda da incelendiğini ortaya koymaktadır. Bu bağlamda, bibliyometrik analizle ulaşılan veriler; literatürdeki yoğunlaşma alanlarını, anahtar sözcüklerdeki odak kaymalarını ve iş birliklerinin coğrafi dağılımını görünür kılmıştır.

Araştırmada öne çıkan bir diğer husus, eğlence turizmine ilişkin en çok atıf alan yayınların büyük ölçüde sürdürülebilirlik, kurumsal sosyal sorumluluk ve teknoloji temelli çalışmalar olmasıdır. Bu durum, eğlence turizminin salt eğlenmeye yönelik bir alan olmaktan çıkarak, çok disiplinli ve stratejik bir perspektifle ele alınmaya başlandığını göstermektedir. Araştırmanın bir diğer bulgusu, genç bireylerin eğlence turizmine daha yüksek düzeyde ilgi göstermesi ve bu tür etkinliklere katılımda daha istekli olmalarıdır. Bu durum, Z kuşağının yaşam tarzı tercihleri ve dijital kültürle olan etkileşimiyle açıklanabilir. Cohen ve Roberts (2017), bu yaş grubunun deneyim odaklı tüketime yöneldiğini ve turizmi yalnızca bir seyahat biçimi değil, aynı zamanda kişisel kimlik inşası aracı olarak gördüğünü belirtmiştir. Bu bağlamda eğlence turizmi, gençler için sadece eğlence değil, aynı zamanda sosyalleşme ve kendini ifade etme fırsatıdır. Örneğin; kısa video paylaşım uygulamaları, artırılmış gerçeklik ve tema parklarında deneyim tasarımı gibi konular, özellikle genç kuşakların turizm deneyiminde teknolojik bağlamanın önemini artırdığını göstermektedir.

Ayrıca çalışmada Türkiye'ye ilişkin akademik katkının oldukça sınırlı kalması, bu alandaki potansiyelin yeterince değerlendirilemediğini düşündürmektedir. Türkiye gibi gastronomi festivalleri, müzik etkinlikleri, kültürel şenlikler ve eğlence parkları açısından zengin bir ülkenin, eğlence turizmi literatüründe geri planda kalması, araştırmacılar ve politika yapıcılar için önemli bir eksikliklerdir. Bu eksikliğin giderilmesi için disiplinlerarası çalışmalara odaklanılması, üniversiteler arası iş birliklerinin artırılması ve akademik yayınların uluslararası indekslerde yayımlanması önem arz etmektedir.

Eğlence turizmi sadece akademik çevreyle sınırlı olmayıp, politika yapıcılar ve sektör temsilcileri açısından da dikkate alınması önerilir. Dijitalleşme, sürdürülebilirlik ve yerel halkın katılımı gibi konulara gelecekteki çalışmalarda odaklanılması, eğlence turizminin gelişimine katkı sağlayacağı düşünülebilir. Eğlence Turizmi, Sanal gerçeklik (VR), artırılmış gerçeklik (AR) ve dijital platformlar gibi yeni eğilimlere odaklanılması önerilir.

Araştırma bulgularına göre; en çok atıf alan yayınların çoğunluğunun BKCI-SSH (Book Citation Index – Social Sciences & Humanities) indeksli indeksli dergilerde yayımlandığı görülmüştür. Bu nedenle, araştırma çıktılarının daha fazla görünürlük ve etki yaratması için SSCI (Social Sciences Citation Index), AHCI (Arts & Humanities Citation Index) veya Scopus kapsamındaki dergilerde yayınlanmaları hedeflenmelidir.

Sonuç olarak, bu araştırma eğlence turizminin ekonomik faydalarının ötesine geçen etkilerini anlamak açısından literatüre önemli katkılar sunmaktadır. Elde edilen bulgular, politika yapıcılar, yerel yönetimlerin ve turizm planlamacılarının sürdürülebilir ve kapsayıcı stratejiler geliştirmesi açısından da yol gösterici niteliktedir.

KAYNAKÇA

- Ahmed, Y., ve Helhel, Y. (2022). İklim değişikliği ve turizm ilişkisi: Olası uyum ve çözüm önerileri. *Journal of tourism research institute*, 3(2), 101-122.
- Akın, A. (2018). Turist Rehberlerinin Mesleki Örgütlenmelerinin Değerlendirilmesi, Güncel Turizm Araştırmaları, IKSAD Publications
- Besculides, A., Lee, M. E. ve McCormick, P.J. (2002). Residents' Perceptions of the Cultural Benefits of Tourism. *Annals of Tourism Research*, 29(2), 303-319.
- Buhalis, D., ve Law, R. (2008). Progress in information technology and tourism management: 20 years on and 10 years after the Internet—The state of eTourism research. *Tourism Management*, 29(4), 609-623.
- Butler, R. W. (1980). The concept of a tourist area cycle of evolution: Implications for management of resources. *Canadian Geographer*, 24(1), 5-12.
- Cohen, E., ve Cohen, S. A. (2012). Current sociological theories and issues in tourism. *Annals of Tourism Research*, 39(4), 2177-2202. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2012.07.009>
- Cohen, S.A. ve ,Roberts,L.(2017). Tourism: The key concepts. Routledge.
- Butler, R. W. (1980). The concept of a tourist area cycle of evolution: Implications for management of resources. *Canadian Geographer*, 24(1), 5-12
- Crompton, J. L. (1979). Motivations for pleasure vacation. *Annals of Tourism Research*, 6(4), 408-424.
- Dann, G. M. S. (1977). Anomie, ego-enhancement and tourism. *Annals of Tourism Research*, 4(4), 184-194.
- Doxey, G. V. (1975). A causation theory of visitor-resident irritants: Methodology and research inferences. *Travel and Tourism Research Association Sixth Annual Conference Proceedings*, 195-198.
- Du, X., Liechty, T., Santos, C., ve Park, J. (2022). I want to record and share my wonderful journey: Chinese millennials' production and sharing of short-form travel videos on TikTok or Douyin. *Current Issues In Tourism*
- Florida, R. (2002). The rise of the creative class: And how it's transforming work, leisure, community and everyday life. Basic Books
- Getz, D. (2008). Event tourism: Definition, evolution, and research. *Tourism Management*, 29(3), 403-428. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2007.07.017>
- Getz, D. (2010). The nature and scope of festival studies. *International Journal of Event Management Research*, 5(1), 1-47
- Gossling, S., Arana, J., ve Teresa Aguiar-Quintana, T. (2019). Towel reuse in hotels: Importance of normative appeal designs. *Tourism Management* . 70, 273-283. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2018.08.027>
- Gursoy, D., Yolal, M., Ribeiro, M., ve Netto, A. (2017). Impact of trust on local residents' mega-event perceptions and their support. *Journal Of Travel Research*.
- Holloway, J. C., ve Humphreys, C. (2016). *The business of tourism*. Pearson Education.
- Houge Mackenzie, S., ve Hodge, K. (2020). Adventure recreation and subjective well-being: A conceptual framework. *Annals Of Leisure Research*.
- Hosany, S., ve Gilbert, D. (2010). Measuring tourists' emotional experiences toward destination attributes. *Journal of Travel Research*, 49(4), 513-523.
- Hudson, S., ve Ritchie, J. R. B. (2009). Branding a memorable destination experience: The case of 'Brand Canada'. *International Journal of Tourism Research*, 11(2), 217-228

- Kaplan, A. M., ve Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. *Business Horizons*, 53(1), 59–68. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2009.09.003>
- Klenosky, D. B. (2002). The "pull" of tourism destinations: A means-end investigation. *Journal of Travel Research*, 40(4), 385-395.
- Kim, Y. J. ve Kang, S.W. (2021). Perceived crowding and risk perception according to leisure activity type during COVID-19 using spatial proximity. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 18(2), 457. <https://doi.org/10.3390/ijerph18020457>
- Kim, H., Rhou, Y., Uysal, M., ve Kwon, N. (2017). An examination of the links between corporate social responsibility (CSR) and its internal consequences. *International Journal Of Hospitality Management*,
- Kim, H., Woo, E., Uysal, M., ve Kwon, N. (2018). The effects of corporate social responsibility (CSR) on employee well-being in the hospitality industry. *International Journal Of Contemporary Hospitality Management*.
- Mair, J. ve Laing, J. H. (2012). The greening of music festivals: Motivations, barriers and outcomes. *Journal of Sustainable Tourism*. 20 (5), 683-700. <https://doi.org/10.1080/09669582.2011.636819>
- Manolika, M., Baltzis, A. ve Tsigilis, N. (2015). Measuring Motives for Cultural Consumption: A Review of Literature. *American Journal of Applied Psychology*, 3(1), 1-5.
- Mermet, A. C. (2017). Airbnb and tourism gentrification: critical insights from the exploratory analysis of the 'Airbnb syndrome' in Reykjavik. In *Tourism and gentrification in contemporary metropolises* (pp. 52-74). Routledge.
- Mutu, O. (2022). Covid-19 Salgını Sonrası Turizm İşletmelerinin Gastronomi Turizmi Etkinliklerine Katılma Niyeti: Silivri İlçesi Örneği (Master's thesis, Necmettin Erbakan University (Turkey)).
- Neuhofer, B., Buhalis, D., ve Ladkin, A. (2014). A typology of technology-enhanced tourism experiences. *International Journal of Tourism Research*. 16 (4), 340-350. <https://doi.org/10.1002/jtr.1958>
- Oh, H. C., Uysal, M., ve Weaver, P. A. (1995). Product bundles and market segments based on travel motivations: A canonical correlation approach. *International Journal of Hospitality Management*, 14(2), 123-137.
- Oliver, R. L. (1999). Whence consumer loyalty? *Journal of Marketing*, 63(Special Issue), 33-44.
- Öztürk, S., ve Işınkaralar, Ö. (2019). Eğlence Parklarında Ziyaretçi Memnuniyet Düzeyinin Belirlenmesi: Wonderland Eurasia Tema Parkı Örneği. *Yüzüncü Yıl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 2019(3. Uluslararası Batı Asya Turizm Araştırmaları Kongresi Special Issue), 31-52.
- Page, J. S., ve Connell, J. (2006). *A modern synthesis*. London: Thomson Learning.
- Richards, G. (2011). Creativity and tourism: The state of the art. *Annals of tourism research*, 38(4), 1225-1253.
- Richard, G. (2018). Cultural tourism: A review of recent research and trends. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 36, 12–21. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2018.03.002>
- Richards, G., ve Palmer, R. (2010). *Eventful cities: Cultural management and urban revitalisation*. Butterworth-Heinemann
- Skavronskaya, L., Scott, N., Moyle, B., Le, D., Hadinejad, A., Zhang, R., ... ve Shakeela, A. (2017). Cognitive psychology and tourism research: state of the art. *Tourism Review*, 72(2), 221-237.
- Uysal, M., Li, X., ve Sirakaya-Turk, E. (2008). Push-pull dynamics in travel decisions. *Journal of Travel Research*, 47(4), 464-476.
- TÜİK (Türkiye İstatistik Kurumu). (2024). Turizm istatistikleri: 2024 yılı ilk çeyrek verileri. <https://www.tuik.gov.tr>

- Wang, X., Sun, J., ve Wen, H. (2019). Tourism seasonality, online user rating and hotel price: A quantitative approach based on the hedonic price model. *International Journal of Hospitality Management*, 79, 140-147.
- Weng, L., Huang, Z., ve Bao, J. (2021). A model of tourism advertising effects. *Tourism Management*, 85, 104278.
- Van Eck, N.J., Waltman, L., Dekker, R., ve Van Den Berg, J. (2010), A comparison of two techniques for bibliometric mapping: multidimensional scaling and VOS, *Journal of the American Society for Information Science and Technology*, Vol. 61 No. 12, pp. 2405-2416, doi: 10.1002/asi.21421
- Yıldırım, O., Karaca, O.B. ve Çakıcı, A.C. (2016). Yerel Halkın ‘Adana-Uluslararası Portakal Çiçeği Karnavalı’na Yönelik Algı ve Memnuniyetleri Üzerine Bir Araştırma. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 13(2), 50-68.
- Yoon, Y., ve Uysal, M. (2005). An examination of the effects of motivation and satisfaction on destination loyalty: A structural model. *Tourism Management*, 26(1), 45-56.
- Zhang, X., Chen, H., Wang, W., ve Ordonez De Pablos, P. (2016), “What is The Role of IT in Innovation? A Bibliometric Analysis Of Research Development in IT Innovation”, *Behaviour & Information Technology*, 35(12), ss. 1130-1143.
- Zhao, Z., Yuan, Z., Zhao, S., ve Yang, X. (2024). Impact of COVID-19 on the quantity of visitation to leisure tourism facilities in China: cases of Beijing, Shanghai, and Qingdao. *Leisure Studies*, 43(1), 134-152.

Etik, Beyan ve Açıklamalar

1. Etik Kurul izni ile ilgili;

☒ Bu çalışmanın yazar/yazarları, Etik Kurul İznine gerek olmadığını beyan etmektedir.

☐ Bu çalışmanın yazar/yazarları, Üniversitesi Etik Kurulu’nun tarih sayı ve karar..... ile etik kurul izin belgesi almış olduklarını beyan etmektedir.

2. Bu çalışmanın yazar/yazarları, araştırma ve yayın etiği ilkelerine uyduklarını kabul etmektedir.

3. Bu çalışmanın yazar/yazarları kullanmış oldukları resim, şekil, fotoğraf ve benzeri belgelerin kullanımında tüm sorumlulukları kabul etmektedir.

4. Bu çalışmanın benzerlik raporu bulunmaktadır.