

Dijital Turizm Konulu Lisansüstü Tezlerin Bibliyometrik Analizi

Bibliometric Analysis of Postgraduate Theses on Digital Tourism

Oğuz ÇAM^a

^a Yüksek Lisans Mezunu, Kastamonu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği ABD., İnanç Turizmi Bölümü, Kastamonu, Türkiye.

Özet

Turizm çok sayıda alt dala sahip olmakta ve bu alt dallardan birini dijital turizm oluşturmaktadır. Dijital turizm genel olarak turizm kapsamında büyük bir potansiyel ve öneme sahiptir. Gün geçtikçe turistik anlamda potansiyel ve önemini artıran dijital turizm sayesinde turizm sektörü çalışanları ve turistler turistik ürün ve hizmetlerin satılması ve alınması konusunda kolaylık yakalamaktadırlar. Bilgi ve iletişim teknolojilerinde yaşanan gelişimler aynı zamanda dijital turizmin de gelişimi üzerinde etkilidir. Bu noktadan hareket ederek dijital turizm konusuna değinmek yerinde bir karardır. Bu çalışmada dijital turizm konulu lisansüstü tezlerin bibliyometrik analizi yapılmıştır. Çalışma kapsamında Ulusal Tez Merkezi'nde 'dijital turizm/digital tourism' anahtar kelimeleri taranmış ve 1923-2023 yılları arasında bulunan beş adet lisansüstü tezin bibliyometrik analizi 10.08.2023 tarihinde yapılmıştır. Bibliyometrik analiz kapsamında tezlerin yayın türü, yayın yılı, yazım dili, özet kelime sayısı, anahtar kelime sayısı, anahtar kelime ismi, hedef kitlesi, araştırma yöntemi, veri toplama tekniği, örneklem büyüklüğü, öneriler bilgisinin bulunması, toplam sayfa sayısı, yapıldığı üniversite, enstitü ve ana bilim dalı ile tez yazarlarının cinsiyeti ve onların danışmanlarının cinsiyeti ve ünvanı değerlendirilmiştir. Tezlerin tümünün türü yüksek lisans tezidir. Tezler en fazla 2020 yılında yazılmıştır. Tezlerin tümünün yazım dili Türkçedir. Tezlerin çoğunun özet kelime sayısı 101-200 kelime arasındadır. Tezlerin çoğunun anahtar kelime sayısı üçtür. Tezlerin çoğunun anahtar kelime ismi dijital turizmdir. Hedef kitle görülen tezlerde turistler, turizm sektörü çalışan ve yöneticileri ile otel yöneticileri hedef kitle olarak seçilmiştir. Tezlerde çoğunlukla nitel araştırma yöntemi kullanılmıştır. Tezlerde veri toplama tekniği olarak çoğunlukla mülakat ve literatür teknikleri değerlendirilmiştir. Örneklem görülen tezlerde örneklem büyüklüğü çoğunlukla 1-100 kişidir. Tezlerin tümünde öneriler bilgisi vardır. Tezler çoğunlukla 101-200 sayfa arasındadır. Tezlerin çoğu Akdeniz Üniversitesi çatısı altında yapılmıştır. Tezlerin tümü sosyal bilimler enstitüsü çatısı altında yapılmıştır. Tezlerin çoğu Turizm İşletmeciliği Ana Bilim Dalı çatısı yapılmıştır. Tez yazarlarının çoğu kadındır. Tez yazarlarının danışmanlarının çoğu erkektir. Tez yazarlarının danışmanlarının çoğu Doç. Dr. ünvanına sahiptir. Çalışmanın sonunda dijital turizmle ilgili çeşitli önerilere yer verilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Turizm, Dijital Turizm, Teknoloji, Bilgi ve İletişim Teknolojileri, Bibliyometrik Analiz

Abstract

Tourism has many sub-branches and one of these sub-branches is digital tourism. Digital tourism has a great potential and importance within the scope of tourism in general. Thanks to digital tourism, which increases its potential and importance in terms of tourism day by day, tourism sector employees and tourists find it easier to sell and buy touristic products and services. Developments in information and communication technologies are also effective on the development of digital tourism. From this point of view, it is appropriate to address the issue of digital tourism. In this study, a bibliometric analysis of postgraduate theses on digital tourism was conducted. Within the scope of the study, the keywords 'dijital turizm/digital tourism' were searched in the National Thesis Centre and bibliometric analysis of five postgraduate theses between 1923-2023 was carried out on 10.08.2023. Within the scope of the bibliometric analysis, the type of publication, year of publication, language of writing, number of abstract words, number of keywords, keyword name, target audience, research method, data collection technique, sample size, presence of recommendation information, total number of pages, university, institute and main branch of science, gender of thesis authors and gender and title of their supervisors were evaluated. The type of all theses is master's thesis. Most of the theses were written in 2020. The writing language of all theses is Turkish. The abstract word count of most of the theses is between 101-200 words. Most of the theses have three keywords. The keyword name of most of the theses is digital tourism. Tourists, tourism sector employees and managers, and hotel managers were selected as the target audience in the theses. Qualitative research method was mostly used in the theses. In the theses, mostly interview and literature techniques were used as data collection techniques. In the theses with a sample, the sample size is mostly 1-100 people. There are recommendations in all theses. Theses are mostly between 101-200 pages. Most of the theses were conducted under the roof of Akdeniz University. All of the theses were conducted under the roof of the Institute of Social Sciences. Most of the theses were conducted under the Department of Tourism Management. Most of the thesis authors are women. Most of the supervisors of the thesis authors are male. Most of the advisors of the thesis authors have the title of Assoc. Dr. At the end of the study, various suggestions about digital tourism are given.

Keywords: Tourism, Digital Tourism, Technology, Information and Communication Technologies, Bibliometric Analysis

Önerilen Atf:

Çam, O., (2024). Dijital Turizm Konulu Lisansüstü Tezlerin Bibliyometrik Analizi. *Journal of Academic Tourism Studies*, 5(1): 13-26.

Makale Bilgisi

Geliş Tarihi 30.11.2023
Kabul Tarihi 26.03.2024

Sayı Editörü

Sağbetullah MERİÇ

Sorumlu Yazar

Oğuz ÇAM
oguzcam911@gmail.com

1. GİRİŞ

Turizm, insanların sürekli olarak yaşamlarını devam ettirdikleri, geçimlerini temin ettikleri ve genel olarak ihtiyaçlarını karşıladıkları alanlar dışındaki yolculukları ve buralardaki alanlarda özellikle turizm işletmelerinin meydana getirdiği ürün ve hizmetleri talep ederek yaptıkları kısa süreli konaklamalarından meydana gelen durum ve ilişkilerin bütünüdür (Çam ve Çılgınoğlu, 2020; Kozak vd., 2010). Turizm kültürel değerlerin tanıtılması ve tanınmasında önemli bir rol oynamakta ve dünya üzerinde kayda değer bir ekonomik hareketlilik sağlamaktadır (Bilgin, 2018; Çam ve Avcı, 2023; Çam ve Çelik, 2022a; Çam ve Çılgınoğlu, 2021; Soykan, 1999; Sünnetçioğlu vd., 2012). Ülkeler turizmden daha çok gelir sağlamak için turistik arz ve taleplerine dikkat etmekte, turistik gelişimleri izlemekte, çeşitlilik gösteren turist profillerini incelemekte ve bununla ilgili çalışmalar üretmeye veya geliştirmeye çabalamaktadır (Çam ve Çelik, 2022b: 67).

İnsan odaklı bir yapıya sahip olan, fazla istihdam olanağı sağlayan ve önemli bir ekonomik canlılık oluşturan turizmin pek çok alt dalı vardır. Dijital turizm de bu alt dallardan biridir. Bilgi ve iletişim teknolojilerindeki değişim ve gelişimler dijital turizm türünü önemli kılmaktadır. Dijital turizm turistik etkinlik ve aktivitelerin planlanması, tanıtılması ile ürün ve hizmetlerin satış işlemlerinde önemli ölçüde kolaylık sağlamaktadır.

Bu noktadan hareket ederek dijital turizm konusu hedef alınarak bir araştırma girişiminde bulunulmuştur. Bu araştırmanın yapılmasının nedeni, dijital turizm konusuna odaklanan lisansüstü tezlerin bibliyometrik analizinin ne durumda olduğunun merak edilmesi ve gerçekleştirilmek istenmesidir. Söz konusu araştırmanın amacı, dijital turizm konulu lisansüstü tezlerin bibliyometrik analizini değerlendirmektir. Literatürde dijital turizm konulu lisansüstü tezlerin bibliyometrik analizi ile ilgili bilgilere rastlanmadığı için bu tür bir yazım girişimi içerisinde bulunulmuştur. Böylelikle turizm literatürü zenginleştirilmiştir. Bununla beraber ortaya konan bu araştırma özgün bir değere sahiptir. Bu değer de söz konusu araştırmanın turizm literatüründe önemli bir konuma sahip olmasına yardımcıdır.

Günümüzde dijital odaklı konular önemli bir hale gelmektedir. Söz konusu araştırma da bu yönden insanlar üzerinde merak ve ilgi oluşturabilecek önemli bir potansiyele sahiptir. Bu önemli potansiyelin gelecek zamanlarda artması beklenmektedir. Zira dijitalleşme konusunun turizmde önemli bir yeri bulunmaktadır. Turizm sektörü çalışanları ve turistler dijitalleşmenin ortaya koyduğu yenilik, değişim ve gelişimlerden faydalanmaktadırlar. Bu hal de dijital turizmin önemli bir turizm türü olduğunu ve buna yoğunlaşılması gerektiğini akıllara getirmektedir.

Araştırma konusuyla ilgili temel kavramlar aşağıdaki kavramsal çerçevede ele alınmıştır. Bu kavramsal çerçeve araştırmanın altyapısının oluşturulmasında ve geliştirilmesinde önemli bir husus olarak görülmüştür. Bundan dolayı kavramsal çerçevenin verilmesi parça-bütün ilişkisi, anlam ve anlatım yönlerinden söz konusu araştırmaya olumlu yönde etkiler sağlamıştır. Bu kavramsal çerçevede dijital turizm ve bibliyometrik analiz kavramlarına yoğunlaşmıştır.

2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Bu araştırmanın amaç ve kapsamına uygun olarak dijital turizm ve bibliyometrik analiz kavramlarını içeren bir kavramsal çerçeveye yer verilmiştir. Konuya ilişkin olarak; söz konusu kavramsal çerçeve bu araştırmanın daha iyi anlaşılması noktasında okuyucularına bir ön fikir sunmuştur.

2.1. Dijital Turizm

Turizm, insanları etkilemekte, toplumu ve ekonomiyi ilgilendiren sosyo-ekonomik etkinlikleri içermektedir. Bundan dolayı global çapta yaşanan gelişimler ülkelerin siyasi sınırlarından bağımsız olarak yerkürenin tümünü etkilemektedir. Endüstri 4.0'la yerküre yeni bir endüstri devriminin etkisine girmektedir. Bu endüstri devrimi birlikteliğinde yerküre nesnelere interneti, büyük veri, sanal gerçeklik, artırılmış gerçeklik, bulut bilişim, üç boyutlu yazıcılar gibi türlü bazı teknolojik

uygulamalar ile tanışmaktadır. Endüstri 4.0'la oluşan teknolojik gelişmeler sayesinde yeryüzünün tüm noktasında bulunan potansiyel turistlere bilgi iletimini basitçe temin etmek, ziyaret öncesinde sanal ortam içerisinde tecrübe olanağı sağlamak turizm paydaşlarının tümü için kayda değer miktarda katma değer meydana getirmektedir. Teknoloji kapsamında yaşanan gelişmelerin turizm sektöründe kalıcı ve doğrudan etkileri vardır. Bu zamana değin gerçekleşen ve gerçekleşmeyi sürdüren bilgi iletişim teknolojileri kapsamında yaşanan gelişmeler, turizmi gelişimlere uyum sağlayacak biçimde dönüştürmekte ve çok farklı alanlarda etki oluşturmaktadır (Buhalis ve Law, 2008; Guttentag, 2010: 637). Teknoloji ve bu teknolojiye ilişkin oluşan gelişimlerin turizmde yaygınlık kazanmasında kişilerin tecrübelerini paylaşmalarına olanak sağlayan dijital ortamlar olabildiğince etkilidir. Turizmde internet, sanal gerçeklik, bulut bilişim ve sosyal medya gibi internet temelli dijital teknoloji uygulamaları kişilerin beklenti, seçim, talep ve tecrübelerinin değişiminde rol üstlenmektedir (Aksoy ve Baş, 2020: 2544-2545; Sayın ve Karaman, 2019: 22).

Dijitalleşme durumunun bir sonucu olarak dijital turizm devrine geçiş yapılmaktadır. Potansiyel ve mevcut turistlerin tecrübelerini geliştirmek için dijital teknolojilerin turizmde değerlendirilmesine ilişkin olan dijital turizm, turizm ile ilgili bütün etkinliklerin öncesinde, o sırada ya da sonrasında turistlerin tecrübeleri için dijital teknoloji araçlarıyla sağlanan destektir (Benyon vd., 2013: 522). Akıllı telefonlara yüklenen mobil uygulamalar yardımıyla değerlendirilen mobil tur kılavuzunun kişilere en makul yolculuk planlamaları gerçekleştirmelerine katkı sağlaması için sunumu yapılan bir destek sistemi buna örnek olarak gösterilebilmektedir (Abowd vd., 1997: 421). Dijital olarak geliştirilen turizmde hedef, kişinin bilgi sağlama alanında ve tecrübe kalitesinde iyileştirme gerçekleştirmektir (Uriely, 2005: 212). Yenilikçi ve yeni teknoloji araçlarının geliştirilmesi ile beraber kişiler birbirleriyle bağlantı oluşturma süreçlerinde aktif katılımcılar durumuna gelmektedirler. Bundan dolayı turizmde dijital çözümlerin sunumunun yapılması ve değerlendirilmesi önemlidir. İnternet temelli yenilikçi teknoloji araçları kişilere erişme ve yolculuk planlama süreçlerine destek vermeye ilişkin türlü kanallar aracılığı ile hizmet vermektedir (Happ ve Ivancso Horvath, 2018: 15). Turizmde değerlendirilen yenilikçi teknoloji araçları, gerçek dünyada eş zamanlı olarak farkındalık oluşturarak kişilerin varış yeri seçeneklerini karşılaştırmaları ile ilgili doğru kararlar alabilmelerine olanak sağlayan ağ teknolojileri, donanım ve yazılımdan meydana gelmektedir (Aksoy ve Baş, 2020: 2545; Çelik ve Topsakal, 2019: 21).

Konuyla ilgili olarak; literatüre göz atıldığında dijital turizm ile ilgili çeşitli çalışmaların yapıldığını görmek mümkündür. Bu çalışmalardan bazıları şunlardır:

- Sayın ve Karaman'ın (2019) çalışmalarında turizm sektörü dijital turizm çerçevesinde bulut bilişim, artırılmış gerçeklik, sosyal medya, nesnelerin interneti, kripto paralar, büyük veri, robot teknolojiler, yapay zekayla ilişkilendirilmiştir (Özışık Yapıcı ve Yıldırım, 2021: 405).
- Eris'in (2021: 127) çalışmasında İzmir varış yerini ziyaret edecek turistlerin ve yöresel halkın hizmetine sunulan "*Visitİzmir Dijital Turizm Rehberi*" akıllı turizm mobil uygulamasının incelenmesi ve alanyazına katkı yapılması amaçlanmıştır (Eris, 2021: 127). Visitİzmir Dijital Turizm Rehberi, İzmir İlinin taşınabilen ve taşınamayan bütün turizm ve kültür varlıklarının tanıtım amacı ile kente gelen turistlere kişisel rehber olması için hazırlanmış olan bir mobil uygulamadır. Söz konusu uygulama ücretsiz indirilebilmektedir. Ayrıca bu uygulamanın Türkçe ve İngilizce olmak üzere iki dil seçeneği vardır (Eris, 2021: 131).
- Iorio ve diğerleri (2020) çalışmalarında turizm sektöründeki seyirciler ve aktörler tarafından türlü standart ve standart dışı bilgilerin işlenebileceği kavramsal bir Dijital Turizm Sistemi (DTS) modelinin tanıtımını yapmayı amaç edinmişlerdir. İlgili yazarlar bu modelle pazar analizi, araştırma ve yenilikçilik, iş gücü piyasası, hedef yönetimi olmak üzere dört farklı ilgi alanına sağlanan bilgilerle Bilgi Keşif Piramidi'nin meydana getirilebileceğini ifade etmişlerdir (Bali, 2021: 65).

2.2. Bibliyometrik Analiz

Bibliyometri, temelinde saymaya dayanan bir inceleme alanıdır (Al ve Coştur, 2007). Bir diğer ifadeyle bibliyometri, yayımlanmış kitap, makale ve dergi gibi bilimsel bilgi paylaşma araçlarının istatistiki ve matematiksel metotlarla incelenmesidir (Diodato, 1994; Evren ve Kozak, 2012; Pritchard, 1969; Yılmaz, 2017: 66). Bibliyometrik analiz de yayınların veya yazar sayısı, yayın bilgisi, yayımlandığı dergi, konu gibi belli hususlarının niceliksel olarak analizinin yapılmasıdır (Al ve Tonta, 2004; Ulu ve Akdağ, 2015; Yalçın, 2010; Yılmaz, 2017: 66).

Hâlihazırda bilgi teknolojilerinde yaşanan gelişimler bilgiye ucuz ve basit bir biçimde erişilemeyi mümkün hale getirmekte, erişilebilir bilgi oranını artırmaktadır. Bu noktada elde edilen bilgilerin ayıklanması, kaynak güvenliği ve güncelliğinin sağlanması ile bunların yararsız birer veri yığını olarak kalmasının önüne geçilmesi olabildiğince önem teşkil etmektedir. Bundan dolayı veri ile yığınsal olarak çalışmaktansa verileri tasnif etmek, onları daha iyi analiz etme ve gereksinim duyulan doğru, yeterli ve güvenilir bilgiye erişme olanağı sağlamaktadır. Bu amaç ile değerlendirilebilecek metotlardan biri bibliyometrik analizdir (Üsdiken ve Pasadeos, 1993; Zeren ve Kaya, 2020: 37).

Bibliyometrik çalışmalar, bir disiplinle ilgili literatürdeki çalışmaların mevcut durum, yönelim ve gelişimini gözler önüne sermekte; yayınların veya belgelerin belli hususlarının analiz edilmesi ve bilimsel iletişimle ilgili türlü bulguların sağlanması temeline dayanmaktadır (Al ve Coştur, 2007; Üsdiken ve Pasadeos, 1993; Yılmaz, 2017; Zeren ve Kaya, 2020).

Konuyla ilgili olarak; literatüre göz atıldığında dijital turizm ile ilgili çeşitli bibliyometrik çalışmaların yapıldığını görmek mümkündür. Bu çalışmaların verilmesi araştırması kapsamında önem taşımaktadır. Söz konusu çalışmalardan bazıları aşağıda ifade edilmektedir:

- Dijital turizmle ilgili bibliyometrik çalışmalardan biri Şenerol (2021) tarafından yapılmıştır. Dijital pazarlamanın turizm pazarlamasının bünyesini farklılaştırdığı gözle görülür bir değişim yaşanmaktadır. Hâlihazırda birden fazla araştırmacı bu konuya rağbet göstermektedir. Bundan dolayı dijital turizm pazarlaması hususunun alanyazındaki konumunun kapsamlı bir biçimde gözden geçirilmesi önemlidir. Bunu yapmak için ilk olarak, yazarların konu ile ilgili gerçekleştirdikleri çalışmalar saptanıp incelenmiştir. Sonrasında konu ile ilgili yapılacak araştırmalara kılavuzluk edebilecek bilgiler sunulması amaç edinilmiştir. Bu doğrultuda söz konusu çalışmada kapsamlı olarak bibliyometrik yönden dijital turizm pazarlaması hususu araştırılmıştır. Bu araştırma dijital turizm pazarlamasına ilişkin akademik verilerin sağlanması ve bibliyometrik analizinin yapılması olmak üzere iki temel kısımdan meydana gelmiştir. Araştırma konuya ilişkin yayınların içeriklerine odaklandığından nitel bir araştırma olma özelliğine sahiptir. Dijital turizm ile ilgili olduğu düşünülen temel kavramlar üzerine Scopus veri tabanı üzerinde araştırılmıştır. Söz konusu araştırmada dijital turizm pazarlaması ile ilgili bibliyometrik analiz yapmak amacıyla R Kütüphanesi'nde bulunan Biblioshiny Paketi değerlendirilmiştir. Araştırma kapsamında 651 tane kaynak veri olarak kullanılmıştır. Sonuç olarak; dijital turizm pazarlaması konusuna araştırmacıların ilgisinin 2000 senesinden sonra başladığı, son üç yılda ise dijital turizm pazarlaması konusuna odaklanan yayınların sayısının artış göstermeyi sürdürdüğü öne sürülmüştür. 2021 senesinde yaşanan bir miktar azalmanın nedeni ise 2021 senesine ait olan son dört aylık verilerin araştırmada bulunması olarak görülmüştür. Araştırmacıların dijital turizm pazarlaması konusuna olan rağbetlerinin artan şekilde gelecekte de devam edeceği tahmin edilmiştir. 2008 senesinde ortaya konan araştırmalar en fazla atıf alındığından bu sene içerisinde yayımlanan yayınların dijital turizm pazarlaması konusunun temelini meydana getirdiği düşünülmüştür. Yayınların hem bilişim hem de turizm dergilerinde yayımlandığı öne sürülmüştür. "Turizm Management" isimli derginin en fazla atıf aldığına vurgu yapılmıştır. Ayrıca ABD'li ve Çinli yazarların en fazla yayın yaptıkları ve bu yazarların kendi aralarında da iş birliği gerçekleştirdikleri görülmüştür (Şenerol, 2021: 249-259).

- Dijital turizmle ilgili bibliyometrik çalışmalardan bir diğeri Kalia ve diğeri (2022) tarafından yapılmıştır. Dijital teknolojiler turizm endüstrisini kökten uca değiştirmiş ve turizm paydaşlarının da önemli ölçüde ilgilerini çekmiştir. Günümüzde dijital turizmin türlü yönlerini ele alan kapsamlı fakat parçalı araştırmalar vardır. Lakin mevcut araştırmaların birleştirilmiş büyük görüntüsü eksik olarak görülmüştür. Bu doğrultuda dijital turizme ilişkin 827 makalenin bibliyometrik analizi gerçekleştirilerek bu boşluk ortadan kaldırılmaya çalışılmıştır. Araştırmada akıllı varış yerleri yönetiminin, bir pazarlama ve iletişim aracı olarak internetin, sürdürülebilirlik ve teknolojinin, tüketici davranışlarının dijital turizmde meydana gelen araştırma alanları olduğu göz önüne serilmiştir (Kalia vd., 2022: 1).
- Dijital turizmle ilgili bibliyometrik çalışmalardan bir diğeri Roziqin ve diğeri (2023) tarafından yapılmıştır. Çalışmada dijital turizm hususlarının gelişimi bibliyometrik analiz yaklaşımıyla değerlendirilmesi amaçlanmıştır. Bibliyometrik analiz gerçekleştirmek amacıyla Scopus veri tabanı üzerinde bulunan ve 2001-2021 seneleri arasında yayımlanan toplam 102 dijital turizm araştırma yayını VOSviewer uygulaması değerlendirilerek analiz edilmiştir. Elde edilen bulgular sayesinde en fazla atıf verilen dijital turizm yayınları, türlü yazarların, kurumların, ülkelerin dijital turizme katkısı, ortak atıf analizi, bibliyografik eşleştirme ve dijital turizmin temel eğilimleri açıklanmıştır (Roziqin vd., 2023: 28).
- Dijital turizmle ilgili bibliyometrik çalışmalardan bir diğeri Li ve diğeri (2024) tarafından yapılmıştır. Çalışmada dijital turizmin mevcut bilimsel yapısının bütüncül bir incelemesini göz önüne sermek için bibliyometrik analiz değerlendirilerek 2002 yılından 2023 yılına kadar dijital turizmle ilgili türlü mevcut literatürü incelemek ve gelecekteki araştırma gündemini saptamak amaçlanmıştır. Çalışma kapsamında Web of Science Core Collection (WOSCC) veri tabanından elde edilen 646 SSCI makalesinin detaylı araştırması CiteSpace aracılığı ile analiz edilmiştir. Çalışmanın bulguları, gelişmiş ülkelerin ortak yazarlık ağının merkezinde bulunduğunu fakat Çin'in temsil ettiği gelişmekte olan ülkelerin önemli araştırma bulgularına gitgide daha çok katkı yaptığını göstermiştir. Dijital turizmin kavramsal yapısının temel olarak keşif (2002-2006) ve hızlandırmadan (2007-2014) çeşitlendirmeye (2015-2023) doğru evrildiği öne sürülmüş, dijital turizmin son odak noktası da tüketici merkezli değer oluşturma ve potansiyel teknolojik riskler olarak görülmüştür. Çalışma kapsamında üç temel tematik grup belirlenmiştir. Bunlar; tüketici değeri oluşturma, hedef dijital yönetimi, teknolojik yenilik ve uygulama olarak ifade edilmiştir (Li vd., 2024: 273).

3. YÖNTEM

Bu araştırmanın amacı, dijital turizm konulu lisansüstü tezlerin bibliyometrik analizini değerlendirmektir. Literatürde dijital turizm konulu lisansüstü tezlerin bibliyometrik analizi ile ilgili bilgilere rastlanmadığı için bu tür bir yazım girişimi içerisinde bulunulmuştur. Yüksek Öğretim Kurulu Başkanlığı Tez Merkezi'ne Türkçe olarak "dijital turizm" ve aynı şekilde İngilizce olarak "digital tourism" kavramları yazılmış ve bu kavramlar aranmıştır. Kriter olarak 1923-2023 yılları araştırmaya dâhil edilmiştir. Aranacak alan olarak tümü seçilmiştir. Toplamda yalnızca beş tezin mevcut olduğu görülmüştür. Verilerin toplanma ve analiz edilme zamanı 10.08.2023'tür. Çalışma kapsamındaki genel değerlendirmeler, bulunan bu beş tez üzerinden yapılmıştır. Araştırma kapsamında aşağıdaki sorulara cevap aranmıştır:

- "Tezler yazım diline göre nasıl dağılmaktadır?"
- "Tezler yayın yılına göre nasıl dağılmaktadır?"
- "Tezler yapıldığı üniversiteye göre nasıl dağılmaktadır?"
- "Tezler yapıldığı enstitüye göre nasıl dağılmaktadır?"
- "Tezler yapıldığı ana bilim dalına göre nasıl dağılmaktadır?"
- "Tezler türüne göre nasıl dağılmaktadır?"

- “Tez yazarları cinsiyete göre nasıl dağılmaktadır?”
- “Tez yazarlarının danışmanları cinsiyete göre nasıl dağılmaktadır?”
- “Tez yazarlarının danışmanları sahip oldukları ünvanına göre nasıl dağılmaktadır?”
- “Tezler özet kelime sayısına göre nasıl dağılmaktadır?”
- “Tezler anahtar kelime sayısına göre nasıl dağılmaktadır?”
- “Tezler anahtar kelime ismine göre nasıl dağılmaktadır?”
- “Tezler araştırma yöntemine göre nasıl dağılmaktadır?”
- “Tezler veri toplama tekniğine göre nasıl dağılmaktadır?”
- “Tezler hedef kitlesine göre nasıl dağılmaktadır?”
- “Tezler örneklem büyüklüğüne göre nasıl dağılmaktadır?”
- “Tezler öneriler bilgisinin bulunmasına göre nasıl dağılmaktadır?”
- “Tezler sayfa sayısına göre nasıl dağılmaktadır?”

4. BULGULAR

Tablo 1: Tezlerin Yazım Dili

Yazım Dili	F	%
Türkçe	5	100
Toplam	5	100

Tezlerin tümünün (%100) yazım dili Türkçedir.

Tablo 2: Tezlerin Yayın Yılı

Yıl	F	%
2019	1	20
2020	2	40
2022	1	20
2023	1	20
Toplam	5	100

Tezlerin %40'ı 2020 yılında yazılırken, bunu 2019 (%20), 2022 (%20) ve 2023 (%20) yılları izlemektedir.

Tablo 3: Tezlerin Yapıldığı Üniversiteler

Üniversite Adı	F	%
Akdeniz Üniversitesi	2	40
Düzce Üniversitesi	1	20
Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi	1	20
Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi	1	20
Toplam	5	100

Tezlerin en çok yapıldığı üniversite Akdeniz Üniversitesi'dir (%40). Bunu Düzce Üniversitesi (%20), Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi (%20) ve Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi (%20) izlemektedir.

Tablo 4: Tezlerin Yapıldığı Enstitüler

Enstitü Türü	F	%
Sosyal Bilimler	5	100
Toplam	5	100

Tezlerin tümü (%100) sosyal bilimler enstitüsü çatısı altında yapılmıştır.

Tablo 5: Tezlerin Yapıldığı Ana Bilim Dalları

Ana Bilim Dalı	F	%
Turizm İşletmeciliği	2	40
Turizm ve Otel İşletmeciliği	1	20
Toplam Kalite Yönetimi	1	20
Avrasya Araştırmaları	1	20
Toplam	5	100

Tezler en çok Turizm İşletmeciliği Ana Bilim Dalı (%40) kapsamında yapılırken; bunu Turizm ve Otel İşletmeciliği (%20), Toplam Kalite Yönetimi (%20) ve Avrasya Araştırmaları (%20) ana bilim dalları izlemektedir.

Tablo 6: Tezlerin Türleri

Tez Türü	F	%
Yüksek Lisans	5	100
Toplam	5	100

Tezlerinin tümünün (%100) türü yüksek lisanstır.

Tablo 7: Tez Yazarlarının Cinsiyetleri

Cinsiyet	F	%
Erkek	1	20
Kadın	4	80
Toplam	5	100

Tez yazarlarının %80'i kadın, %20'si ise erkektir.

Tablo 8: Tez Yazarlarının Danışmanlarının Cinsiyetleri

Danışman Cinsiyeti	F	%
Erkek	4	80
Kadın	1	20
Toplam	5	100

Tez yazarlarının danışmanlarının %80'inin cinsiyeti erkek, %20'sinin ise kadındır.

Tablo 9: Tez Yazarlarının Danışmanlarının Ünvanları

Danışman Ünvanı	F	%
Prof. Dr.	2	40
Doç. Dr.	3	60
Toplam	5	100

Tez yazarlarının danışmanlarının %60'ının ünvanı Doç. Dr., %40'ının ise Prof. Dr.'dur.

Tablo 10: Tezlerin Özet Kelime Sayısı

Özette Yer Alan Kelimelerin Sayı Aralığı	F	%
101-200	4	80
801-900	1	20
Toplam	5	100

Tezlerin çoğunun (%80) özetindeki kelime sayısı 101-200 arasındadır. Bunu 801-900 kelime sayısı aralığı (%20) izlemektedir.

Tablo 11: Tezlerin Anahtar Kelime Sayısı

Anahtar Kelime Sayısı	F	%
3	3	60
5	1	20
9	1	20
Toplam	5	100

Tezlerin %60'ının anahtar kelime sayısı 3'tür. Bunu 5 (%20) ve 9 (%20) sayıları izlemektedir.

Tablo 12: Tezlerin Anahtar Kelime İsimleri

Anahtar Kelime İsimleri	F	%
Dijital	1	4,35
Dijital Dönüşüm	1	4,35
Dijital Pazarlama	1	4,35
Dijital Pazarlama Platformları	1	4,35
Dijital Turizm	3	13,04
Dijitalleşme	2	8,70
Dünya	1	4,35
Endüstri 4.0	1	4,35
Endüstri Dönemleri	1	4,35
E-Turizm	1	4,35
Mobil Uygulama	1	4,35
Müşteri Deneyimi	1	4,35
Nitel Araştırma	1	4,35
SWOT Analizi	1	4,35
Toplum 5.0	1	4,35
Turist 5.0	1	4,35
Turizm 4.0	1	4,35
Turizm Pazarlaması	1	4,35
Türkiye	1	4,35
Türkiye Turizm 4.0	1	4,35
Toplam	23	100,00

Tezlerde en çok kullanılan anahtar kelime dijital turizmdir (%13,04). Daha sonra ise dijitalleşmedir (%8,70). Bunları dijital (%4,35), dijital dönüşüm (%4,35), dijital pazarlama (%4,35), dijital pazarlama platformları (%4,35), dünya (%4,35), endüstri 4.0 (%4,35), endüstri dönemleri (%4,35), e-turizm (%4,35), mobil uygulama (%4,35), müşteri deneyimi (%4,35), nitel araştırma (%4,35), SWOT analizi (%4,35), toplum 5.0 (%4,35), turist 5.0 (%4,35), turizm 4.0 (%4,35), turizm pazarlaması (%4,35), Türkiye (%4,35) ve Türkiye turizm 4.0 (%4,35) anahtar kelimeleri izlemektedir.

Tablo 13: Tezlerin Araştırma Yöntemleri

Araştırma Yöntemi	F	%
Nitel	1	20
Nitel	4	80
Toplam	5	100

Tezlerin %80'inde nitel araştırma yöntemi benimsenmişken, %20'sinde ise nicel araştırma yöntemi benimsenmiştir.

Tablo 14: Tezlerin Veri Toplama Teknikleri

Veri Toplama Yöntemi	F	%
Anket	1	14,29
Mülakat	2	28,57
Literatür Taraması	2	28,57
Doküman İncelemesi	1	14,29
Gözlem	1	14,29
Toplam	7	100,00

Tezlerde bir veya iki tane veri toplama tekniğinin kullanıldığı göze çarpmaktadır. Bundan dolayı toplam frekans değeri beşten fazladır. Tezlerde çoğunlukla mülakat (%28,57) ve literatür taraması (%28,57) tekniklerinin kullanıldığı görülmektedir. Bunu anket (%14,29), doküman incelemesi (%14,29) ve gözlem (%14,29) teknikleri izlemektedir. Belirtilen bu ifadeler ek olarak; tezlerden birinde gözlem, doküman incelemesi ve mülakatın birlikte kullanıldığı göze çarpmaktadır.

Tablo 15: Tezlerin Hedef Kitleleri

Hedef Kitle	F	%
Turistler	1	20
Turizm Sektörü Çalışan ve Yöneticileri	1	20
Otel Yöneticileri	1	20
-	2	40
Toplam	5	100

Tezlerin hedef kitleleri; turistler (%20), turizm sektörü çalışan ve yöneticileri (%20), otel yöneticileridir (%20). Hedef kitleleri belirtilmeyen tezler de (%40) vardır.

Tablo 16: Tezlerin Örneklem Büyüklükleri

Örneklem Büyüklüğü	F	%
1-100	2	40
201-299	1	20
-	2	40
Toplam	5	100

Tezlerin %40'ında 1-100 arası büyüklükte örneklem büyüklüğü göze çarparken, bunu %20'yle 201-299 arası örneklem büyüklüğü izlemektedir. Tezlerin %40'ında ise örneklem büyüklüğü göze çarpmamaktadır.

Tablo 17: Tezlerin Öneriler Bilgisinin Bulunma Durumu

Öneriler Bilgisinin Bulunma Durumu	F	%
Evet	5	100
Toplam	5	100

Tezlerin tümünde (%100) öneriler vardır.

Tablo 18: Tezlerin Sayfa Sayısı

Sayfa Sayısı	F	%
1-100	2	40
101-200	3	60
Toplam	5	100

Tezlerin %60'ı 101-200 sayfa arasındayken; bunu %40 ile 1-100 sayfa sayısı aralığı takip etmektedir.

5. SONUÇ VE ÖNERİLER

Dijital turizm, turizmin bir alt koludur. Dijital turizm genel turizm içerisinde önemli bir konuma, potansiyele ve öneme sahiptir. Ayrıca içerisinde bulunulan dijital çağ dijital turizm gelişiminin hızlanmasına vesiledir.

İnsanlar dijital turizm sayesinde turistik anlamda kayda değer bir avantaj ve olumlu etkiler sağlamaktadırlar. Zamandan tasarruf etme, ekonomik yönden tasarruf etme, turistik ürün ve hizmetlerin pazarlanması ve tercih edilmesinde kolaylık sağlama, turistik potansiyel ve önem oluşturma veya geliştirme noktasında kayda değer ilerlemeler kaydetme gibi birtakım avantaj ve olumlu etkiler dijital turizmin insanlara sağladığı olanak veya katkılara birer örnektir.

Sosyal bilimler içerisinde turizm alanı, turizm alanı içerisinde de dijital turizm alanı değişim ve gelişim gösteren bir yapıya sahiptir. Dijital turizm sayesinde turizm alanında önemli yenilik ve gelişimlerin sağlandığını ileri sürmek mümkündür.

Dijital turizmin kapsam ve etkilerinin daha iyi bilinmesi noktasında çeşitli bibliyometrik analizler gerçekleştirilmiştir. Bu analizler dijital turizmin potansiyel ve öneminin anlaşılması bakımından önem taşımaktadır. Konuya ilişkin olarak; bu çalışmada da dijital turizme ilişkin bir bibliyometrik analiz yapılmıştır. Bununla ilgili detaylı bilgilere aşağıda yer verilmiştir.

Tezlerin tümünün yazım dili Türkçedir. Bu durum da dil olarak Türkçeye ağırlık verildiğini göstermektedir. Bunun çeşitli amaç ve nedenler (istek ve tercihler, dil hâkimiyeti vb.) etkisinde oluştuğunu öne sürmek mümkündür.

Tezler çoğunlukla 2020 yılında yazılmıştır. Bundan dolayı 2020 yılı, tez yazımı kapsamında önemli bir yıl olarak görülmüştür. Son zamanlarda bilgi ve iletişim teknolojilerinin daha fazla yaygınlaşmasıyla beraber ileriki zamanlarda dijital turizm konusunun daha çok rağbet görmeye başlayacağı ve konuyla ilgili lisansüstü tez sayısının artacağı düşünülmektedir.

Tezler en çok Akdeniz Üniversitesi çatısı altında yapılmıştır. Ayrıca Akdeniz Üniversitesi, Türkiye'de turizm konusunda akıllara ilk gelen üniversiteler arasında yer almaktadır. Bu ve benzeri durumlar Akdeniz Üniversitesini dijital turizm konusunda önemli bir konuma yükseltmektedir.

Tezlerin tümü sosyal bilimler enstitüsü çatısı altında yapılmıştır. Tezlerin tümü sosyal bilimler enstitüsü çatısı altında yapıldığını görmek normal karşılanmıştır. Zira dijital turizm kapsam ve etki alanları daha çok sosyal bilimler alanını ilgilendirmektedir.

Tezler en çok Turizm İşletmeciliği Ana Bilim Dalı çatısı altında yapılmıştır. Bu durum da Turizm İşletmeciliği Ana Bilim Dalının dijital turizm konulu lisansüstü tezlerin yapımına daha fazla özen gösterdiğini ve önem verdiğini göstermektedir.

Tezlerinin tümünün türü yüksek lisanstır. Dijital turizm konulu doktora tezlerinin olmaması dikkat çekicidir. Doktora tezlerinin yüksek lisans tezlerine göre daha geniş bir kapsama ve daha iyi bir niteliğe sahip olması beklenmektedir. Bu bilgidен hareket ederek dijital turizm konusunda yapılabilecek bir doktora tezinin hem teorik açıdan hem de uygulama açısından turizm alanına önemli bir yarar sağlayacağı düşünülmektedir.

Tez yazarlarının çoğu kadındır. Bu noktadan hareket ederek kadınların erkeklere göre dijital turizm konulu lisansüstü tezleri yazdığı bilgisi açığa çıkmaktadır. Kadın tez yazarlarının dijital

turizm konusunu çalışmalarında ilgili konuyu benimseme ve konunun önemli bir turizm alanı içerisine girdiğini düşünmelerinin, danışman görüş ve önerilerine uygun adımlar atmak istemelerinin kayda değer bir paya sahip olduğu düşünülmektedir.

Tez yazarları danışmanlarının çoğunun cinsiyeti erkektir. Erkek tez danışmanlarının dijital turizm konulu lisansüstü tez çalışmalarının yapılmasına onay verdiği ve bu konuda istekli olduğu görülmektedir.

Tez yazarları danışmanlarının çoğunun ünvanı Doç. Dr.'dur. Bu da Doç. Dr. ünvanına sahip olan öğretim üyelerinin diğer ünvanlara sahip olan öğretim üyelerine göre dijital turizm konulu lisansüstü tezlerin yazımına daha fazla ağırlık verdiğini göstermektedir.

Tezlerin çoğunun özetindeki kelime sayısı 101-200 arasındadır. Bu da genel olarak özet kelime sayısının çok uzun olmadığını göstermektedir. Bu kapsamda tezlerin özetindeki kelime sayısı aralığının ilgili enstitünün yazım kuralları dikkate alınarak belirlendiğinin ifade edilmesinde önemli bir fayda vardır. Bununla beraber tezlerin özetlerinde genellikle teze ilgili temel ve can alıcı noktaların uygun ve sistematik bir şekilde ifade edilmesi önemli olarak görülmektedir.

Tezlerin çoğunun anahtar kelime sayısı 3'tür. Bu da genel olarak tezlerde anahtar kelime sayısının az ifade edildiğini göstermektedir. Bu durum az sayıda anahtar kelime üzerine daha fazla yoğunlaştığı anlamına gelmektedir. Sonraki zamanlarda yapılacak dijital turizm ile ilgili lisansüstü tezlerde anahtar kelime sayısı ve kullanımında artış sağlanması önemli olarak görülmektedir. Zira anahtar kelimeler lisansüstü tezlerin araştırılması, değerlendirilmesi, tanıtılması ve tanınmasında önemli bir pay sahibidir.

Tezlerde en çok kullanılan anahtar kelime dijital turizmdir. Daha sonra ise dijitalleşmedir. Bu durum da söz konusu kelimelerin diğer kelimelere kıyasla daha popüler olduğunu göstermektedir.

Tezlerin çoğunda nitel araştırma yöntemi, azında ise nicel araştırma yöntemi benimsenmiştir. Bu durum genel olarak dijital turizm konulu lisansüstü tezlerde sayısal verilerden ziyade sözel verilerin ön plana çıkarılmak istendiğini akıllara getirmektedir. Ayrıca dijital turizm konulu lisansüstü tezlerde çoğunlukla nitel araştırma yönteminin benimsenmesinde düşünce ve duyguların daha yoğun, verimli ve etkili bir şekilde aktarılacağı düşünülmektedir. Bundan dolayı bu doğrultu bir girişim içerisinde bulunulduğu tahmin edilmektedir.

Tezlerde çoğunlukla mülakat ve literatür taraması tekniklerinin kullanıldığı görülmektedir. Bu durum genel olarak yapılan görüşmelerin ve literatür taramasının dijital turizm konulu lisansüstü tezlerde önemli olduğunu, bu tür çalışmalarda yoğun şekilde yararlanılmak ve ön plana çıkarılmak istendiğini işaret etmektedir.

Tezlerin hedef kitleleri; genel olarak turistler, turizm sektörü çalışan ve yöneticileri, otel yöneticileridir. Bu hedef kitleler turizm paydaşları içerisinde yer almasından dolayı turistik bakımdan önem taşımaktadır.

Örnekleme görülen tezlerin çoğu 1-100 kişi arası büyüklükte örnekleme büyüklüğüne sahiptir. Bu da genel olarak örnekleme görülen tezlerin çoğunun çok yüksek örnekleme büyüklüğüne sahip olmadığını göstermektedir.

Tezlerin tümünde öneriler bilgisi vardır. Tezlerde önerilerin yer alması önemlidir. Zira öneriler teorik ve pratik çalışmaların zenginleştirilmesi ve çeşitlendirilmesi noktasında araştırmacılar üzerinde bir fikir uyandırıcı etkisi yapabilmektedir.

Tezlerin çoğu 101-200 sayfa arasındadır. Bu da tez çalışmalarının ne çok kısa ne de çok uzun olmadığını göstermektedir. Bu durum da tez çalışmalarının genel kapsamlarının çok dar veya çok geniş olmaması üzerine dayalı bir istek veya tercih yaklaşımının benimsenmesinin ön plana çıktığını zihinlerde canlandırmaktadır. Ayrıca konuyla ilgili olarak öne sürülen bilgilerde doyum/doyma noktasına ulaşılmasının hissedilmesi de tezlerin sayfa sayısının belirlenmesinde bir etki sahibi olarak görülmektedir.

Ortaya konan bu çalışma ve sonuçları objektif olma noktasında yeterlidir. Çünkü araştırılan konunun kapsamı zengin değildir. Bu durum araştırma konusu kapsamının genişletilmesi ve geliştirilmesi noktasında sınırlayıcı bir etki yapmaktadır. Bundan dolayı araştırma konusu kapsamı bu noktalar göz önünde bulundurularak şekillendirilmiş ve uygun bir sonuca bağlanmıştır.

Yapılan araştırmanın sonucunda ifade edilen öneriler şöyledir:

- Dijital turizm konulu doktora tez çalışmaları yapılabilir.
- Dijital turizm konulu lisansüstü tez çalışmalarında daha fazla nicel yöntem benimsenebilir.
- Turizm paydaşları tarafından dijital turizm uygulama trendleri yakından takip edilebilir.
- Uluslararası ve ulusal dijital turizm platformlarında stratejik bilgi alışverişleri sağlanabilir. Bu bilgi alışverişi hem ulusal-ulusal, hem uluslararası-uluslararası hem ulusal-uluslararası dijital turizm platformları arasında gerçekleştirilebilir. Yine bu bilgi alışverişleri turistik ürün ve hizmetlerin daha iyi pazarlanması, turistlerin memnuniyet ve sadakatlerinin daha iyi sağlanması, ekonomik ve turistik anlamda daha iyi bir konuma yükselmesi gibi konularda yapılabilir. Söz konusu bilgi alışverişleri turizm paydaşları özellikle de turizm işletmeleri, turizm rehberleri, seyahat acenteleri ve tur operatörleri vb. tarafından yapılabilir.
- Dijital turizmin genel turizm kapsamındaki yeri, önemi ve potansiyeli irdelenebilir. Bu konu dijital turizmin ön plana çıktığı ülke veya ülkeler baz alınarak sınırlandırılabilir. Bu konuda geleneksel derleme çalışmaları, sistematik derleme çalışmaları ve betimsel tarama modeli vb. kullanılarak çeşitli nitel araştırmalar yapılabilir. Ayrıca bu konuda ilgili ülke veya ülkelerin turizm temelli resmi kurum ve kuruluşlarının görüş ve önerileri de alınabilir. Bu tür durumların yerel, ulusal ve küresel ölçekte turistik gelişim elde etme bakımından turizm paydaşlarına katkı sağlayabileceği düşünülmektedir.

Kaynakça

- Abowd, G. D., Atkeson, C. G., Hong, J., Long, S., Kooper, R. ve Pinkerton, M. (1997). Cyberguide: A Mobile Context-Aware Tour Guide. *Wireless Networks*, 3(5), 421-433.
- Aksoy, G. ve Baş, M. (2020). Dijital Turizm Kapsamında Şehir Tanıtımında Kullanılan Bir Araç Olarak Sanal Tur. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4(3), 2542-2564.
- Al, U. ve Coştur, R. (2007). Türk Psikoloji Dergisi'nin Bibliyometrik Profili. *Türk Kütüphaneciliği*, 21(2), 142-163.
- Al, U. ve Tonta, Y. (2004). Atıf Analizi: Hacettepe Üniversitesi Kütüphanecilik Bölümü Tezlerinde Atıf Yapılan Kaynaklar. *Bilgi Dünyası*, 5(1), 19-47.
- Bali, M. (2021). Turizm Alanında Yapılan Büyük Veri Çalışmalarının Bibliyometrik Analiz Tekniği ile İncelenmesi (*Basılmamış Yüksek Lisans Tezi*). Kocaeli: Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Benyon, D., Quigley, A., O'Keefe, B. ve Riva, G. (2013). Presence and Digital Tourism. *AI & Society*, 29(4), 521-529.
- Bilgin, S. (2018). Yiyecek İçecek İşletmelerinde Yerel Mutfak Öğelerinin Kullanımı ve Sürdürülebilirlik Açısından İncelenmesi: İzmir Örneği (*Basılmamış Yüksek Lisans Tezi*). Bolu: Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- 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.
- Çam, O. ve Avcı, M. (2023). Kutsal Alanlar, Coğrafi İşaretler, Kültür ve İnanç Rotalarının İnanç Turizmi Açısından Değerlendirilmesi. *Journal of Vocational and Social Sciences of Turkey*, 5(13), 26-43.
- Çam, O. ve Çelik, C. (2022a). Evaluation of Bocuk Night within the Framework of Faith Tourism Events. *Journal of Applied Tourism Research*, 3(1), 37-56.
- Çam, O. ve Çelik, C. (2022b). Aşırı Turizm Kapsamında Turistlere Yönelik Olumsuz İfadeler, Yapılan Eylemler ve Bunların Turizme Yansımalarının Değerlendirilmesi. *Çağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 19(1), 66-84.

- Çam, O. ve Çılgınoğlu, H. (2020). Kastamonu İli Turizm Potansiyeli ve İnanç Turizminin Şehirdeki Yeri ve Önemi. *Uluslararası Türk Dünyası Turizm Araştırmaları Dergisi*, 5(1), 76-90.
- Çam, O. ve Çılgınoğlu, H. (2021). Yöresel Mutfakların Gastronomi Turizmindeki Önemi: Kastamonu Mutfağı Örneği. *Uluslararası Türk Dünyası Turizm Araştırmaları Dergisi*, 6(1), 176-192.
- Çelik, P. ve Topsakal, Y. (2019). *Endüstri 4.0 ve Akıllı Turizm*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Diodato, V. P. (1994). *Dictionary of Bibliometrics*. Portland: The Hawthorne Press.
- Dülğaroğlu, O. (2021). Turizmde Dijitalleşme: Akıllı Turizm Uygulamaları, Dijital Turizm ve Turizm 4.0. *Journal of Tourism and Management*, 2(1), 1-15. <https://doi.org/10.29329/jtm.2021.421.1>.
- Eris, T. (2021). Akıllı Turizm Kapsamında İzmir'in Akıllı Turizm Uygulamalarının İncelenmesi: 'visitizmir' Örneği. *International Journal of Contemporary Tourism Research*, 5(Özel Sayı), 126-134. DOI: 10.30625/ijctr.948257.
- Evren, S. ve Kozak, N. (2012). Türkiye'de 2000-2010 Yılları Arasında Yayınlanan Turizm Konulu Makalelerin Bibliyometrik Analizi. *VI. Lisansüstü Turizm Öğrencileri Araştırma Kongresi*, Antalya, 250-266.
- Guttentag, D. A. (2010). Virtual Reality: Applications and Implications for Tourism. *Tourism Management*, 31(5), 637-651.
- Happ, E. ve Ivancso Horvath, Z. (2018). Digital Tourism is the Challenge of Future A New Approach to Tourism. *Knowledge Horizons-Economics*, 10(2), 9-16.
- Iorio, C., Pandolfo, G., D'Ambrosio, A. ve Siciliano, R. (2020). Mining Big Data in Tourism. *Quality & Quantity*, 54, 1655-1669. <https://doi.org/10.1007/s11135-019-00927-0>.
- Kalia, P., Mladenović, D. ve Acevedo Duque, Á. (2022). Decoding the Trends and the Emerging Research Directions of Digital Tourism in the Last Three Decades: A Bibliometric Analysis. *Sage Open*, 12(4), 1-23.
- Kozak, N., Akoğlan Kozak, M. ve Kozak, M. (2010). *Genel Turizm İlkeler-Kavramlar*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Li, Z., Huo, M., Huo, T. ve Luo, H. (2024). Digital Tourism Research: A Bibliometric Visualisation Review (2002-2023) and Research Agenda. *Tourism Review*, 79(2), 273-289.
- Özışık Yapıcı, O. ve Yıldırım, G. (2021). Endüstri 4.0'ın Turizm Alanındaki Kavramları Üzerine Bir Araştırma. *IBAD Sosyal Bilimler Dergisi*, (11), 394-412.
- Pritchard, A. (1969). Statistical Bibliography or Bibliometrics? *Journal of Documentation*, 25, 348-349.
- Roziqin, A., Kurniawan, A.S., Hijri, Y.S. ve Kismartini, K. (2023). Research Trends of Digital Tourism: A Bibliometric Analysis. *Tourism Critiques: Practice and Theory*, 4(1/2), 28-47.
- Sayın, K. ve Karaman, A. (2019). Endüstri 4.0 ve Turizm 4.0 Arasındaki İlişki. A. Karaman ve K. Sayın (Ed.). *Dijital Turizm Sektörünün Yeni Geleceği içinde* (9-26). Konya: Eğitim Yayınevi. ISBN: 978-605-7786-49-4.
- Sayın, K. ve Karaman, A. (2019). Endüstri 4.0 ve Turizm 4.0 Arasındaki İlişki. A. Karaman ve K. Sayın (Ed.). *Dijital Turizm Sektörünün Yeni Geleceği içinde* (10-25) Konya: Eğitim Yayınevi.
- Soykan, F. (1999). Doğal Çevre ve Kırsal Kültürle Bütünleşen Bir Turizm Türü: Kırsal Turizm. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 10(1), 67-75.
- Sünnetçioğlu, S., Can, A. ve Durlu Özkaya, F. (2012). Yavaş Turizmde Coğrafi İşaretlemenin Önemi. *13. Ulusal Turizm Kongresi*, Antalya, 953-962.
- Şenerol, H. (2021). Dijital Turizm Pazarlamasına Yönelik Akademik Çalışmalarının Bibliyometrik Analizi. A. Ateş (Ed.). *Sosyal, Beşeri ve İdari Bilimler Alanında Uluslararası Araştırmalar VIII içinde* (247-260). Konya: Eğitim Yayınevi. ISBN: 978-625-8468-67-0.
- Ulu, S. ve Akdağ, M. (2015). Dergilerde Yayınlanan Hakem Denetimli Makalelerin Bibliyometrik Profili: Selçuk İletişim Örneği. *Selçuk İletişim*, 9(1), 5-21.
- Uriely, N. (2005). The Tourist Experience. *Annals of Tourism Research*, 32(1), 199-216.
- Üsdiken, B. ve Pasadeos, Y. (1993). Türkiye'de Örgütler ve Yönetim Yazını. *Amme İdaresi Dergisi*, 26(2), 73-93.
- Yalçın, H. (2010). Milli Folklor Dergisi'nin Bibliyometrik Profili (2007-2009). *Millî Folklor*, 22(85), 205-211.

- Yılmaz, G. (2017). Restoranlarda Bahşış ile İlgili Yayınlanan Makalelerin Bibliyometrik Analizi. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 14(2), 65-79.
- Zeren, D. ve Kaya, N. (2020). Dijital Pazarlama: Ulusal Yazının Bibliyometrik Analizi. *Çağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 17(1), 35-52.