



# Journal of Global Tourism and Technology Research

Year: 2022

Volume: 4

Issue: 2

ISSN:2717-6924

**Analyzing Technology Readiness Level of  
Tourism Academicians based on Certain  
Demographic Variables**  
Selda GÜVEN, Bayram ŞAHİN

**Türkiye'deki Jeoparkların Çevrimiçi Tanıtım  
Faaliyetlerine Yönelik Bir Değerlendirme**  
*An Evaluation of Online Promotion Activities of  
Geoparks in Türkiye*  
Büşra ŞENER, Nihat ÇEŞMECİ, Reha KILIÇHAN

**Bilinçli Kariyer Farkındalığı:  
Kavramsallaştırma ve Ölçek Geliştirme**  
*Career Mindfulness: Conceptualization and Scale  
Development*  
Alaattin BAŞODA

**Turizm Teknolojileri ile İlgili  
Araştırmalarının Kavramsallaştırılması:  
VOSviewer ile Bibliyometrik Analiz**  
*Conceptualization of Research on Tourism  
Technologies: Bibliometric Analysis with VOSviewer*  
Serhan ORAL

**Diaspora ve Kültürel Miras Turistlerinin  
Seyahat Motivasyonları Üzerine Bir  
Değerlendirme**  
*An Evaluation on Travel Motivations of Diaspora and  
Cultural Heritage Tourists*  
Berna PALA, Emrullah TÖREN

# Journal of Global Tourism and Technology Research

(JGTTR)

Vol. 4, Issue 2, 2023



## Journal of Global Tourism and Technology Research (JGTR)

ISSN: 2717-6924

Year : 2023 Volume: 4 Issue: 2

Published: October 28th 2023

### About Us

Journal of Global Tourism and Technology Research (JGTR) is a scientific journal published online bi-annually by the TROAS International Tourism Research Association, which aims to share original scientific studies in the field of tourism and technology at national and international levels with researchers and the public.

### Publisher

TROAS International Tourism Research Association

### Editor

Prof. Dr. Lütfi ATAY

### Associate Editors

Assoc. Prof. Dr. Hacı Mehmet YILDIRIM

Assoc. Prof. Dr. Ş. Okan MERCAN

### Editorial Board

Prof. Dr. Cevat TOSUN, GW School of Business, USA

Prof. Dr. Cihan ÇOBANOĞLU, University of South Florida, USA

Prof. Dr. John HALL, Deakin University, AUSTRALIA

Prof. Dr. Oğuz TÜRKAY, Sakarya University, TURKEY

Prof. Dr. Sultana KAPIKI – International Hellenic University, GREECE

Assoc. Prof. Dr. Ann Suwaree ASHTON, National Institute of Development Administration, THAILAND

Assoc. Prof. Dr. Dalia SUSNIENNE, Panevėžio Kolegija/University of Applied Sciences, LITHUANIA

Assoc. Prof. Dr. Javier De la BALLINA – University of Oviedo, SPAIN

Assoc. Prof. Dr. Şefik Okan MERCAN, Çanakkale Onsekiz Mart University, TURKEY

Assoc. Prof. Dr. Tomislav KLARIN, University of Zadar, CROATIA

Dr. Anderson NGELAMBONG, Universiti Teknologi MARA, MALAYSIA

### Publication Editors

Assoc. Prof. Dr. Halil KORKMAZ

Assoc. Prof. Dr. Oğuz TAŞPINAR

### Abstracting&Indexing



## Scientific Board

- Prof. Dr. A. Celil ÇAKICI – Mersin University  
Prof. Dr. Ahmet KÖROĞLU – Balıkesir University  
Prof. Dr. Bayram ŞAHİN – Balıkesir University  
Prof. Dr. Burhan KILIÇ – Muğla Sıtkı Koçman University  
Prof. Dr. Cafer TOPALOĞLU – Muğla Sıtkı Koçman University  
Prof. Dr. Cevdet AVCIKURT – Balıkesir University  
Prof. Dr. Cevat TOSUN - GW School of Business, ABD  
Prof. Dr. Cihan ÇOBANOĞLU – University of South Florida  
Prof. Dr. Daiva ZOSTAUTIENE – Kaunas University of Technology  
Prof. Dr. Daiva BERZINSKIENE – Panevezys University  
Prof. Dr. Ferah ÖZKÖK – Çanakkale Onsekiz Mart University  
Prof. Dr. Fisun İstanbullu DİNÇER, İstanbul University  
Prof. Dr. İsmail KIZILIRMAK – İstanbul University  
Prof. Dr. İzzet KILINÇ – Düzce University  
Prof. Dr. Kamil UNUR – Mersin University  
Prof. Dr. Kurtuluş KARAMUSTAFA – Kayseri University  
Prof. Dr. Mehmet Akif ÖNCÜ – Düzce University  
Prof. Dr. Mehmet Oğuzhan İLBAN – Balıkesir University  
Prof. Dr. Mete SEZGİN – Selçuk University  
Prof. Dr. Muammer MESCİ – Düzce University  
Prof. Dr. Muharrem TUNA - Hacı Bayram Veli University  
Prof. Dr. Oğuz TÜRKAY – Sakarya University  
Prof. Dr. Orhan BATMAN - Sakarya University  
Prof. Dr. Rahman TEMİZKAN – Eskişehir Osmangazi University  
Prof. Dr. Serkan BERTAN – Pamukkale University  
Prof. Dr. Soultana KAPIKI – International Hellenic University  
Prof. Dr. Şafak ÜNÜVAR – Selçuk University  
Prof. Dr. Yusuf AYMANKUY, Balıkesir University  
Prof. Dr. Zafer ÖTER – İzmir Katip Çelebi University  
Assoc. Prof. Dr. Arzu GÜRDOĞAN – Muğla Sıtkı Koçman University  
Assoc. Prof. Dr. Erkan AKGÖZ – Selçuk University  
Assoc. Prof. Dr. Dalia SUSNIENNE – Penevezys University  
Assoc. Prof. Dr. Javier De la BALLINA – University of Oviedo  
Assoc. Prof. Dr. Gediminas SARGUNAS – Panevezys University  
Assoc. Prof. Dr. Gencay SAATCI – Çanakkale Onsekiz Mart University  
Assoc. Prof. Dr. Göksel Kemal GİRGIN – Balıkesir University  
Assoc. Prof. Dr. Hakan AKYURT – Giresun University  
Assoc. Prof. Dr. Koray GENÇ - Ordu University  
Assoc. Prof. Dr. Lütfi BUYRUK – Nevşehir Hacı Bektaş Veli University  
Assoc. Prof. Dr. Serdar SÜNNETÇİOĞLU – Çanakkale Onsekiz Mart University  
Assoc. Prof. Dr. Sinan GÖKDEMİR – Çanakkale Onsekiz Mart University  
Assoc. Prof. Dr. Ümit SORMAZ – Konya Necmettin Erbakan University  
Assoc. Prof. Dr. Uysal YENİPINAR – Mersin University  
Dr. Emrullah TÖREN – Kırklareli University  
Dr. Gökhan EMİR – Bartın University

## Language Editors

- Assoc. Prof. Dr. Halil KORKMAZ (English)- Assoc. Prof. Dr. Sinan GÖKDEMİR (Turkish)  
Assoc. Prof. Dr. Koray GENÇ (Turkish)

## **Volume 4 Issue 2 Reviewers**

Prof. Dr. Daiva ZOSTATIENE, Kaunas Teknoloji University / Lithuania

Prof. Dr. Emrah ÖZKUL, Kocaeli University

Prof. Dr. Hilmi Rafet YÜNCÜ, Anadolu University

Prof. Dr. Murat YEŞİLTAS, Mehmet Akif University

Prof. Dr. Nuray Tetik DİNÇ, Balıkesir University

Prof. Dr. Özlem GÜZEL, Akdeniz University

Doç. Dr. Feridun DUMAN, Batman University

Doç. Dr. Koray GENÇ, Ordu University

Doç. Dr. Oğuzhan DÜLGAROĞLU, Balıkesir University

Dr. Emrullah TÖREN, Kırklareli University

## Contents

<b>Analyzing Technology Readiness Level of Tourism Academicians based on Certain Demographic Variables .....</b>	56--76
<i>Selda GÜVEN, Bayram ŞAHİN</i>	
<b>Türkiye'deki Jeoparkların Çevrimiçi Tanıtım Faaliyetlerine Yönelik Bir Değerlendirme</b>	
<i>An Evaluation of Online Promotion Activities of Geoparks in Türkiye .....</i>	77-89
<i>Büşra ŞENER, Nihat ÇEŞMECİ, Reha KILIÇHAN</i>	
<b>Bilinçli Kariyer Farkındalığı: Kavramsallaştırma ve Ölçek Geliştirme</b>	
<i>Career Mindfulness: Conceptualization and Scale Development .....</i>	90-114
<i>Alaattin BAŞODA</i>	
<b>Turizm Teknolojileri ile İlgili Araştırmalarının Kavramsallaştırılması: VOSviewer ile Bibliyometrik Analiz</b>	
<i>Conceptualization of Research on Tourism Technologies: Bibliometric Analysis with VOSviewer .....</i>	115-128
<i>Serhan ORAL</i>	
<b>Diaspora ve Kültürel Miras Turistlerinin Seyahat Motivasyonları Üzerine Bir Değerlendirme</b>	
<i>An Evaluation on Travel Motivations of Diaspora and Cultural Heritage Tourists .....</i>	129-141
<i>Berna PALA, Emrullah TÖREN</i>	

**Research Article**

*DOI:10.54493/jgtr.1351477*

**Analyzing Technology Readiness Level of Tourism Academicians based on Certain Demographic Variables**

Selda GÜVEN<sup>1</sup>, Bayram ŞAHİN<sup>2</sup>

**ARTICLE INFO****Background:**

Received:28/08/2023  
Accepted:14/09/2023  
Published:28/10/2023

**Keywords:**

Technology Readiness,  
Tourism Academicians,  
Individual Technological Trends

**ABSTRACT**

*Recent crises and technological advancements have prompted the integration of technology in education. Nonetheless, for technology to be effectively implemented in the education system, it must be accepted by all stakeholders involved. This study examines the inclination of tourism academicians towards technology based on specific demographic variables, analysed using statistical methods. In this quantitative study, tourism academicians self-identify as explorer, while also considering both face-to-face and hybrid education options, beyond solely distance education. Notably, high scores for optimism and insecurity were observed among the participants. The technology readiness index's discomfort and insecurity dimensions remain unchanged by socio-demographic variables. Optimism regarding technology differs by gender, with female generally having a more positive outlook than male. Both optimism and innovation differ depending on the teaching system employed. Moreover, the innovativeness dimension varies depending on technology clusters. Assisting tourism academics in adopting new technologies could reveal more favourable attitudes towards technology.*

**Introduction**

Institutions are constructed by individuals who are the fundamental catalysts of change. They will be the ones to either accept or reject alterations. Organizations and the people who work there must be ready to embrace such transformation if institutional change is capable of taking hold and flourish (Smith, 2005: 408). Each system, including an organization, a culture, a nation, and an individual, has rules that can effectively diffuse an innovation inside that system (Aydın and Tasci, 2005: 245). A significant component in the effectiveness of technology is the readiness of human resources (Keramati et al., 2011: 1920). Since readiness, which is frequently connected with education, requires human resources that have particular qualifications, individuals constitute an essential component (Harrison, 2014: 42). At this stage, determining the distinct inclinations that surface during technology adoption enables one to evaluate the individual's technological readiness (Lin and Chang, 2011: 425). Individuals with varying tendencies may struggle to grasp the significance of new technologies or develop an emotional attachment to them (Ferreira et al., 2014: 865).

The mental state of readiness precedes either supporting or resisting a transformation initiative (Armenakis et al., 1993: 681). There is evidence to substantiate that an individual's resilience in bouncing back after encountering failure or rejection has an impact on their behaviour. This phenomenon has been referred to as 'resistance' (Magotra et al., 2016: 85). Supporting behaviour happens with the endorsement of change and is marked by a positive and firm

1 Öğr. Gör. Dr.\*\* Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Ezine Meslek Yüksekokulu Turizm, Seyahat ve Eğlence Hizmetleri Bölümü [seldaegilmezgil@comu.edu.tr](mailto:seldaegilmezgil@comu.edu.tr) ORCID: 0000-0002-4931-7880

2 Prof. Dr. Balıkesir Üniversitesi Turizm Fakültesi Turizm İşletmeciliği Bölümü [bsahin@balikesir.edu.tr](mailto:bsahin@balikesir.edu.tr) ORCID: 0000-0002-1911-9066

**Cited as:** Güven, S.; Şahin, B. (2023). Analyzing Technology Readiness Level of Tourism Academicians based on Certain Demographic Variables. *Journal of Global Tourism And Technology Research*, 4(2): 56-75.

attitude towards it (Coetsee, 1999: 210). While resilience behaviour can be the biggest challenge in adopting and using new technologies (Moerschell, 2009: 1), it is essential to create a favourable impression of the modification in order to gain support for the implementation of technology (Schulz-Knappe et al., 2019: 672). New technologies are often viewed as opportunities for a comfortable future, yet, in some cases, they may be perceived as a threat (Martínez-Corcoles et al., 2017: 183). In the end, it's critical to spot specific inclinations while adopting emerging technologies (Gattiker, 1988: 345).

Technology readiness has a wide range of meanings in literature. It is a measure of readiness of individuals, corporations, and nations to adopt and utilize digital technology for greatest possible benefit (Nasution et al., 2018: 95). According to Choucri et al. (2003: 4) readiness refers to the capability to pursue opportunities for value creation by utilizing technology. The tendency of people to embrace and use new technologies is referred to as the technology readiness structure. Construct can be thought of as a broad state of mind that consists of both motivators and inhibitors, and it determines an individual's inclination to utilize new technology (Parasuraman, 2000: 308). High adoption rates of technologically-mediated services, such as internet banking and remote services used both at home and work, have been linked to technology readiness. Technology readiness is an individual difference variable, which evaluates people's overall attitude towards accepting new technologies (Blut and Wang, 2020: 650).

The field of technology-enhanced education is currently undergoing a rapid transformation, both pedagogically and technically (Watkins et al., 2004: 68). Attaining technology usage maturity, which consists of multiple subsystems and components, is a continuous challenge for the development success of all high-tech systems (Mankins, 2009: 1223). Integrating technology into teaching and learning is a challenging process that requires preparation and may present various obstacles, phrased differently (Summak et al., 2010: 2671). These obstacles might be divided into internal and external categories. The internal barrier is tied to the person himself, unlike the external barriers, which are more related to structural impediments (Ertmer et al., 1999: 54). Within the context of internal obstacles, particular tendencies of individuals can be addressed. According to Magotra et al. (2016: 83), personal inclinations play a major role in the adoption of technology. Lai (2008: 19) asserts that there are favourable and unfavourable aspects of people's viewpoints towards technology in this regard. Additionally, Parasuraman and Colby (2015: 60) stress the importance of creating novel technologies that address individuals' anxieties about new technology for them to feel secure.

The majority of academicians think that technology has some promise to improve teaching and learning, but many of them have serious concerns about how this transformation is being supported and implemented (Anderson et al., 1998: 87). However, it is anticipated that academicians' attitudes toward technology and their eagerness to adopt it will have the greatest impact on the effectiveness of technology integration and its successful usage in education (Badri et al., 2013b: 991). In this context, this research assesses of the level of technology readiness of academicians in relation to a number of demographic variables.

### **Literature**

Any technology application must be examined within the context of two interconnected issues: technological tools and investigations into who should accept adopt and use these tools (Perri et al., 2020: 1). Indeed, one of the primary challenges encountered in institutions is the insufficient diffusion of innovations and changes (Lundblad, 2003: 50). Understanding individuals' responses to technology is crucial for the proper operation of systems (Ketikidis et al., 2012: 125). In this context, *Diffusion of Innovation Theory* provides a thorough social and psychological framework intended to anticipate the decision-making process of individuals whilst adopting new technologies (Min et al., 2019: 771). The adoption and diffusion of technology can be understood through technology readiness, which considers the process of adoption in relation to individual factors and technological characteristics (Alhammadi et al., 2023: 3).

The earliest attempt to assess person's technological readiness dates back to NASA studies conducted in the middle of the 1970s (Salazar and Russi-Vigoya, 2021: 25). The research conducted by Sadin et al. (1989: 73) takes into account several "push-pull" technology development strategies, the readiness levels that technology development requires for successful knowledge transfer, and targeted technology initiatives already in place to fulfil the requirements of upcoming space systems. In the paper, the phrase "Technology Readiness Level" is absent (Héder, 2017: 4). In 1990, the system is modified to incorporate nine categories. The nine-level technology readiness level scheme is codified by John Mankins in a white paper in 1995 (Straub, 2015: 312). Concomitantly, Mankins (1995: 1)



states for the general model to be most useful, it should encompass: (a) fundamental research towards novel ideas and technology (focusing on known objectives rather than necessarily specific systems) (b) concentrated technological development addressing particular technologies for a single or more possible applications, (c) prior to the start of the whole system development for each individual application, technological development and demonstration, (d) development of a system (via the production of a first unit), and launch along with operations of the system.

The Technology Readiness Index (TRI), a framework, was designed to gauge people's general attitudes about technology (Lin et al., 2007: 642). The most straightforward way to approach the concept of TR is as a two-dimensional construct that distinguishes between motivators (innovativeness, optimism) and inhibitors (insecurity, discomfort) (Blut and Wang, 2020: 649). These four structures are as follows by Parasuraman (2000: 311) and Parasuraman and Colby (2015: 60): Optimism, a favourable opinion of technology and the conviction that it gives users greater autonomy, efficiency, and control over their life. Innovativeness is a propensity to be an innovator and thought leader in technology. Discomfort is a sense of being outmatched by technology and a lack of control over it. Insecurity is scepticism about technology's ability to function effectively and mistrust of it. This research's variables comprise optimism, innovativeness, discomfort, and insecurity. Below, these four structures will be discussed in turn.

Individual can be categorized into five clusters based on the manner in which they interact with technology (Parasuraman and Colby, 2015: 70). These segments are defined on the basis of users' level of technology usage and a number of psychographic measures. Explorers, for instance, make extensive use of technology and are inquisitive about the world. Pioneers interact intensively with technology, and they are both impulsive and success-driven. Sceptics use technology moderately and are mindful, especially when under pressure. People who hesitate use technology less and lack curiosity. The avoiders are the group that interact the least with technology, and their motivation for technology is low (Ramírez-Correa et al., 2020: 4-5). The characteristic of the technology clusters are shown in the table below:

**Table 1.** *Technology Clusters*

Segment	Optimism	Innovativeness	Discomfort	Insecurity
<b>Sceptics</b>	Low	Moderate	Low	Low
<b>Explorers</b>	High	High	Low	Low
<b>Avoiders</b>	Low	Low	High	High
<b>Pioneers</b>	High	High	High	High
<b>Hesitators</b>	Moderate	Low	Low	Low

(Mukerje et al., 2019: 9)

The interests and behaviours of an individual in connection to a technology adoption are likely to be influenced by an array of variables, including their demographic profile. Hereby, an in-depth investigation of the demographic characteristics of technology users may offer helpful insight into how these attributes may affect their perception of and adoption to a certain technology (Quazi and Talukder, 2011: 34). According to Lutz and Striessnig (2015: 70), the population's ability to accept new technologies is influenced by its demographic features, particularly by the population's degree of education. Malafe et al. (2017: 71) emphasize technology adoption and utilization is influenced by people's attitudes toward it as well as their demographic characteristics. In other words, personal traits like gender and education level are among the factors determining the way individuals use technology. Agarwal and Prasad (1999: 362) assert that individual variations have a significant role in how well technology is received. Gender, age, education level, professional seniority, preferences of instructional approach and technology clusters were all considered, each dimension of the technology readiness index was examined within the scope of the related variables, and research hypotheses were formulated in the research's context.

### **Technology Readiness**

Adoption necessitates participants being prepared for the multiple stages of adopting (Uren and Edwards, 2023: 3). Numerous theories have been proposed to elucidate why people are inclined to adopt technological innovations.

The Technology Readiness Index is one of the most recognised theories in this area (Şekkeli, 2022: 80). It has been successfully employed to scrutinise user behaviour in relation to embracing new technologies (Li et al., 2023: 3). Technology readiness can be described as a cognitive state that emerges from a combination of factors that impact an individual's willingness to adopt and integrate novel technologies. Those who possess higher levels of technology readiness are more likely to adopt new technologies. Furthermore, these individuals tend to exhibit more frequent use and greater ease in operating technological devices (Silva et al., 2022: 5). There are four components to technology readiness. The initial two components are about positive sentiments namely, optimism and innovativeness whereas the remaining two are associated with negative sentiments, namely, discomfort and insecurity (Parasuraman, 2000: 311; Parasuraman and Colby, 2015: 60). Even though these beliefs represent different personality traits, they together determine the propensity to adopt modern technologies (Mahmood et al., 2023: 3).

### **Optimism**

Optimism is a personality trait that gauges an individual's positive outlook on the future. The evidence indicates that individuals with higher levels of optimism experience better subjective well-being during challenging times (Carver et al., 2010: 879). Peterson (2000: 44) concluded that optimism is an individual difference that is linked to improved psychological well-being. A technology-based definition of optimism pertains to an individual's favourable perspective on technology (Godoe and Johansen, 2012: 40).

Taşkın and Şingir (2022: 477) indicate that female individuals may have a more optimistic outlook compared to males. However, contrary conclusions were reached by Jacobsen et al. (2014: 630) and Bjuggren and Elert (2019: 5160), whose research suggests that males are relatively more optimistic. Patton et al. (2004: 201) posit that there were barely any differences in optimism levels between males and females.

Cabras and Mondo (2018: 643) suggest that age has a noteworthy influence on an individual's level of optimism. Durbin et al. (2019: 565) note that compared to older adults, younger ones expressed more optimism. Flavian et al. (2022: 298) argue that the utilization of technology necessitates fluid cognitive skills, which tend to diminish with advancing age.

Research suggests a positive correlation between optimism and high levels of education (Pareek and Sharma, 2020: 79). While there exist only a few studies on the associations between optimism and socioeconomic resources, the current evidence implies that there is a correlation between optimism and education – one of the key marker of socioeconomic standing (Carver et al., 2010: 884). Furthermore, Niva and Mäkelä (2007: 41) suggest that the less educated have fewer positive experiences compared to the educated.

The association between a person's level of optimism and their professional seniority is said to be seen from two separate angles. The first viewpoint suggests that as employees gain more seniority, their perception of self-efficacy decreases. They may struggle to keep up with changes in technology, and their level of optimism may decrease (Üzüm and Ünal, 2023: 23). According to Mohamed et al., (2012: 45-46), there are suggestions of a negative correlation between optimism and tenure. However, as the duration of tenure increases, individuals gain more familiarity with their organization and more experience. This demonstrates the positive association between optimism and professional seniority.

Academics' willingness to adopt technology and their attitudes towards it are crucial to the success of technology integration and the effective use of it in education (Yıldırım, 2007: 172-173; Summak et al., 2010: 2672). It is likely that academicians with a more optimistic view towards technology will demonstrate a more positive outlook on distance education. The hypothesis formulated within the context of the aforementioned literature is outlined below.

H1: The demographics among academicians who display optimistic attributes are significantly different

### **Innovativeness**

Innovativeness constitutes a personality trait that endures as a characteristic or disposition distinguishing one individual from another (Midgley and Dowling, 1978: 229; Goldsmith and Foxall, 2003: 324). Innovative individuals tend to welcome risks and explore novel technological ideas. They are also capable of effectively managing high levels of uncertainty (Thakur et al., 2016: 2765). Innovative individuals can proficiently acquire new technologies independently with minimal reliance on external support (Ismail et al., 2011: 12270). According to Wang and Lee

(2020: 3), the level of innovativeness is subject to socio-demographic features. Lin C. A. (2004: 447), however, posits that demographic factors may only partially influence innovation.

It is suggested that there may be disparities in the use of technology between genders (Kupangwa and Dubihlela, 2016: 43). According to Kim et al. (2011: 717), males have a greater tendency than females to use high-tech products, which may lead to a higher level of innovation. However, Wang and Lee's (2020: 9) study suggests that gender does not have an impact on innovativeness, whereas Ha and Im (2014: 452) claim that gender differences only partially influence the different components of innovation. The findings of other studies indicate that males are more disposed towards experimenting with new technology (Elliott and Hall, 2005: 98). Shukla et al. (2015: 7) observe that from a gender perspective, technology is often linked to maleness because men are more prevalent in the technology industry than women.

Age is believed to be associated with technological innovation. It seems that younger men are more inclined towards novelty and innovation (Tsourela and Roumeliotis, 2015: 129). It is noteworthy that elderly individuals may find it challenging to adapt to the contemporary technological environment (Muster, 2020: 182). Jokisch et al. (2020: 2) suggest that the current senior generation may have decreased levels of self-efficacy concerning modern technologies such as the Internet and computers due to lack of adequate training and learning experiences. However, Yilmaz and Bayraktar (2014: 3458) found no significant correlation between the attitudes of academicians towards educational technologies and their age.

According to Ji et al. (2023: 3), a higher education level corresponds to higher innovativeness. Education is thought to positively affect innovation (Papadakis and Bourantas, 1998: 103; Bulut et al., 2013: 129; Shetu et al., 2022: 6). Conversely, the findings of Lin C. A. (2004: 454) indicate the opposite situation. Kitchell (1997: 113) suggests that insufficient technological education leads to a lower inclination to adopt new technologies, rather than a low level of education.

Individuals with greater professional seniority possess more authority, expertise, experience and abilities which are likely to encourage organizations to implement innovations (Paré et al., 2010: 29). As Kitchell (1997: 113-114) suggested, those who specialize in their field tend to be the drivers of change. Korsching et al. (2001: 82) found a positive correlation between professional seniority and innovativeness.

Identifying the suitable levels and factors of innovativeness for distance education is vital to achieving optimized preparedness for embracing new technologies (Ismail et al., 2011: 12773). According to Videgor (2023: 11), distance learning influences innovation. Additionally, greater levels of innovation lead to more effective educational practices. There is a clear, positive and significant relationship between innovativeness and distance education (Bubou and Job, 2022: 14). The hypothesis developed within the mentioned literature is presented below.

H2: The demographics among academicians who display innovativeness attributes are significantly different

### **Discomfort**

When considering the implementation of technology, it is crucial to consider the physical and emotional wellbeing of the users (Gani, et al., 2022: 91). Discomfort is linked to users' anxiety regarding their use of technology. People experiencing high levels of discomfort often find it unpleasant and overwhelming to use technology, and as a result, they try to avoid it (Barachi, et al., 2022: 4). Astuti and Nasution (2014: 82) argue that certain individuals experience discomfort and perceive technology as being exclusively for the technologically inclined. Additionally, some high-end products are only obtainable with instructions in a foreign language, which can make them appear challenging to comprehend.

Singh (2001: 395) posits that once women become accustomed to technology, they view it as a tool rather than a technological device. However, literature research commonly suggests a gender disparity, wherein women report higher levels of discomfort with technology than men (Brosnan, 1998: 63; Schumacher and Morahan-Martin, 2001: 95; Elliott and Hall, 2005: 98). The technology differences between genders can be attributed to men's inclination towards problem-solving and overcoming obstacles to achieve their objectives, while women tend to place more emphasis on the process of attaining their goals (Tsourela and Roumeliotis, 2015: 128).

The potential hindrance for elders in adopting technology may be linked to their discomfort (Flavian et al., 2022: 298). However, Gilly et al. (2012: 65) contend that the adoption of technology is more reliant on how individuals perceive the technology, not on demographic factors such as age. Astuti and Nasution (2014: 81) and Badri et al. (2013a: 4) observe that the degree of discomfort varies with age.

Inadequate education is linked to discomfort with technology (Gani et al., 2022: 92). Furthermore, education attainment has been deemed a crucial indicator of an individual's inclination towards adopting new technology. Studies show that individuals with lower education are likely to possess fewer cognitive skills necessary for learning new technology, resulting in a higher prevalence of discomfort among them (Ali et al., 2021: 16).

Stock and Groß (2016: 2172) argue that technology adoption is significantly impeded by employee tenure. However, Hemans (2020: i) has reported that employee tenure is not a factor in resistance to change or the mitigation of discomfort among individuals. Similarly, Antón-Sancho et al (2023: 12) suggest that tenure in universities does not lead to any discomfort in relation to technology.

In distance education, it is likely that participants have various levels of discomfort with the notion that their data can be archived and shared (Dennen, 2015: 45). The discomfort faced in distance education is brought about by issues with personal technical skills, worsened by the unaccustomed e-learning environment and the feeling of isolation from others (Ismail et al., 2012: 39). Mayzer and Dejong (2003: 40) state feeling of physical or emotional discomfort can be a barrier to participation in class activities. The hypothesis derived from the literature above is outlined below.

H3: The demographics among academicians who display discomfort attributes are significantly different

### **Insecurity**

Individuals who experience insecurity are less inclined to take risks and are preoccupied with present and future issues (Castanier et al., 2010: 482). The dimension of insecurity focuses on specific aspects of technology-based transactions, rather than the lack of control over new technology as a whole. In other words, those who feel insecure are skeptical of new technologies and feel uneasy using them. As a result, they develop a lack of trust in new processes and functionalities leading to a reluctance to experiment with and adopt those (Badri et al., 2013a: 1).

Women often have lower levels of confidence when it comes to properly operating new technology and a greater need for assurance regarding its reliability and accuracy (Elliott and Hall, 2005: 98). While Rojas-Méndez et al. (2017: 29) reported that men exhibit lower scores than women in the insecurity dimension of the technology readiness index, Badri et al. (2013a: 5) argues that men tend to score higher in this domain.

For older adults, technological insecurity could present a fundamental challenge (Flavian et al., 2022: 298). According to Badri et al. (2013a: 6), the level of insecurity remains constant regardless of age, likewise Ling and Moi (2007: 93) report that there is no notable disparity in the insecurity dimension relative to age. At this stage, particularly beyond certain ages, the diminishing mental and physical abilities, coupled with the stress of potentially making mistakes, can induce a sense of insecurity in seniors.

Individuals with higher educational qualifications have a lower level of technological insecurity compared to those with lower qualifications (Rojas-Méndez et al., 2017: 29). This suggests that education has a positive impact on an individual's technological confidence. Hmielowski et al. (2019: 195) argue that convincing those who are skeptical about the advantages of new technology is a challenge. There is a correlation between technological insecurity and skepticism as pointed out by Ling and Moi (2007: 87). Individuals who are not familiar with essential technological functions may find it challenging to adapt to new technologies. Consequently, incorporating these technologies into the curriculum may present academic challenges (Caison et al., 2008: 291). According to Badri et al. (2013a: 2), individuals with a master's degree experience less insecurity compared to those in a lower educational group.

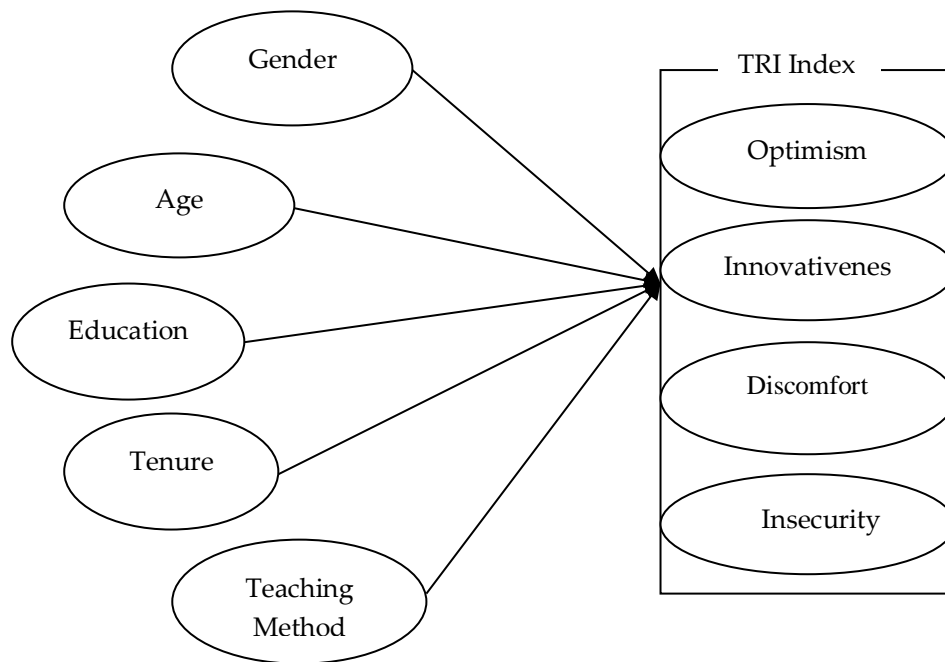
Innovation and technological adoption have a tendency to decline over time, and experienced professionals may find it challenging to adapt to and utilize new teaching, web-based, and online learning technologies (Kibici and Sarıkaya, 2021: 510). Similarly, Peled and Perzon (2022: 2664) observe that seniority influences the integration of technology in education, with technology integration tending to decrease with age. It could be posited that mental and physical abilities decline with age. Moreover, with greater experience, individuals might acquire cautious views regarding new technological approaches to carrying out business.

Distance education transforms the academic experience from the conventional teacher-centric to a more learner-centric approach. Educators take on a different role, which of a facilitator or intermediary, bridging the gap between students and the resources required for their self-directed study. These changes present a challenge to faculty and may evoke feelings of insecurity (Bower, 2001: 4). Distance education has raised various predictions, fears, and concerns. Numerous scholars have expressed skepticism concerning the long-term negative impacts of distance education on teaching. Moreover, other scholars are concerned about the shifting roles of students and teachers (Blakelock and Smith, 2006: 139). The hypothesis developed within the scope of the aforementioned literature is presented below.

H4: The demographics among academicians who display insecurity attributes are significantly different.

In this context, the research model is presented below.

**Figure1. Research Model**



## Method

According to data from higher education institutions, the number of academicians in tourism-related fields at universities is reported as 1433 (YÖK, 2023). The email addresses of the academics were obtained and the survey link was sent via email. 252 individuals participated in the survey. The research sample comprises 252 academicians in the tourism field. No prior study has investigated the relationship between demographic factors and the technological readiness of tourism scholars. A four-dimensional scale, measured via a 5-point Likert scale (1 indicating lowest and 5 indicating highest agreement), was used to evaluate respondent agreement with the survey items. The latter part of the questionnaire included enquiries into the respondents' demographic attributes. There was no request for respondents' identity, nor were they given a time restriction and convenience sampling was used to collect the data.

## Scales

Despite the immense potential of technology, institutions frequently fall short in maximizing its utilization. As a consequence, scholars have recognized key dimensions to explore the intention to use advanced technologies within educational institutions. These dimensions comprise personality and technology traits that impact technology readiness (Kaushik and Agrawal, 2021: 483-484). Academicians are willing to utilize teaching technologies, yet they

may also experience discomfort with the use of advanced technology that hinders its implementation. Parasuraman and Colby (2015), Parlak (2019) and Cimbaljević et al. (2023) conducted studies to identify dimensions for the technology readiness scale, a frequently used tool that assesses an individual's ability to adopt a new technology (Acheampong et al. 2017: 174). Furthermore, while other models and theories exist for determining technology adoption (Verkantesh et al., 2003, Meng et al., 2010), it is suggested that the optimal approach is to conceptualize technology readiness by differentiating between factors that motivate and those that inhibit (Blut and Wang, 2020: 649). The scale's items have been rearranged according to the advice given by four experts.

## Finding

252 tourism academicians participated in this research. 44.2% (111) of the participants were female and 56% (141) were male as observed. The distribution of participants according to age group was 32 aged from 19-30 years (12.7%), 172 from 31-50 years (68.3%), 45 from 51-64 years (17.9%) and 3 aged over 65 years (1.2%). Upon examining the sample in terms of educational status, it is evident that 2.4% (6) of the participants are undergraduates, 21.8% (55) are postgraduates, and 75.8% (191) are doctoral graduates. Tourism academicians' professional seniority is distributed as follows: 65 (25.8%) have 1-5 years of experience, 57 (22.6%) have 6-10 years of experience, 39 (15.5%) have 11-15 years of experience, 30 (11.9%) have 16-20 years of experience and 61 (24.2%) have more than 20 years' experience. Tourism academicians' preferences of instructional approach are 118 (46.8%) face-to-face teaching, 4 (1.6%) distance teaching and 130 (51.6%) hybrid modes. The respondents were prompted to define their identities regarding technology. Table 2 displays how the data obtained is distributed among the technology clusters.

**Table 2.** *Technology Clusters of Tourism Academicians*

	<b>Sceptics</b>	<b>Avoiders</b>	<b>Hesitators</b>	<b>Explorers</b>	<b>Pioneers</b>
<i>f</i>	27	8	39	151	27
%	10.7%	3.2%	15.5%	59.9%	10.7%

## Data Analysis

An exploratory factor analysis was conducted to evaluate the construct validity of the scale utilized in this research. To assess the suitability of the data for factor analysis, Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) and Bartlett's test results are presented initially. According to the result obtained and displayed in Table 3, the data were appropriate for factor analysis.

**Table 3.** *KMO and Bartlett's Test Results*

KMO Measure of Sampling Adequacy		0.862
Bartlett's Test of Sphericity	Mean chi-square	5631.688
	Df	990
	Sig.	.000

Following factor analysis, twelve items were excluded from the scale. Specifically, these items were distributed across different dimensions, had overlapping features, reduced the scale's reliability, and possessed eigenvalues lower than 30% on the scoring table. The factors optimism, innovativeness, discomfort and insecurity were all attempted to be assessed with 33 items. The variables, items that reflect the variables, and factor loads are listed in Table 4.

**Table 4.** *Factor Loads*

Dimensions	Items representing the variables	Factors			
		1	2	3	4
OP TIMIS M	New technologies contribute to a better quality of life	0.828			
	Technology makes me more efficient in my occupation	0.796			

	Technology gives me more freedom of mobility	0.738			
	Products and services that use the newest technologies are much more convenient to use	0.731			
	I rely on technology to keep up to date on topics I care about	0.690			
	I like technologies that allow me to tailor things to fit my own needs	0.678			
	I feel confident that technology-based systems will follow through with what I instruct them to do	0.674			
	Technology gives people more control over their daily lives	0.669			
	Technology makes me more productive in my personal life	0.668			
	Technology gives people more freedom to live and work where they please	0.661			
	I like the idea of doing business online because I am not limited to regular business hours	0.515			
INSECURITY	Whenever something gets automated, you need to check carefully that the system is not making mistakes		0.760		
	I worry that information I make available over the Internet may be misused by others		0.708		
	The human touch is very important when doing business with a company		0.693		
	When I call a business, I prefer talking to a person rather than interacting with an automated system		0.691		
	I do not consider it safe to provide personal information over the Internet		0.673		
	Any business transaction you do electronically should be confirmed later with a separate communication		0.604		
	New technology makes it too easy for governments and companies to spy on people		0.565		
	I do not feel confident doing business with a place that can only be reached online		0.559		
INNOVATIVENESS	Other people come to me for advice on new technologies			0.811	
	I enjoy the challenge of figuring out high-tech gadgets			0.811	
	In general, I am among the first in my circle of friends to acquire new technology when it appears			0.802	
	I can usually figure out new high-tech products and services without help from others			0.798	
	I find I have fewer problems than other people in making technology work for me			0.764	
DISCOMFORT	Sometimes, I think that technology systems are not designed for use by ordinary people				0.715
	There is no such thing as a manual for a high-tech product or service that's written in plain language				0.704
	It is embarrassing when I have trouble with a high-tech gadget while people are watching				0.655
	If you provide information to a technology-based system, you can never be sure it really gets to the right place				0.606
	When I get technical support from a provider of a high-tech product or service, I sometimes feel as if I am being taken advantage of by someone who knows more than I do				0.603
	Technology always seems to fail at the worst possible time				0.580

	Technical support lines are not helpful because they don't explain things in terms I understand				0.552
	I do not consider it safe to do business online				0.491
	Many new technologies have health or safety risks that are not discovered until after people have used them				0.461

Reliability, which is a fundamental trait of the scale, indicates the stability of measurement values obtained through recurrent measurements taken under the same conditions using a measuring instrument (Kılıç, 2016: 47). Cronbach's alpha coefficient is one of the criteria that evaluate reliability. According to the values displayed in Table 5, the scale has internal consistency.

**Table 5.** Cronbach's, Mean and Standard Deviation Values for Subscale

Factors	Item number	Cronbach's Alpha ( $\alpha$ )	M	SD
Optimism	11	0.901	4.215	0.8814
Innovativeness	5	0.896	3.345	1.1298
Discomfort	9	0.800	2.637	1.1098
Insecurity	8	0.833	3.672	1.0783

In order to utilize parametric tests on the dataset, normality assumptions must hold for the variables. Skewness and kurtosis coefficients can aid in determining normal distribution. These coefficients suggests that values falling between -1 and +1 are considered normal in some studies, -2 and +2 in others, and -3 and +3 in other cases (Çakır, 2019: 128). It is noted that data with a sample size exceeding 30 is considered to be distributed normally (Şencan, 2005: 193). The skewness and kurtosis coefficients for the scale are shown in Table 6.

**Table 6.** Skewness and Kurtosis for Technology Readiness Scale

Scale		Value	SE
Technology Readiness Scale	Skewness	-0.374	0.153
	Kurtosis	1.895	0.306

Subsequently, a t-test was employed for binary variables and ANOVA test was utilised for variables with over two groups to determine differences. Firstly, the Levene test was used to check whether the variances were homogeneously distributed for ANOVA test. If the variances were homogeneous, the Sheffe test was applied. However, if the variances were non-homogeneous, the Tamhane test was used.

No significant difference was identified in terms of the optimism dimension of the index of readiness for technology, age, education, professional seniority and the technology cluster in which the participants defined themselves, apart from gender and teaching approach. Table 7 presents the gender-based differences in optimism.

**Table 7.** T Test Result for Optimism

Optimism							
Variables		n	$\bar{X}$	se	t/F	p	Difference
Gender	1 Female	111	4.3079	0.6030	2.116	0.035	1>2
	2 Male	141	4.1425	0.6263			



Table 8 presents the teaching approach-based differences in optimism.

**Table 8.** ANOVA Test Result for Optimism

OPTIMISM								
Variables		n	$\bar{X}$	se	t/F	p	Difference	
Teaching Approach	1	Face to face	118	4.0855	0.7201	5.105	0.007	1<3
	2	Distance	4	4.4545	0.3149			
	3	Face to face + Distance	130	4.3259	0,4969			

The innovativeness dimension of the technology readiness index varied solely concerning the teaching approach and the technology cluster. The statistics relating to these results are respectively illustrated in Table 9 and Table 10.

**Table 9.** ANOVA Test Results of Innovativeness Dimension

INNOVATIVENESS								
Variables		n	$\bar{X}$	se	t/F	p	Difference	
Teaching Approach	1	Face to face	118	3.1610	0.9396	5.625	0.004	1<3
	2	Distance	4	4.2500	0.9000			
	3	Face to face + Distance	130	3.4846	0.9287			

**Table 10.** ANOVA Test Results of Innovativeness Dimension

INNOVATIVENESS							
Variables		n	$\bar{X}$	se	t/F	p	Difference
Technology Clusters	Sceptics	27	3.0444	0.9549	9,485	0.000	2<4,5 3<4
	Avoiders	8	1.9750	0.3454			
	Hesitators	39	2.9590	0.8146			
	Explorers	151	3.5179	0.9108			
	Pioneers	16	3.6444	0.9287			

Neither the discomfort nor the insecurity dimension of the technology readiness index change with regards to socio-demographic variables.

## Discussion

Distance education has become a preferred medium for universities around the globe following recent developments (Tartavulea et al., 2020: 921). Academic institutions worldwide are experiencing difficulties due to global crises. To tackle this, they have utilized various teaching approaches, such as online, hybrid and blended learning methods (Singh et al., 2021: 140). Despite the lack of preparedness and difficulties faced by academics, educational administrators and institutions, there is now a greater openness towards innovation and new learning opportunities (Rapanta et al., 2021: 715). Yet, the implementation and approval of novel educational technologies ought not to rely solely on students but also on academicians.

The study aimed to examine how academicians' individual tendencies towards new technologies differ based on socio-demographic factors. The study utilized the technology readiness index. According to Pozas et al. (2022: 3) technology readiness is not only determined by the frequency of technology use but also by the user's emotional experience. People's predominance of positive or negative feelings about technology may differ and result in corresponding disparities in their inclination to adopt and utilize novel technologies (Parasuraman and Colby, 2015: 60).

Tourism academicians' preferences of instructional approach are as follows: face-to-face (46.8%), hybrid (51.6%), and distance (1.6%). As evidenced by the findings, academicians in the tourism field do not favour solely distance education. Aksoğan and Duman (2020: 38) states that academicians hold varying opinions about distance education, including both positive and negative views. Many academicians do not consider distance education alone to be adequate, but rather believe that it can be more effective when combined with formal education. Çelik et al. (2022: 148) observe that the conventional formal education model has several advantages, such as the opportunity to work closely with individual students, establishing eye contact and face-to-face communication, interpreting and responding to body language, providing typical classroom management, promoting active participation, prompt feedback, and maintaining motivation continuity.

The research's findings demonstrate that 59.6% of the academicians described themselves as explorer. Explorers are individuals who display high levels of innovation and optimism, exhibit a high degree of readiness to adopt technology, and are motivated to try out new technologies without fear (Ling and Muhammad, 2006: 151). According to Akgün, (2017: 292) academicians held positive views on the acceptance, usage, and usefulness of instructional technologies. However, Kurnaz and Serçemeli state (2020: 263) the adoption of the distance education system by academicians was found to be limited. The crisis may have allowed academicians to adapt more easily to distance education technologies due to their sudden and intense exposure to technology. Moreover, over time, individuals tend to adjust to the new standards in the aftermath of a crisis.

The dimension with the highest score in the Technology Readiness Index is optimism (mean = 4.215), whereas discomfort scored the lowest (mean = 2.637). It is worthy of note that the mean score for the dimension of insecurity is also relatively high (mean = 3.672). The dimension of insecurity encompasses concerns regarding safety, apprehensions about negative consequences, and a desire for reassurance. When individuals possess inherent suspicion and skepticism towards technology, they are more likely to perceive potential risks rather than benefits, subsequently leading to avoidance of said technology (Blut and Wang, 2020: 654). Jain (2013: 56) argues that individuals desire to utilize new technologies and acknowledge their potential for delivering fast and high-quality services on time. Nonetheless, apprehension towards the safety, reliability, and privacy of online technology might also exist. In this context, scholars of tourism may adopt an optimistic stance towards technology and forthcoming advancements, while concurrently exhibiting a doubtful outlook towards technology in relation to unpredictability.

The research identified a gender difference in the optimism dimension. According to the findings, studies in the literature have either confirmed or disputed the claim women are more optimistic than men (Taşkın and Şingir, 2022; Na et al., 2021; Bjuggren and Elert, 2019; Jacobsen et al., 2014; Summak et al., 2010). Tavera-Mesías et al. (2023: 1017) explains that technology readiness for women is linked to the usability of a device. Women who hold a positive view are more likely to believe that less effort is required to learn how to use new technologies. Demirci and Ersoy (2008) argue that men exhibit greater interest in technology than women and have more self-confidence in working with technological tools. Furthermore, investigations into the determinants of technology adoption and usage behavior reveal a male bias in attitudes towards technology use. However, the research's findings demonstrate greater optimism among women compared to men.

Distance education is the subject of positive and negative debates (Sulisworo et al., 2020: 2252). When examining the study's findings, a noteworthy divergence based on optimism was observed between academics who favoured hybrid education and those who preferred face-to-face education. According to Kaushik and Agrawal (2021: 483), optimism has a significant impact on the adoption of educational technologies. Similarly, it is evident that face-to-face and hybrid education demonstrate variances in terms of innovation. Individuals who possess optimism and innovativeness with regards to learning technologies are more inclined to adopt distance education (Geng et al., 2019: 8). As an element that enhances technology readiness, innovation is linked to a favourable outlook on technology and the boldness to adopt new technologies (Negm, 2023: 62). However, it should be noted that hybrid education combines face to face and online learning. Additionally, it may be inadequate for certain tourism departments and courses with a practical focus to rely solely on distance education opportunities.

Innovativeness dimension varies among tourism clusters. Avoiders are those who score the least on the innovativeness dimension. In this context, this cluster differs from skeptics, explorers, and pioneers group and hesitators and explorers group. Wiese and Humbani (2020: 133) argue that addressing the concerns of skeptical clusters is crucial for fully realizing the value of technology implementations. Aldahdouh, et al. (2023: 13) observes that avoiders typically shun new and innovative ideas are less receptive to changes, and react cautiously when exposed to something novel. Such individuals made only minimal changes to their teaching practices when compelled to switch to distance learning. According to Wiese and Humbani (2020: 137), hesitant individuals are typically optimistic and mildly apprehensive about discomfort and insecurity. However, they are not particularly innovative in their approach. In this context, it may be deemed typical for avoiders to exhibit a low inclination towards innovation. Conversely, assuaging the skeptic's apprehensions about technology could foster a favourable outlook towards technological implementations in higher education institutions. Golan et al. (2023: 327) argue the initial hesitation towards technological advancements is linked to the uptake of said technology as well as potential drawbacks or obstacles. If the technological concerns are eliminated, it is probable that technology will become prevalent in the education sector, and academics will exhibit a favourable disposition. In other words of saying academicians who are willing to embrace new technologies are more inclined to adopt it (Haron et al, 2012: 180).

The research reveals no significant gender, age, education, professional seniority, or teaching approach differences in the discomfort and insecurity dimensions. The study examines the level of acceptance of instructional technologies among tourism academics, using the technology readiness index. Additionally, it explores how demographic variables influence the readiness to use instructional technologies.

### **Conclusion and Recommendation**

Technology has made a significant impact on all aspects of life, including education. The current era and the fast-paced advancement of technology have brought about transformations in the field of education, sparking debates about teaching methods. Currently, this situation evokes debates around teaching methods. Certain academics appraise distance education systems unfavourably, whilst others champion face-to-face education and some propose a combination of both systems. This issue is interrelated with the technological proclivities of academicians.

Rapid technological development does not guarantee uniform adoption across individuals. Thus, trends towards adopting technology are emerging as crucial factors in its use, with age, gender, and education level often determining technology acceptance. Identifying the individual technology trends of academicians in relation to socio demographic variables can be an effective way to integrate technology into the education system. As individuals are the users who facilitate the spread of technology, their skepticism and discomfort towards said technologies can hinder successful integration, regardless of their usefulness.

In this context, to enhance the effectiveness of educational technologies and embed them within the system, it is crucial to provide support for academicians who are insecure about technology. Delivering training on new technological applications can also alter negative attitudes towards technology. Systems should be structured in a user-friendly manner and be devoid of technical issues. If a user encounters difficulties with fundamental aspects such as internet connection, system language, or usage information, it may provoke unfavourable sentiments towards technology.

Initially a necessity, distance learning has become increasingly entrenched. A pivotal consideration is to optimize the efficacy of distance learning platforms. Encouraging student involvement and supplementing courses with

advanced technological innovations is imperative, given the inescapable technological evolution. Failing to adapt and resistance to change could have dire future implications.

This study is confined to tourism academicians solely in Türkiye. It should be noted that this study is limited by the electronic collection of data. These points constitute limitations of the research. To undertake more thorough investigations, it may be preferable to utilize qualitative research methods in future studies. Trends towards technology can be addressed through consideration of variables such as risk perception, value perception, and the theory of diffusion of innovation.

### **Ethics Statement**

During the writing process of this study titled "Analyzing Technology Readiness Level of Tourism Academicians based on Certain Demographic Variables", scientific rules, ethics and quotation rules were followed; No falsification has been made on the data collection and this study has not been sent to any other journal for evaluation

### **References**

- Acheampong, P., Zhiwen, L., Antwi, H. A., Otoo, A. A., Mensah, W. G., Sarpong, P. B. (2017). Hybridizing an extended technology acceptance model (TAM) to predict e-payment adoption in Ghana. *American Journal of Multidisciplinary Research*, 5(2), 172-184.
- Agarwal, R., & Prasad, J. (1999). Are individual differences germane to the acceptance of new information technologies. *Decision Sciences*, 30(2), 361-391.
- Akgün, F. (2017). Investigation of instructional technology acceptance and individual innovativeness of academicians. *Turkish Online Journal of Qualitative Inquiry*, 8(3), 291-322.
- Aksoğan, M., & Duman, M. Ç. (2020). A research on academician opinions on distance education in the COVID-19 process. *MTU Journal of Engineering and Natural Sciences*, 0(0), 38-49.
- Aldahdouh, T. Z., Murtonen, M., Riekkinen, J., Vilppu, H., Nguyen, T., & Nokelainen, P. (2023). University teachers' profiles based on digital innovativeness and instructional adaptation to COVID-19: association with learning patterns and teacher demographics. *Education and Information Technologies*, 0(0), 1-19.
- Alhammadi, K., Marashdeh, H., & Hussain, M. (2023). Assessing the effect of innovation diffusion and technology readiness theories on attitude, behavioral intention and implementation of smart learning. *Cross Cultural & Strategic Management*, 0(0), 1-19.
- Ali, S., Khalid, N., Javed, H. M., & Islam, D. M. (2021). Consumer adoption of online food delivery ordering (OFDO) services in pakistan: the impact of the COVID-19 pandemic situation. *Journal of Open Innovation Technology Market and Complexity*, 7(1), 1-23.
- Anderson, T., Varhagen, S., & Campbell, K. (1998). Faculty adoption of teaching and learning technologies: contrasting earlier adopters and mainstream faculty. *The Canadian Journal of Higher Education*, 28(2,3), 71-98.
- Antón-Sancho, Á., Vergara, D., Sánchez-Calvo, M., & Fernández-Arias, P. (2023). On the influence of the university tenure on the digital pandemic stress in higher education faculty. *Behavioral Sciences*, 13(4), 1-18.
- Armenakis, A., Harris, S. G., & Mossholder, K. W. (1993). Creating readiness for organizational change. *Human Relations*, 46(6), 681-703.
- Astuti, N. C., & Nasution, R. A. (2014). Technology readiness and e-commerce adoption among entrepreneurs of SMEs in bandung city, indonesia. *Gadjah Mada International Journal of Business*, 16(1), 69-88.
- Aydın, C. H., & Tasci, D. (2005). Measuring readiness for e-Learning: reflections from an Emerging Country. *Journal of Educational Technology & Society*, 8(4), 244-257.
- Badri, M. A., Mohaidat, J., & Rashedi, A. A. (2013a). Technology readiness of school teachers - an empirical study of measurement and segmentation. *Industrial Engineering & Management*, 2(4), 1-10.

- Badri, M., Rashedi, A. A., & Mohaidat, J. (2013b). School teachers' technology readiness – an empirical study applying readiness factors and teacher type categorization. *International Conference on Information, Business and Education Technology* (s. 991-994). Beijing: Atlantis Press.
- Barachi, M. E., Salim, T. A., Nyadzayo, M. W., Mathew, S., Badewi, A., & Amankwah-Amoah, J. (2022). The relationship between citizen readiness and the intention to continuously use smart city services: mediating effects of satisfaction and discomfort. *Technology in Society*, 71, 1-19.
- Bjuggren, C. M., & Elert, N. (2019). Gender differences in optimism. *Applied Economics*, 51(47), 5160-5173.
- Blakelock, J., & Smith, T. E. (2006). Distance learning: from multiple snapshots, a composite portrait. *Computers and Composition*, 23(1), 139-161.
- Blut, M., & Wang, C. (2020). Technology readiness: a meta-analysis of conceptualizations of the construct and its impact on technology usage. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 48, 649-669.
- Bower, B. L. (2001). Distance education: facing the faculty challenge. *Online Journal of Distance Learning Administration*, 4(2), 1-6.
- Brosnan, M. J. (1998). The impact of psychological gender, gender-related perceptions, significant others, and the introducer of technology upon computer anxiety in students. *Journal of Educational Computing Research*, 18(1), 63-78.
- Bubou, G. M., & Job, G. C. (2022). Individual innovativeness, self efficacy and e-learning readiness of students of Yenagoa study centre, National Open University of Nigeria. *Journal of Research in Innovative Teaching & Learning*, 15(1), 2-22.
- Bulut, C., Eren, H., & Halac, D. S. (2013). Social innovation and psychometric analysis. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 82, 122-130.
- Cabras, C., & Mondo, M. (2018). Coping strategies, optimism, and life satisfaction among first-year university students in Italy: gender and age differences. *Higher Education*, 75, 643-654.
- Caison, A. L., Bulman, D., Pai, S., & Neville, D. (2008). Exploring the technology readiness of nursing and medical students at a Canadian University. *Journal of Interprofessional Care*, 22(3), 283-294.
- Carver, C. S., Scheier, M. F., & Segerstrom, S. C. (2010). Optimism. *Clinical Psychology Review*, 30(7), 879-889.
- Castanier, C., Scanff, C. L., & Woodman, T. (2010). Who takes risks in high-risk sports? a typological personality approach. *Research Quarterly for Exercise and Sport*, 81(4), 478-484.
- Choucri, N., Maugis, V., Madnick, S., & Siegel, M. (2003). *GLOBAL e-READINESS - for WHAT?* Cambridge: MIT.
- Cimbaljević, M., Bajrami, D. D., Kovačić, S., Pavluković, V., Stankov, U., & Vujičić, M. (2023). Employees' technology adoption in the context of smart tourism development: the role of technological acceptance and technological readiness. *European Journal of Innovation Management*, 0(0), 1-26.
- Coetsee, L. (1999). From resistance to commitment. *Public Administration Quarterly*, 23(2), 204-222.
- Çakır, F. S. (2019). *Sosyal Bilimler İçin Parametrik Veri Analizi*. Ankara: Gazi.
- Çelik, B., Bilgin, R., & Yıldız, Y. (2022). The views of instructors in foreign language teaching with distance education model during the covid 19 pandemic process: a study at Tishk International University in Erbil, Iraq. *International Journal of Social Sciences & Educational Studies*, 9(1), 148-176.
- Demirci, A. E., & Ersoy, N. F. (2008). Technology readiness for innovative high-tech products: how consumers perceive and adopt new technologies. *The Business Review*, 11(1), 302-308.
- Dennen, V. P. (2015). Technology transience and learner data. *The Quarterly Review of Distance Education*, 16(2), 45-59.
- Durbin, K. A., Brown, M., & Mather, M. (2019). Optimism for the future in younger and older adults. *Journals of Gerontology: Psychological Sciences*, 74(4), 565-574.

- Elliott, K. M., & Hall, M. C. (2005). Assessing consumers' propensity to embrace self-service technologies: are there gender differences? *Marketing Management Journal*, 15(2), 98-107.
- Ertmer, P. A., Addison, P., Lane, M., Ross, E., & Woods, D. (1999). Examining teachers' beliefs about the role of technology in the elementary classroom. *Journal of Research on Computing in Education*, 32(1), 54-72.
- Ferreira, J. B., Rocha, A. d., & Silva, J. F. (2014). Impacts of technology readiness on emotions and cognition in Brazil. *Journal of Business Research*, 865-873.
- Flavian, C., Perez-Rueda, A., Belanche, D., & Casalo, L. V. (2022). Intention to use analytical artificial intelligence (AI) in services – the effect of technology readiness and awareness. *Journal of Service Management*, 33(2), 293-320.
- Gani, M. O., Rahman, M. S., Faroque, A. R., Sabit, A. A., & Fattah, F. A. (2022). Understanding the determinants of ePharmacy services: the moderating effect of technology discomfort. *The Bottom Line*, 35(2/3), 90-114.
- Gattiker, U. E. (1988). Technology adaptation: a typology for strategic human resource management. *Behaviour and Information Technology*, 7(4), 345-359.
- Geng, S., Law, K. M., & Niu, B. (2019). Investigating self-directed learning and technology readiness in blending learning environment. *International Journal of Educational Technology in Higher Education*, 16(17), 1-22.
- Gilly, M. C., Celsi, M. W., & Chau, H. J. (2012). It don't come easy: overcoming obstacles to technology use within a resistant consumer group. *The Journal of Consumer Affairs*, 46(1), 62-89.
- Godoe, P., & Johansen, T. S. (2012). Understanding adoption of new technologies: Technology readiness and technology acceptance as an integrated concept. *Journal of European Psychology Students*, 3(1), 38-52.
- Golan, R., Reddy, R., Muthigi, A., & Ramasamy, R. (2023). Artificial intelligence in academic writing: a paradigm-shifting technological advance. *Nature Reviews Urology*, 20, 327-328.
- Goldsmith, R. E., & Foxall, G. R. (2003). The measurement of innovativeness. (Ed.) L. V. Shavinina, *The International Handbook on Innovation* (s. 321-330). Oxford: Pergamon.
- Ha, Y., & Im, H. (2014). Determinants of mobile coupon service adoption: assessment of gender difference. *International Journal of Retail & Distribution Management*, 42(5), 441-459.
- Haron, H., Abbas, W. F., & Rahman, N. A. A. (2012). The adoption of blended learning among Malaysian academicians. *Social and Behavioral Science*, 67(10), 175-181
- Harrison, T. (2014). Rethinking readiness. *Strategic Studies Quarterly*, 8(3), 38-68.
- Héder, M. (2017). From NASA to EU: the evolution of the TRL scale in Public Sector Innovation. *The Innovation Journal: The Public Sector Innovation Journal*, 22(2), 1-23.
- Hemans, E. (2020). The mediating effects of employee apathy, fear of change and organizational tenure on organizational change initiatives in an information technology organization operating in the Caribbean: an Action Research Mixed Methods study. Liverpool University.
- Hmielowski, J. D., Boyd, A. D., Harvey, G., & Joo, J. (2019). The social dimensions of smart meters in the United States: demographics, privacy, and technology readiness. *Energy Research & Social Science*, 55, 189-197.
- Ismail, I., Ali, A. S., & Azman, N. (2012). Discomfort in e-learning: does it impact learners? *International Journal of Emerging Technology in Learning*, 7(2), 39-42.
- Ismail, I., Azizan, S. N., & Azman, N. (2011). Accessing innovativeness of distance learners toward their readiness in embracing technology. *African Journal of Business Management*, 5(33), 12768-12776.
- Jacobsen, B., Lee, J. B., Marquering, W., & Zhang, C. Y. (2014). Gender differences in optimism and asset allocation. *Journal of Economic Behavior & Organization*, 107(Part B), 630-651.
- Jain, P. (2013). Technology readiness index: measuring Indian railway employees readiness to embrace online technology. *Journal of Marketing & Communication*, 9(1), 52-46.
- Ji, M., Jiao, Y., & Cheng, N. (2023). An innovative decision-making scheme for the high-quality economic development driven by higher education. *Journal of Innovation & Knowledge*, 8, 1-11.

- Jokisch, M. R., Schmidt, L. I., Doh, M., Marquard, M., & Wahl, H.-W. (2020). The role of internet self-efficacy, innovativeness and technology avoidance in breadth of internet use: Comparing older technology experts and non-experts. *Computers in Human Behavior, 111*, 1-9.
- Kaushik, M. K., & Agrawal, D. (2021). Influence of technology readiness in adoption of e-learning. *International Journal of Educational Management, 35*(2), 483-495.
- Keramati, A., Afshari-Mofrad, M., & Kamrani, A. (2011). The role of readiness factors in E-learning outcomes: An empirical study. *Computers & Education, 57*(3), 1919-1929.
- Ketikidis, P., Dimitrovski, T., Lazuras, L., & Bath, P. A. (2012). Acceptance of health information technology in health professionals: An application of the revised technology acceptance model. *Health Informatics Journal, 18*(2), 124-134.
- Kibici, V. B., & Sarıkaya, M. (2021). Readiness levels of music teachers for online learning during the COVID 19 pandemic. *International Journal of Technology in Education, 4*(3), 501-515.
- Kılıç, S. (2016). Cronbach'ın Alfa Güvenirlik Katsayısı. *Journal of Mood Disorders, 6*(1), 47-48.
- Kim, W., Benedetto, C. A., & Lancioni, R. A. (2011). The effects of country and gender differences on consumer innovativeness and decision processes in a highly globalized high-tech product market. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics, 23*(5), 714-744.
- Kitchell, S. (1997). CEO characteristics and technological innovativeness: a Canadian perspective. *Canadian Journal of Administrative Sciences, 14*(2), 111-125.
- Korsching, P. F., El-Ghamrini, S., & Peter, G. (2001). Rural telephone companies: offering technology innovations to enhance the economic development of communities. *Technology in Society, 23*(1), 79-91.
- Kupangwa, W., & Dubihlela, J. (2016). Influence of selected demographic variables on the adoption and use of electronic business technologies by smalland medium-sized retailers. *International Journal of eBusiness and eGovernment Studies, 8*(1), 40-56.
- Kurnaz, E., & Serçemeli, M. (2020). Covid-19 pandemi döneminde akademisyenlerin uzaktan eğitim ve muhasebe eğitimine yönelik bakış açıları üzerine bir araştırma. *Uluslararası Sosyal Bilimler Akademi Dergisi, 2*(3), 262-288.
- Lai, M.-L. (2008). Technology readiness, internet self-efficacy and computing experience of professional accounting students. *Campus-Wide Information Systems, 25*(1), 18-29.
- Li, X., Zhou, Y., Liu, Y., Wang, X., & Yuen, K. F. (2023). Psychological antecedents of telehealth acceptance: A technology readiness perspective. *International Journal of Disaster Risk Reduction, 91*, 1-12.
- Lin, C. A. (2004). Webcasting adoption: technology fluidity,-user innovativeness, and media substitution. *Journal of Broadcasting & Electronic Media, 48*(3), 157-178.
- Lin, C.-H., Shih, H.-Y., & Sher, P. J. (2007). Integrating technology readiness into technology acceptance: the TRAM model. *Psychology & Marketing, 24*(7), 641-657.
- Lin, J.-S. C., & Chang, H.-C. (2011). The role of technology readiness in self-service technology acceptance. *Managing Service Quality, 21*(4), 424-444.
- Ling, L. M., & Moi, C. M. (2007). Professional students' technology readiness, prior computing experience and acceptance of an e-learning system. *Malasian Accounting Review, 6*(1), 85-99.
- Ling, L. M., & Muhammad, I. (2006). Taxation and technology: technology readiness of Malaysian tax officers in petaling jaya branch. *Journal of Financial Reporting & Accounting, 4*(1), 147-163.
- Lundblad, J. P. (2003). A review and critique of Rogers' diffusion of innovation theory as it applies to organizations. *Organizational Development Journal, 21*(4), 50-64.
- Lutz, W., & Striessnig, E. (2015). Demographic aspects of climate change mitigation and adaptation. *Population Studies, 69*(1), 69-76.

- Magotra, I., Sharma, J., & Sharma, S. K. (2016). Assessing personal disposition of individuals towards technology adoption. *Future of Business Journal*, 2(1), 81-101.
- Mahmood, A., Imran, M., & Adil, K. (2023). Modeling individual beliefs to transfigure technology readiness into technology acceptance in financial institutions. *Sage Open*, 0(0), 1-19.
- Malafe, N. S., Ahmadi, M., & Baei, F. (2017). The relationship between demographic characteristics with information and communication technology and empowerment in general organizations (case study: Sari Municipality). *International Review of Management and Marketing*, 7(2), 71-75.
- Mankins, J. C. (1995). *Technology readiness level*. Washington: Nasa.
- Mankins, J. C. (2009). Technology readiness assessments: A retrospective. *Acta Astronautica*, 1226-1223.
- Martínez-Corcoles, M., Teichmann, M., & Murdvee, M. (2017). Assessing technophobia and technophilia: Development and validation of a questionnaire. *Technology in Society*, 51, 183-188.
- Mayzer, R., & Dejong, C. (2003). Student satisfaction with distance education in a criminal justice graduate course. *Journal of Criminal Justice Education*, 14(1), 37-52.
- Meng, J., Elliott, K. M., & Hall, M. C. (2010). Technology readiness index(TRI): assessing cross-cultural validity. *Journal of International Consumer Marketing*, 22(1), 19-31.
- Midgley, D. F., & Dowling, G. R. (1978). Innovativeness: the concept and its measurement. *Journal of Consumer Research*, 4(4), 229-242.
- Min, S., Fung, K. K., & Jeong, M. (2019). Consumer adoption of the uber mobile application: insight from the diffusion of innovation theory and technology acceptance model. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 36(7), 770-783.
- Moerschell, L. (2009). Resistance to technological change in academia. *Current Issues in Education*, 11(6), 1-10.
- Mohamed, E. B., Baccar, A., Fairchild, R., & Bouri, A. (2012). Does corporate governance affect managerial optimism? evidence from NYSE panel data firms. *International Journal of Euro-Mediterranean Studies*, 5, 41-56.
- Mukerje, H. S., Deshmukh, G. K., & Prasad, U. D. (2019). Technology readiness and likelihood to use self-checkout services using smartphone in retail grocery stores: empirical evidences from Hyderabad, India. *Business Perspectives and Research*, 7(1), 1-15.
- Muster, R. (2020). Generationally diversified labor groups in contemporary labor market. a chance or a threat for organizations? *Polish Political Science Yearbook*, 49(2), 170-188.
- Na, T.-K., Lee, S.-H., & Yang, J.-Y. (2021). Moderating effect of gender on the relationship between technology readiness index and consumers' continuous use intention of self-service restaurant kiosks. *Information*, 12(7), 1-13.
- Nasution, R. A., Rusnandi, L. S., Qodariah, E., Arnita, D., & Windasari, N. A. (2018). The evaluation of digital readiness concept: Existing models and future directions. *The Asian Journal of Technology Management*, 11(2), 94-117.
- Negm, E. (2023). Intention to use Internet of Things in higher education online learning – the effect of technology readiness. *Higher Education, Skills and Work-Based Learning*, 13(1), 53-66.
- Niva, M., & Mäkelä, J. (2007). Finns and functional foods: socio-demographics, health efforts, notions of technology and the acceptability of health-promoting foods. *International Journal of Consumer Studies*, 31, 34-45.
- Papadakis, V., & Bourantas, D. (1998). The chief executive officer as corporate champion of technological innovation: aii empirical investigation. *Technology Analysis & Strategic Management*, 10(1), 89-110.
- Parasuraman, A. (2000). Technology readiness index: A multiple scale item to measure readiness to embrace new technologies. *Journal of Service Research*, 2(4), 307-320.
- Parasuraman, A., & Colby, C. L. (2015). An updated and streamlined technology readiness index: TRI 2.0. *Journal of Service Research*, 18(1), 59-74.



- Paré, G., Jaana, M., & Sicotte, C. (2010). Exploring health information technology innovativeness and its antecedents in Canadian Hospitals. *Methods of Information in Medicine, 1*, 28-36.
- Pareek, D., & Sharma, N. (2020). Impact of education on optimism/pesimism. (Eds.) R. Bala, C. Kaur, R. Singh, & P. K. Verma, *A step towards equitable and inclusive society nep* (s. 79-85). Patiala: Twentyfirst Century.
- Parlak, Y. (2019). Teknoloji kabul modeli ölçeğinin Türkçeye uyarlanması: Geçerlik güvenilirlik çalışması. İzmir: Ege Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü.
- Patton, W., Bartrum, D. A., & Creed, P. A. (2004). Gender differences for optimism, self-esteem, expectations and goals in predicting career planning and exploration in adolescents. *International Journal for Educational and Vocational Guidance, 4*, 193-209.
- Peled, Y., & Perzon, S. (2022). Systemic model for technology integration in teaching. *Education and Information Technologies, 27*, 2661-2675.
- Peterson, C. (2000). The future of optimism. *American Psychologist, 55*(1), 44-55.
- Perri, C., Giglio, C., & Corvello, V. (2020). Smart users for smart technologies: investigating the intention to adopt smart energy consumption behaviors. *Technological Forecasting & Social Change, 155*, 1-14.
- Pozas, M., Letzel-Alt, V., & Schneider, C. (2022). "The whole is greater than the sum of its parts" – exploring teachers' technology readiness profiles and its relation to their emotional state during COVID-19 emergency remote teaching. *Frontiers in Education, 7*, 1-11.
- Quazi, A., & Talukder, M. (2011). Demographic determinants of adoption of technological innovation. *Journal of Computer Information Systems, 52*(1), 34-42.
- Ramírez-Correa, P., Grandón, E. E., & Rondán-Cataluña, F. J. (2020). Users segmentation based on the Technological Readiness Adoption Index in emerging countries: The case of Chile. *Technological Forecasting & Social Change, 155*, 1-8.
- Rapanta, C., Botturi, L., Goodyear, P., Guàrdia, L., & Koole, M. (2021). Balancing technology, pedagogy and the new normal: post-pandemic challenges for higher education. *Postdigital Science and Education, 3*, 715-742.
- Rojas-Méndez, J. I., Parasuraman, A., & Papadopoulos, N. (2017). Demographics, attitudes, and technology readiness: a cross-cultural analysis and model validation. *Marketing Intelligence & Planning, 35*(1), 18-39.
- Sadin, S. R., Povinelli, F. P., & Rosen, R. (1989). The NASA technology push towards future space mission systems. *Acta Astronautica, 20*, 73-77.
- Salazar, G., & Russi-Vigoya, M. N. (2021). Technology readiness level as the foundation of human readiness level. *Ergonomic in Desing, 29*(4), 3-30.
- Schulz-Knappe, C., Koch, T., & Beckert, J. (2019). The importance of communicating change: Identifying predictors for support and resistance toward organizational change processes. *Corporate Communications: An International Journal, 24*(4), 670-685.
- Schumacher, P., & Morahan-Martin, J. (2001). Gender, internet and computer attitudes and experiences. *Computers in Human Behavior, 17*, 95-110.
- Shetu, S. N., Islam, M. M., & Promi, S. I. (2022). An empirical investigation of the continued usage intention of digital wallets: the moderating role of perceived technological innovativeness. *Future Business Journal, 8*(43), 1-17.
- Shukla, M., Guelich, U., Bechina, A., & Aurilla, A. (2015). An empirical investigation of gender impact on technological innovativeness among Thai entrepreneurs via GEM database. *The International Journal of Management Science and Information Technology, 16*, 1-15.
- Silva, G. M., Dias, Á., & Rodrigues, M. S. (2022). Continuity of use of food delivery apps: an integrated approach to the health belief model and the technology readiness and acceptance model. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity, 8*(3), 1-21.

- Singh, J., Steele, K., & Singh, L. (2021). Combining the best of online and face-to-face learning: hybrid and blended learning approach for COVID-19, post vaccine, & post pandemic world. *Journal of Educational Technology Systems*, 50(2), 140-171.
- Singh, S. (2001). Gender and the use of the internet at home. *New Media & Society*, 3(4), 395-415.
- Smith, I. (2005). Achieving readiness for organisational change. *Library Management*, 26(6/7), 408-412.
- Stock, R., & Groß, M. (2016). How does knowledge workers' social technology readiness affect their innovative work behavior? *49th Hawaii International Conference on System Sciences* (s. 2166-2175). Hawaii: IEEE.
- Straub, J. (2015). In search of technology readiness level (TRL) 10. *Aerospace Science and Technology*, 46, 312-320.
- Sulisworo, D., Astuti, A. Y., & Fatimah, N. (2020). Online learning implementation during COVID-19 mitigation in Indonesia: measuring the lecturers' technology readiness. *International Journal of Advanced Science and Technology*, 29(7), 2252-2263.
- Summak, M. S., Bağlıbel, M., & Samancıoğlu, M. (2010). Technology readiness of primary school teachers: A case study in Turkey. *Procedia Social and Behavioral Sciences*, 2, 2671-2675.
- Şencan, H. (2005). *Sosyal ve Davranışsal Ölçümlerde Güvenirlik ve Geçerlik*. Ankara: Seçkin.
- Şekkelî, Z. H. (2022). Dijital dönüşme dair algıların teknolojiye hazır olma ve kabul modeli ile analizi: Kahraman Maraş Sütçü İmam Üniversitesi MYO öğrencileri üzerinde ampririk bir çalışma. *Bilge Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 6(2), 78-89.
- Tartavulea, C. V., Albu, C. N., Albu, N., Dieaconescu, R. I., & Petre, S. (2020). Online teaching practices and the effectiveness of the educational process in the wake of the COVID-19 pandemic. *Amfiteatru Economic*, 22(55), 920-936.
- Taşkın, G. M., & Şingir, H. (2022). Optimism and system justification tendency of university students. *Opus*, 477-489.
- Tavera-Mesías, J. F., Klyton, A. v., & Collazos, A. Z. (2023). Technology readiness, mobile payments and gender- a reflective-formative second order approach. *Behaviour & Information Technology*, 42(7), 1005-1023.
- Thakur, R., Angriawan, A., & Summey, J. H. (2016). Technological opinion leadership: The role of personal innovativeness gadget love, and technological innovativeness. *Journal of Business Research*, 69, 2764-2773.
- Tsourela, M., & Roumeliotis, M. (2015). The moderating role of technology readiness, gender, and sex in consumer acceptance and actual use of technology-based services. *Journal of High Technology Management Research*, 26(2), 124-136.
- Uren, V., & Edwards, J. S. (2023). Technology readiness and the organizational journey towards AI adoption: An empirical study. *International Journal of Information Management*, 68, 1-12.
- Üzüm, S., & Ünal, A. (2023). Factors affecting teachers' academic Optimism in secondary schools. *Research on Education and Psychology*, 7(1), 15-38.
- Verkantsh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003). User acceptance of information technology: towards a unified view. *MIS Quarterly*, 27(3), 425-478.
- Vidergor, H. E. (2023). The effect of teachers' self- innovativeness on accountability, distance learning self-efficacy, and teaching practices. *Computers & Education*, 199, 1-14.
- Wang, X., & Lee, K. M. (2020). The paradox of technology innovativeness and risk perceptions – a profile of Asian smartphone users. *Telematics and Informatics*, 51, 1-12.
- Watkins, R., Leigh, D., & Triner, D. (2004). Assessing readiness for e-Learning. *Performance Improvement Quarterly*, 17(4), 66-79.
- Wiese, M., & Humbani, M. (2020). Exploring technology readiness for mobile payment app users. *The International Review of Retail, Distribution and Consumer Research*, 30(2), 123-142.
- Yıldırım, S. (2007). Current utilization of ICT in Turkish basic education schools: a review of teacher's ICT use and barriers to integration. *International Journal of Instructional Media*, 34(2), 171-186.

Yılmaz, O., & Bayraktar, D. M. (2014). Teachers' attitudes towards the use of educational technologies and their individual innovativeness categories. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 116, 3458-3461.

YÖK. (2023, Eylül 8). Yükseköğretim Bilgi Yönetim Sistemi. Yükseköğretim Bilgi Yönetim Sistemi: <https://istatistik.yok.gov.tr/>



## Türkiye'deki Jeoparkların Çevrimiçi Tanıtım Faaliyetlerine Yönelik Bir Değerlendirme

### An Evaluation of Online Promotion Activities of Geoparks in Türkiye

Büşra ŞENER<sup>1</sup>, Nihat ÇEŞMECİ<sup>2\*</sup>, Reha KILIÇHAN<sup>3</sup>

#### MAKALE BİLGİSİ

##### Makale Geçmişi:

Başvuru Tarihi: 01/09/2023  
Kabul tarihi: 14/09/2023  
Yayın tarihi: 28/10/2023

##### Anahtar Kelimeler:

Dijital Pazarlama,  
Tanıtım, Jeopark, Jeoturizm,  
Küresel JeoparklarAğı

#### ÖZET

Bu araştırma, Türkiye'de bulunan dört küresel jeopark aday alanın, çevrimiçi tanıtım açısından mevcut durumunu belirlemek ve değerlendirmek üzere gerçekleştirilmiştir. Araştırmada ağırlıklı olarak ikincil veri kaynaklarından elde edilen veriler kullanılmıştır. Türkiye'de bulunan küresel jeopark adaylarının web siteleri incelenmiş ve Facebook sosyal ağında yer alan hesaplarından yapılan paylaşımlara yoğunlaşmıştır. Yapılan yorum ve beğeni sayıları incelenmiş, paylaşılan gönderi, fotoğraf ve videoların niteliklerine göre sınıflandırılabilmesi için içerik analizine tabi tutulmuştur. Nitel araştırmalar için kullanılan Nvivo programı ile analiz edilen verilerden elde edilen bulgular doğrultusunda, Türkiye'deki küresel jeopark adaylarının tanıtım ve dijital pazarlama çabalarının, uluslararasılaşma için yeterli seviyede olmadığı ve bu jeoparkların yerli ve özellikle yabancı turistleri çekebilmek adına daha fazla çaba göstermesi gerektiği belirlenmiştir. Araştırma bulguları, Zonguldak Kömür Jeoparkı'nın ve İda Madra Jeoparkı'nın dijital tanıtım ve pazarlama çabalarının incelenen diğer jeoparklara göre daha yeterli olduğunu ve Munzur Jeoparkı'nın dijital tanıtım ve pazarlama çabalarının diğer jeoparklara kıyasla yetersiz kaldığına işaret etmektedir.

#### ARTICLE INFO

##### Background:

Received: 01/09/2023  
Accepted: 14/09/2023  
Published: 28/10/2023

##### Keywords:

Digital Marketing,  
Promotion, Geopark,  
Geotourism, Global  
Geoparks Network

#### ABSTRACT

This research was conducted to determine and evaluate the current status of four global geopark candidate areas in Türkiye in terms of online promotion. The data obtained mainly from secondary data sources were used in the study. The websites of the global geopark candidates in Türkiye were examined and the shares made from their accounts in the Facebook social network were analysed. The number of comments and likes was examined and in order to classify the shared posts, these were subjected to content analysis. In line with the findings obtained from the data analyzed with the Nvivo program used for qualitative research, it was determined that the promotion and digital marketing efforts of the global geopark candidates in Türkiye are not sufficient for internationalization and that these geoparks should make more efforts to attract domestic and especially foreign tourists. The research findings indicate that the digital promotion and marketing efforts of Zonguldak Coal Geopark and İda Madra Geopark are more adequate than the other geoparks examined, while the digital promotion and marketing efforts of Munzur Geopark are insufficient compared to other geoparks.

#### Giriş

Turizm hareketleri, dünya genelinde gün geçtikçe ivme kazanmaktadır. Ancak bununla birlikte kitle turizminin olumsuz etkileri, artan sanayileşme ve şehirleşme, hem turistlerin hem de destinasyonların

\* Sorumlu yazar / Corresponding author.

<sup>1</sup> Doktora Öğrencisi, Erciyes Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği ABD., Kayseri/Türkiye, ORCID: 0000-0001-6048-2206

<sup>2</sup> Doç. Dr., Erciyes Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm Rehberliği Bölümü, Kayseri/Türkiye, ORCID: 0000-0003-0736-4133

<sup>3</sup> Doç. Dr., Erciyes Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü, Kayseri/Türkiye, ORCID: 0000-0003-2570-5771

çevre dostu bir turizm türü arayışına girmelerine neden olmaktadır. Bu turizm türlerinden biri de jeoturizm olarak görülmektedir. Jeoturizmin doğru bir turizm planlaması ve amaca uygun bir şekilde yönetilmesiyle, sürdürülebilir turizm için önemli fırsatlar yaratabileceği düşünülmektedir. Kırsal kalkınma için olduğu kadar, doğal mirasın korunması için de ideal bir çözüm olarak görülmektedir (Kocalar, 2021). Ancak, Türkiye’de turizm alanında yapılan araştırmalarda bu konunun üzerinde çok az durulduğu görülmekte ve bu duruma Çeşmeci (2023) tarafından yapılan araştırmada da dikkat çekilmektedir. Jeoturizm üzerine yapılan araştırmaların yetersiz olmasının yanında uygulama hususunda da eksikler olduğu görülmektedir. Gürsay ve Güneş (2014: 203) tarafından sürdürülebilir jeoturizmle ilgili turizm alanındaki paydaşlara yönelik yapılan araştırma sonuçlarına göre, yönetim, fiziki ve yasal koruma, kalifiye eleman, sürdürülebilir finansal kaynak, yerel katılım ve eğitim konularında önemli eksiklerin olduğu tespit edilmiştir.

Sürdürülebilir jeoturizmin gerçekleştirilebilmesi ve bir bölgenin mirasının (kültürel, doğal, jeolojik) korunması, yerel ekonominin geliştirilmesi (eğitim ve jeoturizm ile) (Farsani, Coelho & Costa, 2014: 1) amacıyla UNESCO Küresel Jeoparklar Ağı, Avrupa Jeoparklar Ağı ve Asya Pasifik Jeo Miras ve Jeopark Ağı kurulmuş ve jeoparkların bölgesel ve küresel bazda bir çatı altında toplanması amaçlanmıştır. Bu ağlar içinde en kapsamlı olan UNESCO Küresel Jeoparklar Ağı, çalışmalarına 2001 yılı itibarıyla başlamış, 2004 yılından 2015 yılına kadar Küresel Jeoparklar Ağı ismiyle faaliyetlerini sürdürmüş, 17 Kasım 2015 tarihinden itibaren “UNESCO Küresel Jeoparklar Ağı” olarak yeniden isimlendirilmiştir (UNESCO, 2015). 30 Mayıs 2023 itibarıyla UNESCO Küresel Jeoparklar Ağı’nda 48 ülke ve bu ülkelere bağlı 195 bölge yer almaktadır (UNESCO, 2023). Jeoparkların bu ağa dâhil olabilmesi için birçok koşul aranmaktadır ve bu koşullardan birisi de jeoparka ait web sitesinin olması, bunun İngilizce yayın yapması ve jeoparkın tanıtım faaliyetlerinin yeterli düzeyde olmasıdır (UNESCO, 2022).

Literatür incelendiğinde, Türkiye’de jeoparkların pazarlama ve tanıtım faaliyetleri konusunda yapılan herhangi bir çalışmaya rastlanmamıştır. Çeşmeci (2023) tarafından Türkiye’de jeoturizm konulu araştırmalar üzerine yapılan bibliyometrik araştırmada tespit edilen çalışmaların ağırlıklı olarak, jeoturizm kaynaklarına sahip destinasyonların jeoturizm potansiyelini belirlemeye veya mevcut durumu değerlendirmeye yönelik olduğu tespit edilmiştir. Bununla birlikte jeoturizmi sürdürülebilir kalkınma aracı olarak ele alan ve/veya yerel toplulukların ya da paydaşların jeoturizme bakış açısına değinen ve jeoparkların planlanması ve jeolojik mirasın korunmasına yönelik araştırmaların çoğunlukta olduğu bulgusuna ulaşılmıştır.

Jeoparkların çevrimiçi tanıtım faaliyetleri hem destinasyonun tanıtımı ve turist potansiyelinin artırılması, hem de jeoparkların UNESCO Küresel Jeoparklar Ağı’na dâhil olabilmeleri açısından önem arz etmektedir. Bu bilgilerden yola çıkarak, bu araştırma ile Türkiye’deki jeoparkların çevrimiçi tanıtım faaliyetlerine yönelik bir değerlendirme yapılması amaçlanmıştır.

### **Jeosit, Jeomiras, Jeoturizm ve Jeopark Kavramları**

Jeositler “yerkürenin evrimi sırasında bir olayı, süreci veya oluşumları ortaya koyan belirli kaya, fosil veya mineral toplulukları, tortul dizilimler, yeryüzü şekilleri, jeolojik yapılar vb. gibi doğal varlıklar” olarak tanımlanmaktadır (Kazancı, Saroğlu & Suludere, 2015: 260). Jeomiras kavramı jeoloji ve miras kelimelerinin bileşiminden türetilmiş olup, literatürde hem jeomiras hem de jeolojik miras olarak ifade edilmektedir. Jeomiras unsurları, bir bölgedeki yerinde oluşumlar (jeositler) ve yerinde olmayan/yer değiştirmiş (müze koleksiyonlarında yer alan mineral, fosil ve kayalar) jeoçeşitlilik unsurları olarak ele alınmaktadır (Brilha, 2016: 120). Jeomiras öğelerinin bölgeye kattığı değerlerden birinin turizm imkânı olduğunu söylemek mümkündür. Şöyle ki, şehirlerin doğadan uzak ve betonarme yapısı, bireylerin turizm tercihlerinde doğa temelli bir arayışa girmelerinde etkili olmaktadır. Jeoturizm ise bu arayışa giren, jeolojik oluşumlara ilgi duyan bireylerin katıldığı doğa temelli bir turizm türü olarak değerlendirilmektedir (Böyükılmaz & Oğan, 2020: 206). Benzer şekilde, Pralong da (2006: 21) jeoturizmi doğal kaynak temelli bir turizm türü olan ekoturizmin bir parçası olarak değerlendirmektedir.

Jeoturizm faaliyetine katılan turistler jeoturist olarak adlandırılmaktadır. Jeoturistler her ne kadar jeomiras unsurlarına ilgi duyan kişiler olarak ele alınıyor olsa da Dowling (2013: 68) jeoturistleri beş farklı kategoride ele almış olup bu türler ve bunların özelliklerini şu şekilde sıralamıştır:

- ✓ temel seyahat motivasyonu jeositleri ziyaret etmek ve olumlu deneyime sahip olmak olan, amaçlı jeoturist,
- ✓ motivasyonu jeositlerden etkilenen, olumlu bir deneyim yaşayan ve bilgi dağıtımından keyif alan kasıtlı jeoturist,
- ✓ bir jeositi ziyaret etme kararında jeoturizmin orta düzeyde rol oynadığı şans eseri jeoturist,
- ✓ motivasyonu jeoturizmden etkilenmeyen ve ziyaret öncesinde jeositten haberdar bile olmayabilen kazara jeoturist ve
- ✓ jeoturizmin destinasyon seçiminde anlamlı bir rol oynamadığı ve karşılaşılan deneyimin olumsuz olduğu tesadüfi jeoturist.

Jeoturizm destinasyonlarını ziyaret eden turistlerin katıldıkları birçok etkinlik bulunmaktadır. Bu etkinliklere örnek olarak, dağ yürüyüşleri, derelerde amatör altın aramacılığı, jeolojik alanın kültür tarihini keşfetmeye yönelik açık hava müzelerini ziyaret, taslak atölye çalışmalarına katılım, yöresel ürünlerin tadına bakma ve satın alma gibi faaliyetler verilebilir (Çalık vd., 2018: 177).

Jeoturizm birçok turizm türü ile doğrudan veya dolaylı olarak ilişkilendirilmektedir. Jeoturizm ile ekoturizm arasında çok güçlü, kültür turizmi ile arasında güçlü ve macera turizmiyle arasında ise orta düzeyde bir bağ olduğu ifade edilmektedir (Newsome & Dowling, 2010: 3). Jeoturizmin beş ilkesi olduğu vurgulanmakta ve bu ilkeler ise jeolojik temelli olması, sürdürülebilir olması, eğitici olması, yerel halka faydalı olması ve turist memnuniyeti oluşturması olarak değerlendirilmektedir (Dowling, 2013: 66). Jeoturizmin odağı ve kapsamı; sahiller, sıradağlar, kanyonlar, nehir vadileri, buzul ortamları, kumul sistemleri, karstik ortamlar, volkanlar, dağlar, yer şekilleri, yıpranmış yeryüzü şekilleri, birikme yeryüzü şekilleri, volkanik yeryüzü şekilleri, kaya çıkıntıları, fosiller, regolit gösteren bölümler, şelaleler, mağaralar ve speleothemler, açığa çıkan kristaller, göktaş çarpma alanları, topraklar, taş ve minerallerin insanlar tarafından kültürel ve endüstriyel amaçlarla kullanılması sonucu oluşan kalıntılar olarak ifade edilmektedir (Newsome, Dowling & Leung, 2012: 20). Bahsi geçen bu unsurların birçoğunun bir arada bulunduğu, ulusal veya uluslararası öneme sahip, korunan alanlar jeopark olarak tanımlanabilir. Daha geniş anlamda jeopark "nadir, estetik, bilimsel ve ekonomik anlamda değer taşıyan jeolojik, jeomorfolojik, biyolojik ve kültürel miras unsurlarının birlikte bulunduğu doğal alanların eğitim, turizm ve ekonomik amaçlı olarak düzenlenmiş halini ifade eder" (Özgen Erdem, 2015: 6). Jeoparkların içerisinde, alanın kolayca gezilebilmesine olanak sağlayan jeorotalar oluşturulmaktadır. Çiftçi ve Güngör (2021) jeorota kavramını herhangi bir arazi parçası üzerinde veya jeoparkta, jeosit değeri taşıyan lokasyonlardan geçen ve belirli bir bilimsel, eğitsel veya turistik amaca hizmet eden, başlangıç ve bitiş noktaları belirlenmiş gezi güzergâhı olarak tanımlamaktadırlar.

Jeoparklar ve jeomiras olarak ele alınan unsurlar, bulunduğu bölgeye birçok fayda sağlamaktadır. Yerel ekonomiyi iyileştirmek ve ekonomik kalkınmayı teşvik etmek ve bilimsel bilgiler ile yerel halkı bilgilendirmek en çok ele alınan faydalardır (Lazaari & Aloia, 2014: 8; Chen, Lu & Ng., 2015: 226). Bir jeoparkın faaliyetlerinin duyurulması, pazarlanabilmesi ve ilgili paydaşlardan destek alabilmesi için dijital pazarlama araçlarını doğru bir şekilde kullanması önem arz etmektedir.

### **Dijital Pazarlama Kavramı**

Dünya nüfusunun %67,9'unun internet kullanıyor olması (internetworldstats.com, 2023), hem üreticiyi hem de tüketiciyi dijital ortama yönlendirmiş, dijital pazarlamayı ön plana çıkarmıştır. Dijital pazarlama, "başta internet olmak üzere cep telefonları, görüntülü reklamcılık ve diğer dijital ortamları da içeren dijital teknolojileri kullanarak ürün veya hizmetlerin pazarlanmasıdır" (Desai, 2019: 196).

Dijital pazarlamanın birçok açıdan geleneksel pazarlamaya göre avantajlı olduğunu söylemek mümkündür. Lawrence, Deshmukh ve Navajivan (2018: 118) tarafından dijital pazarlamanın geleneksel pazarlamaya göre ele alınan avantajları şu şekilde sıralanmıştır:

- ✓ Geleneksel pazarlamada reklam vermek büyük bütçeler gerektirirken, dijital pazarlamada ücretsiz bir şekilde reklam yapılabilir.
- ✓ Geleneksel pazarlamada reklam yapmak için belli bir kabul süreci varken, dijital pazarlamada eş zamanlı ürün tanıtımı yapmak mümkündür.
- ✓ Geleneksel pazarlamada etkilenen hedef kitlenin tam olarak tespit edilmesi mümkün değilken, dijital pazarlamada en çok kimlerin ürüne ilgisi olduğu tespit edilebildiğinden hedef kitle belirlemek daha kolaydır.
- ✓ Geleneksel pazarlamada reklam süresi veya metin sınırlaması mevcutken, dijital pazarlamada böyle bir sınırlamanın mevcut olmadığını söylemek mümkündür.

Dijital pazarlama yalnızca işletmelere değil, müşterilere de birtakım avantajlar sağlamaktadır. Yasmin, Tasneem ve Fatema (2015: 74-75) tarafından bu avantajlar şu şekilde sıralanmıştır:

- ✓ ürün veya hizmetlerden haberdar olma,
- ✓ daha fazla etkileşim (bilgi okuma, çevrimiçi alışveriş, geri bildirimde bulunma),
- ✓ ürün veya hizmetler hakkında net bilgi (bilgiler sözlü iletişime göre daha açık ve anlaşılabilir),
- ✓ diğerleriyle kolay karşılaştırma (farklı satıcı, farklı ürün veya hizmet karşılaştırması yapılabilir),
- ✓ 7/24 alışveriş imkânı,
- ✓ ürün veya hizmetlerin içeriğini paylaşma (başkalarına bilgi verme ve bilgi alma imkânı sağlar),
- ✓ şeffaf fiyatlandırma (fiyatlar hakkında anında bilgi almayı sağlar) ve
- ✓ anında satın alma olanağı sağlar (mağazaya gitmeden satın almayı sağlar).

Dijital pazarlama kanalları, Taiminen ve Karjaluo (2015: 636) tarafından hem iletişim yönü hem de kontrol edilebilirlik açısından sınıflandırılmıştır. Tek yönlü iletişim, gönderici ve alıcı arasında bir diyalogun olmadığı, çift yönlü iletişim ise gönderici ve alıcı arasında bir diyalogun veya geri dönüşlerin olduğu iletişim türüdür.

**Tablo 1:** Dijital Pazarlama Kanallarının Sınıflandırılması

	<b>Yüksek şirket kontrolü</b>	<b>Düşük şirket kontrolü</b>
<b>Tek yönlü</b>	Web sitesi E-posta bültenleri Çevrimiçi dizinler Banner reklamları	Arama motoru optimizasyonu Arama motoru reklamcılığı
<b>İki (çift) yönlü</b>	Şirket tarafından oluşturulan bloglar Şirketin kendi toplulukları	Sosyal medya

**Kaynak:** Taiminen & Karjaluo (2015: 636).

Etkili bir dijital pazarlama yapılabilmesi için dijital pazarlama kanallarının doğru bir şekilde kullanılması gerekmektedir. Dijital pazarlamanın başarılı bir şekilde gerçekleştirilebilmesi için işletmelerin, kaliteli bir web sitesine sahip olmaları, sosyal medya platformlarında var olmaları, arama motoru optimizasyonu çalışmalarına önem vermeleri, e-posta pazarlamasına dikkat etmeleri, ilgi çekici içerikler paylaşmaları ve dijital ortamda sundukları hizmetlerin aynı zamanda mobil ile uyumlu olması gerekmektedir (Kaur, 2017: 74).

Dijital pazarlama, yalnızca fiziksel ürünlerin değil aynı zamanda hizmetlerin de tanıtım ve pazarlanmasında kullanılan bir yöntemdir. Hizmet ağırlıklı sektörlerden biri olan turizm sektörü bünyesinde yer alan işletmelerin ve destinasyonların tanıtım ve pazarlama faaliyetlerinde dijital pazarlama kanallarını etkin bir şekilde kullanmalarının önemi gün geçtikçe artmaktadır. Bu nedenle işletmelerin web sitelerini ve sosyal medya hesaplarını etkili ve başarılı bir şekilde yönetmelerinin, işletmelerin faaliyetlerini tanıtmasına ve müşteri kazanmasına katkı sağlayacağını söylemek mümkündür. Tüketiciler veya potansiyel turistler, özellikle sosyal medyadaki paylaşımları fazlaca önemsemekte ve yapılan paylaşımlardan da oldukça fazla etkilenebilmektedir (Dedeoğlu vd., 2020). Bir web sitesinin başarılı olarak değerlendirilebilmesi için; bilgi kalitesi, kullanım kolaylığı, yanıt verebilirlik, güvenlik/gizlilik, görsel görünüm, güven, etkileşim, kişiselleştirme ve tatmin faktörleri dikkate alınmaktadır (Park & Gretzel, 2007: 46). Dijital pazarlamanın, marka bilinirliğini artırma

(Bozpolat, 2023: 13), destinasyon tercih ve satın alma kararını etkileme (Doğan, Pekiner & Karaca, 2018: 678; Sahin & Sengün, 2015: 780), bilgi alma ve tutumsal sadakat oluşturma (Almeida-Santana & Moreno-Gil, 2017: 158) ve destinasyon hakkında bilgi sağlama ve destinasyon imajı yaratma/iyileştirme (Velentza & Metaxas, 2023: 283) gibi etkileri bulunmaktadır.

Çift yönlü dijital pazarlama kanallarından biri olan sosyal medya dünya genelinde oldukça büyük kitleler tarafından kullanılmaktadır. Kepios tarafından yapılan araştırmada dünyada 4.76 milyar sosyal medya kullanıcısı olduğu (küresel nüfusun %59,4'ü) ve kullanıcı sayıları ise sırasıyla; Facebook (2 milyar 958 milyon), YouTube (2 milyar 514 milyar), WhatsApp (2 milyar), Instagram (2 milyar), WeChat (1 milyar 309 milyon), TikTok (1 milyar 51 milyon), Facebook Messenger (931 milyon), Douyin (715 milyon), Telegram (700 milyon), Snapchat (635 milyon), Kuaishou (626 milyon), Sina Weibo (584 milyon), QQ (574 milyon), Twitter (556 milyon) ve Pinterest (445 milyon) olarak ifade edilmiştir (kepios.com, 2023).

İşletmeler pazarlama ve tanıtım faaliyetlerinde genellikle Facebook, Instagram, LinkedIn, Youtube, Twitter, TikTok ve Snapchat platformlarını kullanmaktadırlar (statista.com, 2023). Facebook ve Twitter, kullanıcıların fotoğraf, video ve metin paylaşımları yapmalarına olanak tanıyan bir sosyal medya platformlarıdır. Instagram ise kullanıcıların fotoğraf ve video paylaşımı yaptıkları bir platformdur, bu platformda kişiler yazılı metinleri fotoğraf olarak paylaşabilmektedir veya fotoğraf ve videoların altına açıklama olarak ekleyebilmektedir. İşletmelerin en çok Facebook, platformunu kullanmaları nedeniyle bu araştırma kapsamında bu sosyal medya platformundaki paylaşımlar değerlendirilmiştir.

## Yöntem

Bu araştırmada nitel araştırma yaklaşımlarından durum çalışması deseni kullanılmıştır. Durum çalışması, "araştırmacının gerçek yaşam, güncel sınırlı bir sistem (bir durum) ya da belli bir zaman içerisindeki çoklu sınırlandırılmış sistemler (durumlar) hakkında çoklu bilgi kaynakları (örneğin gözlemler, mülakatlar, görsel-ışitsel materyaller ve doküman ve raporlar) aracılığıyla detaylı bilgi ve derinlemesine bilgi topladığı, bir durum betimlemesi ya da durum temaları ortaya koyduğu nitel bir yaklaşımdır" (Creswell, 2023: 99). Bu araştırmanın temel amacı, Türkiye'de bulunan küresel jeopark adaylarının sosyal medya hesaplarındaki paylaşımları inceleyerek bu jeoparkların çevrimiçi tanıtım ve pazarlama açısından mevcut durumunu değerlendirmektir. Araştırmanın amacı doğrultusunda, bu araştırmanın soruları şu şekilde belirlenmiştir:

AS1: Türkiye'deki küresel jeopark adaylarının tanıtım ve dijital pazarlama çabaları, jeoparkların uluslararasılaşması için hangi seviyededir?

AS2: Türkiye'deki küresel jeopark adaylarından hangisi çevrimiçi tanıtım ve dijital pazarlama çabaları bakımından uluslararasılaşmaya daha yakındır?

Bu araştırmayı amacına ulaştırabilmek ve araştırma sorularına cevap bulabilmek için, nitel araştırmalarda sıkça tercih edilen veri toplama tekniklerinden doküman incelemesinin kullanılması uygun görülmüştür. Doküman incelemesi araştırmada hedeflenen olgu veya olaylar hakkında bilgi içeren yazılı-görsel-ışitsel materyallerin analizini kapsar (Sığırı, 2022: 484; Yıldırım ve Şimşek, 2021: 189). Doküman çeşitleri ise, kayıt türüne göre yazılı ve sesli-görüntülü dokümanlar olmak üzere iki grupta ele alınmaktadır (Sığırı, 2022: 484). Çalışmada yazılı dokümanlardan internet içerikleri (jeopark web siteleri ve Facebook paylaşımları), sesli-görüntülü dokümanlardan ise fotoğraf ve videolar analize dâhil edilmiştir. Böylece incelenen verilerin çeşitlenmesi (data triangulation) de sağlanarak araştırmanın güvenilirliği ve geçerliliğini arttırmaya yönelik (Yıldırım ve Şimşek, 2021: 82) çaba da sarf edilmiştir.

## Evren ve Örneklem

Bu araştırma kapsamında, amaçlı örnekleme yöntemlerinden olan ölçüt (kriter örnekleme) yöntemi tercih edilmiştir. Bu yöntem bir dizi ölçütü karşılayan bütün durumların (örneklerin) incelenmesine dayanmaktadır. Bu ölçütler araştırmacı tarafından belirlenebileceği gibi, önceden hazırlanmış bir ölçüt listesi de kullanılabilir (Yıldırım ve Şimşek, 2021: 120). Türkiye'de yer alan ve UNESCO Küresel



Jeoparklar Ağı'na henüz üye olmayan, web sitesi ve sosyal medya hesapları bulunan jeoparklar ele alınmıştır (Tablo 2).

Araştırma örnekleminin belirlenme aşamasında ve sonrasında, el değiştirmesi nedeniyle yapılan değişikliklerden dolayı, Twitter'da yaşanan erişim sorunları nedeniyle ve Instagram paylaşımlarının analize elverişli olmamasından dolayı (görsel paylaşımlar ağırlıkta), sadece Facebook hesabına sahip ve web sitesi bulunan jeoparklar örnekleme dâhil edilmiştir. Nihayetinde, Nevşehir ilinde bulunan Kapadokya Jeoparkı, Zonguldak ilinde bulunan Zonguldak Kömür Jeoparkı, Tunceli ilinde bulunan Munzur (Vadisi) Jeoparkı ve Balıkesir ilinde bulunan İda Madra Jeoparkı çalışmanın örneklemini olarak kabul edilmiştir.

**Tablo 2:** Araştırma Kapsamında İncelenen Jeoparkların Web Siteleri ve Sosyal Medya Hesapları

Jeopark	Web Sitesi	Sosyal Medya Hesapları		
		Instagram	Twitter	Facebook
<b>Kapadokya Jeoparkı</b>	kapadokyajeopark.com.tr	instagram.com/kapadokyajeopark	twitter.com/cappadociageop	facebook.com/kapadokyajeopark
<b>Zonguldak Kömür Jeoparkı</b>	zonguldakgeopark.com	instagram.com/zonguldakgeopark	twitter.com/zonguldakgeoprk	facebook.com/zonguldakgeopark
<b>Munzur (Vadisi) Jeoparkı</b>	munzurjeopark.org	instagram.com/munzurjeopark	twitter.com/MJeopark	facebook.com/people/Munzur-Jeopark/100070117871478
<b>İda Madra Jeoparkı</b>	idamadrageopark.com	instagram.com/idamadrageopark	twitter.com/geoparkidamadra	facebook.com/idamadraaspiringgeopark

### Veri Toplama Aracı ve Verilerin Analiz

Araştırma kapsamında, jeoparkların web sitelerindeki içerik incelenmiş ve Facebook hesaplarındaki paylaşımlar, bunlara yapılan yorum ve beğeni sayıları, paylaşılan gönderiler, fotoğraf ve video sayıları tespit edilerek elde edilen veriler veri toplama formuna kaydedilmiştir. Jeoparkların web siteleri ve Facebook hesaplarına ait paylaşım ve etkileşimler 21.06.2023-22.06.2023 tarihleri arasında incelenmiştir. Sonrasında, elde edilen veriler Nvivo programı aracılığı ile içerik analizine tabi tutulmuştur. İçerik analizi, "herhangi bir metinde kavramların, terimlerin sayılması ve bunların karşılaştırılması şeklinde yürütülmektedir" (Baş ve Akturan, 2017: 52). Bilgisayar programı destekli olarak yapılan analiz sonucunda paylaşımlar "jeoparkla ilgili haberler", "MICE" (Toplantı, Teşvik Etkinlikleri, Konferans ve Sergiler), "jeoparklardaki faaliyetler", "jeolojik oluşumlar", "saha ve nezaket ziyareti", "tanıtım", "özel günler ve dilekler", "eğitim", "kültürel miras" ve "diğer" olmak üzere 10 kategoride toplanmıştır (Tablo 5). Kategoriler, analiz esnasında ortaya çıkan kodlara dayanılarak üç yazar tarafından birlikte değerlendirilerek oluşturulmuştur. Böylece araştırmacı çeşitlemesi (Yıldırım ve Şimşek, 2021: 291) yapılarak çalışmanın geçerlik ve güvenilirliği arttırılmaya çalışılmıştır. Bu analizlere ek olarak, UNESCO Küresel Jeoparklar Ağı'na katılmak için yerine getirilmesi şart olan kriterlerin bulunduğu kontrol listesi (UNESCO, 2022) incelenmiş, araştırma kapsamında ele alınan özelliklere denk gelen maddeler değerlendirilerek dört jeoparkın uluslararasılaşmaya yönelik uygunluğu tartışılmıştır.

### Bulgular ve Tartışma

Araştırmanın bu bölümünde, incelenen jeopark web sitelerine ilişkin değerlendirmeye ve Facebook paylaşımlarının analizi neticesinde ortaya çıkan kod ve kategorilere yer verilmiştir. Ayrıca, Facebook hesaplarındaki takipçi sayısı, gönderi sayısı, fotoğraf sayısı, video sayısı, beğeni sayısı, yorum sayısı gibi bilgilere, paylaşım sayılarına ve paylaşılan gönderi, fotoğraf ve videoların içeriklerine yönelik bulgu ve değerlendirmelere yer verilmiştir.

**Tablo 3:** İncelenen Jeopark Web Sitelerinin Özellikleri

Jeopark	Hakkımızda Bilgisi	Gezi Rotaları Jeorota	Jeosit Bilgileri ve Görselleri	Sosyal Medya Hesap Linkleri	Etkinlik ve Haberler	İletişim Bilgisi	Yabancı Dil Desteği
Kapadokya Jeoparkı	X	X	✓	X	✓	✓	X
Zonguldak Kömür Jeoparkı	✓	X	✓	✓	✓	✓	✓
Munzur (Vadisi) Jeoparkı	✓	X	X	✓	✓	✓	X
İda Madra Jeoparkı	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓

Araştırma kapsamında incelenen jeopark web sitelerinde (Tablo 3), jeoparkla ilgili genel bilgilerin (konumu, yüzölçümü vb.) yer aldığı ve jeopark yönetiminin ve örgüt yapısının da ele alındığı “Hakkımızda” sayfasının sadece Kapadokya Jeoparkı’nın web sitesinde yer almadığı belirlenmiştir.

Jeoparkların turistler tarafından kolaylıkla gezilmesini sağlayan ve farklı jeositler yada çekicilikler arasında optimal turist deneyiminin yaşanmasını kolaylaştıran gezi rotaları ya da “jeorotalar” jeoparkların en önemli unsurlarıdır. Arazi özellikleri ve altyapıya bağlı olarak yürüyüş rotaları, araçlı, atlı veya bisikletli rotaları oluşturularak jeopark web sitesinde bunlara yer verilmesi ziyaretçilerin planlama yapabilmesi açısından önem taşımaktadır. İncelenen dört jeoparkın sadece birinin (İda Madra Jeoparkı) web sitesinde rotalarla ilgili bilgi yer alırken, diğer üç jeoparkta bu konuda bilgiye ulaşılamamıştır. İda Madra Jeoparkı web sitesinde “Haritalar” sayfasında yer alan yürüyüş rotaları haritaları bulunmasına karşın, bu haritalarda yürüyüş rotalarına ilişkin ayrıntılı bilgi yer almamaktadır. Kapadokya ve Munzur Jeoparklarının web sitelerinde ise “Rotalar” olarak isimlendirilen linkler yer almasına rağmen, bunlar henüz aktif durumda değildir.

Jeoparkların temel çekiciliği durumunda olan jeositlerle ilgili bilgi ve görseller belki de bir jeopark web sitesinin temelini teşkil etmektedir. Araştırma kapsamında incelenen jeopark web siteleri arasında sadece Munzur (Vadisi) Jeoparkı web sitesinin böyle bir eksikliği olduğu tespit edilmiştir. Bu jeoparkın web sitesinde jeositlerle ilgili bazı görsellere rastlansa da bunlar sistematik bir şekilde sınıflandırılmamış ve bunlara yönelik ayrıntılı bilgiye yer verilmemiştir.

Özellikle genç neslin ilgisini canlı tutmak ve jeoparkla hitap ettiği kitle arasında etkileşimi sürekli kılmak adına, jeoparkın web sitesinden sosyal medya hesaplarına linklerin bulunması önem arz etmektedir. Araştırma örneğini teşkil eden jeopark web sitelerinin bu konuda başarılı olduğu ifade edilebilir. Sadece Kapadokya Jeoparkının web sitesinde bu bağlantıların eksik olduğu tespit edilmiştir. Her dört jeoparkın web sitesinin başarılı olduğu diğer iki konu ise, jeoparkla ilgili etkinlik ve/veya haberlerin yer aldığı bir bölümün olması ve jeopark idaresi ile iletişim imkânının web sitesi aracılığıyla verilmiş olmasıdır. İncelenen jeopark web siteleri arasından ikisinin yabancı dil desteğine sahip oldukları belirlenirken (Zonguldak Kömür Jeoparkı ve İda Madra Jeoparkı), diğer ikisinin web sitesinin sadece Türkçe tasarlandığı tespit edilmiştir.

Daha önce araştırmanın evren ve örneklem bölümünde de ifade edildiği gibi, jeoparkların mevcut olan sosyal medya hesaplarından sadece Facebook hesapları analiz edilmek üzere tercih edilmiştir. Jeoparkların Facebook hesaplarına yönelik yapılan analiz sonuçları değerlendirildiğinde, en çok takipçiye sahip hesabın Kapadokya Jeoparkı’na (1.800), en az takipçili hesabın ise Zonguldak Kömür Jeoparkı’na (487) ait olduğu görülmektedir. Hesapların gönderi sayıları incelendiğinde ise tam aksine, Zonguldak Kömür Jeoparkı’nın gönderi sayısının en fazla olduğu (228) dikkat çekmektedir. Munzur Jeoparkı’nın gönderi sayısının (29) ise oldukça düşük olduğu ve Zonguldak Kömür Jeoparkı’nın gönderi sayısının %13’ü kadar olduğu önemli bulgular arasındadır.

Fotoğraf ve video paylaşımları incelendiğinde, gönderi sayısı ile benzer şekilde Zonguldak Kömür Jeoparkı'nın fotoğraf (741) ve video (44) paylaşımlarının diğer hesaplara göre oldukça fazla olduğu, Munzur Jeoparkı'nın fotoğraf (22) ve video (6) paylaşımlarının ise en az olduğu görülmektedir. Gönderilere yönelik yapılan yorum (68) ve gönderilerin paylaşılma (237) sayılarında da Kapadokya Jeoparkı hesabının diğer jeopark hesaplarına göre önde olduğu tespit edilmiştir. Kapadokya destinasyonunun zaten bilinen, oturmuş ve dünya genelinde turistlerce çok tercih edilen bir destinasyon olduğu dikkate alındığında hem takipçi sayısı, hem de yorum ve gönderi paylaşımlarının fazla olması şaşırtıcı değildir. Zonguldak Kömür Jeoparkı hesabının takipçi sayısı az olsa da (Kapadokya Jeoparkı hesabının ¼ kadar), gönderilerine yönelik yorum ve paylaşılma sayıları oldukça fazladır (Tablo 4).

**Tablo 4:** İncelenen Jeoparkların Facebook Hesapları ve Gönderilerine İlişkin Ayrıntılar

Jeopark	Takipçi Sayısı	Gönderi Sayısı	Fotoğraf Sayısı	Video Sayısı	Beğeni Sayısı	Yorum Sayısı	Paylaşılma Sayısı
Kapadokya Jeoparkı (Nevşehir)	1.800	117	129	8	3286	68	237
Zonguldak Kömür Jeoparkı (Zonguldak)	487	228	741	44	1970	50	226
Munzur Jeoparkı (Tunceli)	492	29	22	6	311	4	47
İda Madra Jeoparkı (Balıkesir)	1.200	71	164	9	1519	18	56

\*Profil ve kapak fotoğrafları gönderilere ve fotoğraflara dâhil edilmemiştir.

Araştırma örneklemini teşkil eden jeoparkların Facebook hesaplarında paylaşılan gönderiler, fotoğraflar ve videolar içerik bakımından incelenmiş ve içeriklerine göre kodlanarak, bu kodlardan benzer özellikte olanlar kategorilere ayrılmıştır. Oluşturulan kategorilerden hiçbirine dâhil edilemeyen kodlar ise “diğer” olarak belirlenen kategori altında toplanmıştır. İncelenen gönderiler sonucunda ortaya çıkan 41 kod jeoparkla ilgili haberler”, “MICE”, “jeoparklardaki faaliyetler”, “jeolojik oluşumlar”, “saha ve nezaket ziyareti”, “tanıtım”, “özel günler ve dilekler”, “eğitim”, “kültürel miras” ve “diğer” olmak üzere 10 kategoride toplanmıştır.

**Tablo 5:** İçerik Analizi Sonucunda Oluşturulan Kodlar ve Kategoriler

Kategoriler	Kodlar
1. Jeoparkla İlgili Haberler	Gazete, Dergi ve Televizyon Haberleri / Duyurular / Haber Videoları / Bölgeye Gelen Ziyaretçi İstatistikleri
2. Jeoparkla İlgili MICE*	Toplantılar / Festivaller / Fuarlar / Konferanslar / Kurultaylar / Projeler / Sergiler / Sunumlar / Söyleşiler / Çalıştaylar
3. Jeoparktaki Faaliyetler	Jeoparkta Gerçekleştirilen Etkinlikler
4. Jeolojik Oluşumlar	Hakkında Bilgi Olan Jeolojik Oluşumlar Paylaşımları / Hakkında Bilgi Olmayan Jeolojik Oluşum Paylaşımları
5. Saha ve Nezaket Ziyareti	Teknik Geziler / Turistik Geziler / Nezaket Ziyaretleri
6. Tanıtım Videoları	Bilgi Videoları / Tanıtım Videoları
7. Özel Günler ve Dilekler	Belirli Gün ve Haftalar / İyi Dilek Mesajları
8. Eğitim	Jeoparklar Hakkında Eğitim / Jeoparkla İlgili Araştırmalar / Terimsel Bilgiler
9. Kültürel Miras	Yapılar / Türkü Paylaşımları / Yöresel Ürünler / Hikâyeler / Efsane Görseli
10. Diğer	Erişilemeyen İçerik / Reklam / Bilgi Merkezi / Alternatif Turizm / Harita / Temizlik ve Bakım / Tebrik Mesajı / Kitap Tanıtımı / Doğal Afet Paylaşımları

\*MICE (Meetings, Incentives, Conferences and Exhibitions-Toplantı, Teşvik Etkinlikleri, Konferans ve Sergiler).

Takip eden bölümde, her bir jeoparka ait Facebook hesabının içerik analizi sonrasındaki bulgulara yönelik bilgiler yer almaktadır. Tablolardaki veriler incelenirken Facebook'taki bir gönderide birden fazla ve farklı niteliklerdeki içerik türlerinin bulunabileceği dikkate alınmalıdır.

Kapadokya Jeoparkı'na ait Facebook hesabındaki gönderiler incelendiğinde (Tablo 6), en çok jeoparkla ilgili haberlere (%26,4), özel günler ve dileklere (%20) ve jeolojik oluşumlara (%19,2), en az ise

saha ve nezaket ziyaretine (%1,6) ve tanıtıma (%0,8) yönelik paylaşımların yapıldığı bulgulanmıştır. Fotoğraf paylaşımları incelendiğinde, jeolojik oluşumlara (%28,7) ve MICE'a (%17,1) yönelik fotoğrafların diğer kategorilere nispeten daha fazla olduğu dikkat çekmektedir. Video paylaşımları incelendiğinde ise, yalnızca tanıtım (%37,5), jeoparkla ilgili haberler (%25), kültürel miras (%25) ve jeolojik oluşumlar (%12,5) ile ilgili videoların yer aldığı dikkat çekmektedir.

**Tablo 6:** Kapadokya Jeoparkı'na Ait Facebook Hesabı Gönderi, Fotoğraf ve Video İçerikleri

Gönderi İçerikleri	Gönderi Sayısı	Fotoğraf İçerikleri	Fotoğraf Sayısı	Video İçerikleri	Video Sayısı
Jeoparkla İlgili Haberler	33	Jeoparkla İlgili Haberler	11	Jeoparkla İlgili Haberler	2
MICE*	8	MICE	22	MICE	0
Jeoparktaki Faaliyetler	11	Jeoparktaki Faaliyetler	2	Jeoparktaki Faaliyetler	0
Jeolojik Oluşumlar	24	Jeolojik Oluşumlar	37	Jeolojik Oluşumlar	1
Saha ve Nezaket Ziyareti	2	Saha ve Nezaket Ziyareti	18	Saha ve Nezaket Ziyareti	0
Tanıtım Videoları	1	Tanıtım	1	Tanıtım	3
Özel Günler ve Dilekler	25	Özel Günler ve Dilekler	16	Özel Günler ve Dilekler	0
Eğitim	0	Eğitim	0	Eğitim	0
Kültürel Miras	14	Kültürel Miras	2	Kültürel Miras	2
Diğer	7	Diğer	20	Diğer	0
<b>Toplam: 125</b>		<b>Toplam: 129</b>		<b>Toplam: 8</b>	

\*MICE (Meetings, Incentives, Conferences and Exhibitions-Toplantı, Teşvik Etkinlikleri, Konferans ve Sergiler).

Zonguldak Kömür Jeoparkı'nın Facebook hesabında yer alan gönderiler incelendiğinde (Tablo 7), ağırlıklı olarak MICE (%55,1), jeolojik oluşumlar (%28,6) ve kültürel miras (%21,1) ile ilgili paylaşım yapıldığı görülmüştür. Benzer şekilde paylaşılan fotoğrafların en çok MICE (%43,7), kültürel miras (%25,6) ve jeolojik oluşumlar (%17,1) hakkında olduğu dikkat çekmektedir. Video paylaşımları incelendiğinde ise, tanıtıma (%36,4), MICE'a (%13,6), jeolojik oluşumlara (%11,4) ve özel günler ve dileklere (%11,4) yönelik paylaşımların ön planda olduğu bulgusuna ulaşılmıştır.

**Tablo 7:** Zonguldak Kömür Jeoparkı'na Ait Facebook Hesabı Gönderi, Fotoğraf ve Video İçerikleri

Gönderi İçerikleri	Gönderi Sayısı	Fotoğraf İçerikleri	Fotoğraf Sayısı	Video İçerikleri	Video Sayısı
Jeoparkla İlgili Haberler	0	Jeoparkla İlgili Haberler	1	Jeoparkla İlgili Haberler	0
MICE*	81	MICE	324	MICE	6
Jeoparktaki Faaliyetler	17	Jeoparktaki Faaliyetler	33	Jeoparktaki Faaliyetler	4
Jeolojik Oluşumlar	42	Jeolojik Oluşumlar	127	Jeolojik Oluşumlar	5
Saha ve Nezaket Ziyareti	17	Saha ve Nezaket Ziyareti	30	Saha ve Nezaket Ziyareti	1
Tanıtım Videoları	28	Tanıtım	0	Tanıtım	16
Özel Günler ve Dilekler	30	Özel Günler ve Dilekler	16	Özel Günler ve Dilekler	5
Eğitim	1	Eğitim	20	Eğitim	4
Kültürel Miras	31	Kültürel Miras	190	Kültürel Miras	3
Diğer	0	Diğer	0	Diğer	0
<b>Toplam: 147</b>		<b>Toplam: 741</b>		<b>Toplam: 44</b>	

\*MICE (Meetings, Incentives, Conferences and Exhibitions-Toplantı, Teşvik Etkinlikleri, Konferans ve Sergiler).

Munzur Jeoparkı'nın Facebook hesabındaki gönderiler incelendiğinde (Tablo 8), en çok MICE (%39,1), özel günler ve dilekler (%32,6) ve tanıtım (%4,4) ile ilgili paylaşımların olduğu ancak diğer kategorilerdeki paylaşımların yetersiz olduğu bulgusu dikkat çekmektedir. Paylaşılan fotoğraflar incelendiğinde, fotoğrafların yalnızca MICE (%90,9) ve jeolojik oluşumlar (%9,1) ile ilgili olduğu başka fotoğraflara yer verilmediği görülmektedir. Jeoparkla ilgili haberler (%33,3), jeolojik oluşumlar (%33,3), MICE (%16,7) ve kültürel miras (%16,7) ile ilgili videolara yer verildiği bulgulanmıştır.

**Tablo 8:** Munzur Jeoparkı'na Ait Facebook Hesabı Gönderi, Fotoğraf ve Video İçerikleri

Gönderi İçerikleri	Gönderi Sayısı	Fotoğraf İçerikleri	Fotoğraf Sayısı	Video İçerikleri	Video Sayısı
Jeoparkla İlgili Haberler	9	Jeoparkla İlgili Haberler	0	Jeoparkla İlgili Haberler	2
MICE*	18	MICE	20	MICE	1
Jeoparktaki Faaliyetler	0	Jeoparktaki Faaliyetler	0	Jeoparktaki Faaliyetler	0
Jeolojik Oluşumlar	1	Jeolojik Oluşumlar	2	Jeolojik Oluşumlar	2
Saha ve Nezaket Ziyareti	0	Saha ve Nezaket Ziyareti	0	Saha ve Nezaket Ziyareti	0
Tanıtım Videoları	2	Tanıtım	0	Tanıtım	0
Özel Günler ve Dilekler	15	Özel Günler ve Dilekler	0	Özel Günler ve Dilekler	0
Eğitim	0	Eğitim	0	Eğitim	0
Kültürel Miras	1	Kültürel Miras	0	Kültürel Miras	1
Diğer	0	Diğer	0	Diğer	0
<b>Toplam: 46</b>		<b>Toplam: 22</b>		<b>Toplam: 6</b>	

\*MICE (Meetings, Incentives, Conferences and Exhibitions-Toplantı, Teşvik Etkinlikleri, Konferans ve Sergiler).

İda Madra Jeoparkı'nın Facebook gönderileri incelendiğinde (Tablo 9), özel günler ve dilekler (%29,6) MICE (%18,3) ve saha ve nezaket ziyareti (%14,1) ile ilgili paylaşımlara ağırlıklı olarak yer verildiği görülmektedir. Fotoğraf paylaşımlarında en çok, jeolojik oluşumlara (%28), MICE'a (%25) ve saha ve nezaket ziyareti (%14,6) yönelik paylaşımların olduğu bulgusuna ulaşılmıştır. Video paylaşımlarının ise en çok jeolojik oluşumlar (%77,8) ile ilgili olduğu dikkat çekmektedir.

**Tablo 9:** İda Madra Jeoparkı'na Ait Facebook Hesabı Gönderi, Fotoğraf ve Video İçerikleri

Gönderi İçerikleri	Gönderi Sayısı	Fotoğraf İçerikleri	Fotoğraf Sayısı	Video İçerikleri	Video Sayısı
Jeoparkla İlgili Haberler	3	Jeoparkla İlgili Haberler	0	Jeoparkla İlgili Haberler	0
MICE*	13	MICE	41	MICE	0
Jeoparktaki Faaliyetler	1	Jeoparktaki Faaliyetler	3	Jeoparktaki Faaliyetler	1
Jeolojik Oluşumlar	7	Jeolojik Oluşumlar	46	Jeolojik Oluşumlar	7
Saha ve Nezaket Ziyareti	10	Saha ve Nezaket Ziyareti	24	Saha ve Nezaket Ziyareti	0
Tanıtım Videoları	3	Tanıtım	0	Tanıtım	0
Özel Günler ve Dilekler	21	Özel Günler ve Dilekler	15	Özel Günler ve Dilekler	0
Eğitim	6	Eğitim	10	Eğitim	0
Kültürel Miras	1	Kültürel Miras	0	Kültürel Miras	0
Diğer	6	Diğer	25	Diğer	1
<b>Toplam: 71</b>		<b>Toplam: 164</b>		<b>Toplam: 9</b>	

\*MICE (Meetings, Incentives, Conferences and Exhibitions-Toplantı, Teşvik Etkinlikleri, Konferans ve Sergiler).

Genel olarak bakıldığında, incelenen jeoparkların web sitelerine yönelik bulgular ve Facebook hesaplarındaki gönderi sayıları ile içeriklerine ilişkin bulgular birbiriyle paralellik göstermektedir. Sadece İda Madra Jeoparkı'nın Facebook hesabı gönderi sayısının yetersiz olduğu ve web sitesinin tanıtım açısından daha çok ön plana çıktığı ifade edilebilir.

## Sonuç ve Öneriler

Jeoparkların UNESCO Jeoparklar Ağı'na dâhil olabilmesi için jeoparka ait bir web sitesi olması, kültürel ve jeolojik mirası tanıtması ve tanıtım, keşif, eğitim gibi faaliyetler ile bu unsurlar arasında bir bağ kurabilmesi gibi birtakım şartlar aranmaktadır (UNESCO, 2022). Bu şartların sağlanması jeoparkın uluslararasılaşmasını daha mümkün kılmaktadır. Bu araştırma kapsamında Türkiye'de bulunan ve web sitesi olan dört jeoparkın (Kapadokya Jeoparkı, Zonguldak Kömür Jeoparkı, Munzur Jeoparkı ve İda Madra Jeoparkı) web siteleri ve Facebook hesapları incelenmiş ve gönderi, fotoğraf, video gibi paylaşımları ve bu paylaşımlara gelen yorum, beğeni ve paylaşılma sayıları analiz edilmiştir. Bu araştırmada, Türkiye'deki küresel jeopark adaylarının tanıtım ve dijital pazarlama çabalarının, jeoparkların uluslararasılaşması için ne seviyede olduğunun ve hangi jeoparkın uluslararasılaşmaya daha yakın olduğunun tespit edilmesi amaçlanmıştır.

Kapadokya Jeoparkı'nın sosyal medyada beğeni, yorum ve paylaşılma sayısında lider pozisyonda olduğu görülmektedir, bu durumun jeoparkın dünyaca tanınan, marka bilinirliği yüksek bir destinasyonda (Bozpolat, 2023) yer almasından ve bunun "meyvelerini toplamasından" kaynaklandığı düşünülmektedir. Buna rağmen, Kapadokya Jeoparkı'nın dijital tanıtım çabalarının yetersiz olduğu görülmektedir. Jeoparka ait veriler incelendiğinde, Facebook hesabından birçok konuda paylaşımın yapılmasına rağmen, eğitim ile ilgili paylaşımların olmadığı dikkat çekmektedir. Bu husus önemlidir çünkü eğitim ile ilgili çalışmalar, jeoparkların uluslararasılaşması için olduğu kadar, sürdürülebilirlik için de önemli (Catana ve Brilha, 2020) ve gereklidir. Ayrıca, jeoparkın web sitesinin yabancı dil desteğinin bulunmaması ve burada jeolojik siteleri içeren rotalara yer verilmemiş olması, diğer önemli bir eksik olarak ifade edilebilir. Bu kapsamda Kapadokya Jeoparkı'nın dijital tanıtımı ile ilgilenen birim veya kişilere, bu konular üzerine çalışmaları ve web sitesindeki eksikleri tamamlayarak, sosyal medyadan da bu çalışmaları yansıtmasını önerilebilir.

Benzer bir şekilde, Zonguldak Kömür Jeoparkı'nın da web sitesindeki rota eksikliklerinin giderilmesi önerilebilir. Ayrıca, Facebook hesabına yönelik bulgulardan hareketle, jeoparkla ilgili haberlere sosyal medyada yeterince yer verilmediği bulgusu da dikkat çekmektedir. Buradan hareketle, Zonguldak Kömür Jeoparkı'nın dergi, gazete, tv veya internette yayınlanan jeoparkla ilgili haberleri sosyal medyada da yayınlanması önerilebilir. Bu mecralarda jeopark ile ilgili haberlerin yer alması hem tanıtım için hem de iyi bir imaj oluşturmak için önemli olduğundan, bu konuya ağırlık verilmesi daha da başarılı sonuçlar alınmasını sağlayabilecektir.

Munzur Jeoparkı'nın hem web sitesi hem de Facebook hesabı ile ilgili bulgular incelendiğinde, tanıtım ve dolayısıyla uluslararasılaşma konusunda önemli eksikleri olduğu ifade edilebilir. Bu eksiklerin nedenleri belki de jeoparkın diğer jeoparklara göre daha az kalkınmış bir bölgede yer alması veya dijital tanıtım çalışmalarına diğerlerine göre daha geç başlamış olması olabilir. Ancak, bunlara rağmen, oldukça başarılı bir web sitesi tasarımına sahip olduğunun da belirtilmesi gerekir.

İda Madra Jeoparkı'na ait web sitesinin inceleme kriterleri dikkate alındığında, diğer jeoparklara göre eksiksiz olduğu ifade edilebilir. Jeoparkın Facebook hesabı ile ilgili paylaşımlara yönelik bulgularda ise, jeoparkla ilgili haberlere ve kültürel miras öğelerine yeterince yer verilmediği dikkat çekmektedir. Bu konular tanıtım ve imaj oluşturabilmek için önemli olduğundan paylaşımlarda bunlara da yer verilmesi faydalı olacaktır.

İncelenen jeoparklar arasından, Zonguldak Kömür Jeoparkı'nın ve İda Madra Jeoparkı'nın tanıtım ve dijital pazarlama çabalarının, jeoparkların uluslararasılaşması için yeterli düzeyde olabileceği düşünülmektedir. UNESCO Küresel Jeoparklar Ağı'na katılma kriterleri incelendiğinde, Zonguldak Kömür Jeoparkı ve İda Madra Jeoparkı hem web siteleri hem de Facebook hesaplarındaki paylaşımlarında değindikleri konulara bakarak, uluslararasılaşmaya daha yakın oldukları ifade edilebilir.

Bu araştırmada sosyal medya ağlarından yalnızca Facebook verilerinin analiz edilmiş olması önemli bir kısıttır. Zaman sınırlılığı ve anlık olarak beğeni, yorum ve paylaşım sayısı gibi verilerde değişiklik olabilmesi araştırmanın temel sınırlılıklarındandır. Bu sınırlılıklar göz önüne alındığında, ileride gerçekleştirilecek çalışmalarda, belirli aralıklarla tekrarlı ölçümlerin yapıldığı uzamsal (longitudinal) bir araştırma deseni kullanılabilir ve Facebook'a ek olarak diğer sosyal medya hesaplarındaki paylaşımların araştırılması da önerilebilir. Ayrıca, bu konuya yönelik yurtdışında bulunan jeoparklarla ve UNESCO Küresel Jeoparklar Ağı'na üye olmuş jeoparklarla ilgili veriler toplanarak karşılaştırmalar gerçekleştirilebilir.

### **Etik Beyanı**

"Türkiye'deki Jeoparkların Çevrimiçi Tanıtım Faaliyetlerine Yönelik Bir Değerlendirme" başlıklı bu çalışmanın yazım sürecinde bilimsel kurallara, etik ve alıntı kurallarına uyulmuş; verilerin toplanmasında herhangi bir tahrifat yapılmamış ve bu çalışma değerlendirilmek üzere başka bir dergiye gönderilmemiştir.

## Kaynakça

- Almeida-Santana, A., & Moreno-Gil, S. (2017). New trends in information search and their influence on destination loyalty: Digital destinations and relationship marketing. *Journal of destination marketing & management*, 6(2), 150-161. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2017.02.003>
- Baş, T., & Akturan, U., (2017). *Nitel araştırma yöntemleri, Nvivo ile nitel veri analizi, örnekleme, analiz, yorum*. Seçkin Yayıncılık.
- Böyükılmaz, S., & Oğan, Y. (2020). Kastamonu İlinde Bulunan Kanyonların Turizm Potansiyelinin Değerlendirilmesi Üzerine Bir İnceleme. *Journal of Tourism Intelligence and Smartness*, 3 (2), 203-222.
- Bozpolat, C. (2023). Sosyal medya bağlamında destinasyon marka bilinirliğinin e-wom üzerindeki etkisinde destinasyon bilişsel imajı ve müşteri değerinin rolü: Kapadokya’da bir araştırma. *Gazi İktisat ve İşletme Dergisi*, 9(1), 1-19. <https://doi.org/10.30855/gjeb.2023.9.1.001>
- Brilha, J. (2016). Inventory and quantitative assessment of geosites and geodiversity sites: a review. *Geoheritage*, 8(2), 119-134. <https://doi.org/10.1007/s12371-014-0139-3>
- Catana, M. M., & Brilha, J. B. (2020). The role of UNESCO global geoparks in promoting geosciences education for sustainability. *Geoheritage*, 12(1), 1.
- Çalık, A., Kapan, S., Erenoğlu, R. C., Erenoğlu, O., Yaşar, C., & Ulugergerli, E. U. (2018). Biga Yarımadasında Jeodeğerler ve Jeoturizm Potansiyeli. *Türkiye Jeoloji Bülteni*, 61(2), 175-192. <https://doi.org/10.25288/tjb.418820>
- Çeşmeci, N., (2023). Jeoturizm – Temel kavramlar ve Türkiye’de jeoturizm araştırmaları üzerine bir inceleme. G. Salı ve A. Çatalı Ceylan (Ed). *Sosyal ve Beşerî Bilimlerde Güncel Araştırmalar* içinde (s. 233-253), Ankara: Gece Kitaplığı.
- Çiftçi, Y., & Güngör, Y. (2021). Nemrut-Süphan öneri jeopark alanında (Bitlis-Türkiye) doğal ve kültürel miras bütünleşmesi ile jeokoruma önerileri. *Maden Tetkik ve Arama Dergisi*, 165, 191-215.
- Chen, A., Lu, Y., & Ng, Y. C. (2015). *The principles of geotourism*. Berlin: Springer Berlin Heidelberg.
- Creswell, J. W. (2013). *Nitel araştırma yöntemleri. Qualitative research methods*. M. Bütün & SB Demir, Trans.(Eds.). İstanbul: Siyasal Kitapevi.
- Dedeoğlu, B. B., Taheri, B., Okumus, F., & Gannon, M. (2020). Understanding the importance that consumers attach to social media sharing (ISMS): Scale development and validation. *Tourism Management*, 76, [103954]. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2019.103954>
- Desai, V. (2019). Digital marketing: A review. *International Journal of Trend in Scientific Research and Development*, 5(5), 196–200. <https://doi.org/10.31142/ijtsrd23100>
- Doğan, M., Pekiner, A. B. & Karaca, E. (2018). Sosyal medyanın turizm ve turist tercihlerine etkisi: Kars-Doğu Ekspresi örneği. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 15(3), 669-683. <https://doi.org/10.24010/soid.443504>
- Dowling, R. K. (2013). Global geotourism – An emerging form of sustainable tourism. *Czech Journal of Tourism*, 2(2), 59-79. <https://doi.org/10.2478/cjot-2013-0004>
- Farsani, N. T., Coelho, C. O., & Costa, C. M. (2014). Analysis of network activities in geoparks as geotourism destinations. *International Journal of Tourism Research*, 16(1), 1-10. <https://doi.org/10.1002/jtr.1879>
- Gürsay, M. S., & Güneş, S. G. (2014). Jeoturizm ve Sürdürülebilirlik: Kızılcahamam–Çamlıdere Jeoparkı Örneği. *Ankara Araştırmaları Dergisi*, 2(2), 203-215. <https://doi.org/10.5505/jas.2014.93584>
- Hennink, M., Hutter, I., & Bailey, A. (2020). *Qualitative research methods*. Sage.
- internetworldstats.com (2023). Internet World Stats, <http://www.internetworldstats.com/stats.htm>. (Erişim: 07.05.2023).
- kepios.com (2023). Digital 2023 Global Overview Report. <https://kepios.com/reports> (Erişim: 31.08.2023).
- Kaur, G. (2017). The importance of digital marketing in the tourism industry. *International Journal of Research-Granthaalayah*, 5(6), 72-77. <https://doi.org/10.29121/granthaalayah.v5.i6.2017.1998>
- Kazancı, N., Şaroğlu, F. & Suludere, Y. (2015). Geological heritage and framework list of the geosites in Turkey. *Bulletin of the Mineral Research and Exploration*, 151 (151), 259-268.

- Kocalar, A. C. (2021). Jeoturizmin Türkiye'deki potansiyelinin kırsal kalkınma açısından incelenmesi. *Iğdir University Journal of Faculty of Economics and Administrative Sciences*, (6), 25-36.
- Lawrence, S., Deshmukh, S., & Navajivan, E. (2018). A comparative study of digital marketing vs. traditional marketing. *IIBM'S Journal of Management Research*, 112-121.
- Lazaari, M., Aloia, A., (2014). Jeoparks, Geoheritage and Geotourism: Opportunities and Tools in Sustainable Development of The Territory. *GeoJournal of Tourism and Geosites, Special Issue*, 1(13): 8-9.
- Newsome, D., & Dowling, R. K. (Eds.) (2010). *Geotourism: The Tourism of Geology and Landscape*. Oxford: Goodfellow Publishers. <https://doi.org/10.23912/978-1-906884-09-3-21>
- Newsome, D., Dowling R., Leung, Y.F. (2012). The nature and management of geotourism: A case study of two established iconic geotourism destinations. *Tourism Management Perspectives*, 2(3), 19-27. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2011.12.009>
- Özgen Erdem, N. (2015). Jeoparklar ve küresel ağlar ile bütünleşmenin önemi. *TMMOB Jeoloji Mühendisleri Odası, Haber Bülteni*, 2.
- Park, Y. A., & Gretzel, U. (2007). Success factors for destination marketing web sites: A qualitative meta-analysis. *Journal of travel research*, 46(1), 46-63. <https://doi.org/10.1177/0047287507302381>
- Pralong, J. P. (2006). Geotourism: A new form of tourism utilising natural landscapes and based on imagination and emotion. *Tourism Review*, 61(3), 20-25. <https://doi.org/10.1108/eb058476>
- Sahin, G. G., & Sengün, G. (2015). The effects of social media on tourism marketing: a study among university students. *Management and Administrative Sciences Review*, 4(5), 772-786.
- Sığrı, Ü. (2022). Nitel araştırma yöntemleri. R. Altunışık, H. Boz, E. Gegez, E. Koç, Ü. Sığrı, E. Yıldız ve A. Yüksel (Ed.), *Sosyal bilimlerde araştırma yöntemleri: Yeni perspektifler* (1. Baskı) içinde (s. 471-517). Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Statista.com (2023). Statista. <https://www.statista.com/statistics/259379/social-media-platforms-used-by-marketers-worldwide/> (Erişim: 31.08.2023).
- Taiminen, H. M., & Karjaluoto, H. (2015). The usage of digital marketing channels in SMEs. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 22(4), 633-651. <https://doi.org/10.1108/JSBED-05-2013-0073>
- UNESCO (2015), UNESCO gives Global Geoparks a new label, <https://www.unesco.org/en/articles/unesco-gives-global-geoparks-new-label> (Erişim: 15.04.2023).
- UNESCO (2022), Checklist to define an aspiring UNESCO Global Geopark (aUGGp) <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000383838> (Erişim: 22.08.2023).
- UNESCO (2023), List of UNESCO Global Geoparks and Regional Networks, <https://en.unesco.org/global-geoparks/list> (Erişim: 15.04.2023)
- Velentza, A., & Metaxas, T. (2023). The Role of Digital Marketing in Tourism Businesses: An Empirical Investigation in Greece. *Businesses*, 3(2), 272-292. <https://doi.org/10.3390/businesses3020018>
- Yasmin, A., Tasneem, S., & Fatema, K. (2015). Effectiveness of digital marketing in the challenging age: An empirical study. *International journal of management science and business administration*, 1(5), 69-80. <https://doi.org/10.18775/ijmsba.1849-5664-5419.2014.15.1006>
- Yıldırım, A., & Şimşek, H. (2021). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri*. 12. Baskı. Seçkin Yayıncılık





## Araştırma Makalesi – Research Article

DOI: 10.54493/jgtr.1362201

## Bilinçli Kariyer Farkındalığı: Kavramsallaştırma ve Ölçek Geliştirme

### Career Mindfulness: Conceptualization and Scale Development

Alaattin BAŞODA\*

## MAKALE BİLGİSİ

**Makale Geçmişi:**

Başvuru tarihi: 18/09/2023

Kabul tarihi: 25/09/2023

Yayın tarihi: 28/10/2023

**Anahtar Kelimeler:**

Bilinçli kariyer farkındalığı

Mesleki farkındalık

Turist rehberliği

Lisans öğrencileri

## ÖZET

Bu çalışmanın amacı, bilinçli kariyer farkındalığını kavramsallaştırmak ve ölçülebilir hale getirmektir. Bu amaç doğrultusunda literatür taraması, nitel ve nicel araştırma yöntemleri kullanılmıştır. Çalışmada öncelikle bilinçli kariyer farkındalığı, yapılandırma yöntemiyle bilinçli farkındalık temelinde yükseköğretim öğrencilerine yönelik kavramsallaştırılmıştır. Buna göre bilinçli kariyer farkındalığı, öğrencinin yargılamadan dikkatini mevcut deneyimlerine odaklayarak zihinsel olarak uyanık ve hazır olması yoluyla kariyeri için güncel mesleki gereklilikleri yerine getirebilme çabalarına ve bunun sonucundaki mesleki ihtisaslaşmasına yönelik bilinç düzeyi şeklinde tanımlanmıştır. Daha sonra kavram, turizm rehberliği lisans öğrencilerinin turist rehberliği kariyerleri bağlamında ölçülebilir hale getirilmiştir. Ölçeği geliştirmek için sadeleştirme, ayıklama ve uyumlaştırma yöntemleriyle literatür taramasından 22 ve içerik analizi ile nitel araştırma verilerinden 12 madde üretilmiştir. Nitel araştırma verileri, nitel form aracılığı ile 24 akademisyenden, 30 turist rehberinden ve 18 seyahat acentesi yöneticisinden toplanmıştır (n=62). Literatürden ve nitel araştırmadan üretilen maddeler karşılaştırılmış ve tekrar sadeleştirme sonucunda 28 maddelik genel bir havuz oluşturulmuştur. Ölçeğin kapsam geçerliği için görüşü istenen 25 uzmanın değerlendirmesi sonucunda 8 maddenin geçerli olduğu tespit edilmiştir. Son olarak, turizm rehberliği lisans öğrencilerinden (n=328) elde edilen veriler ile yapılan keşfedici faktör analizi (açıklanan varyans = %69.417) ve güvenirlik analizleri sonuçlarına ( $\alpha = 0.936$ ) göre 8 maddelik ve tek boyutlu "Bilinçli Kariyer Farkındalığı Ölçeği (BKFÖ)" geliştirilmiştir. Araştırmanın sonunda ise araştırma sonuçlarına yönelik teorik ve pratik çıkarımlarda bulunulmuştur.

## ARTICLE INFO

**Background:**

Received: 18/09/2023

Accepted: 25/09/2023

Published: 28/10/2023

**Keywords:**

Career mindfulness

Occupational awareness

Tourist guidance

Undergraduate students

## ABSTRACT

This study aims to conceptualize and operationalize career mindfulness. A literature review, as well as qualitative and quantitative research approaches, were employed for this goal. First, this study used a construction technique to conceptualize career mindfulness for undergraduate students on the basis of mindfulness. Accordingly, this study defined *career mindfulness* as the level of a student's awareness of his/her efforts to fulfill current professional requirements and the resulting professional specialization for his/her career through being mentally alert and ready by nonjudgmentally focusing attention on present experiences. Second, career mindfulness was made measurable in the context of undergraduate students' tourist guiding careers. For developing the scale, 22 items were generated from the literature using simplification, extraction, and harmonization procedures, and 12 items were constructed from qualitative research data using content analysis. Qualitative research data were collected from 24 academicians, 30 tourist guides, and 18 travel agency managers through the qualitative form. After comparing the items produced from the literature and qualitative research, a general pool of 28 items was established by re-simplification. The evaluation of 25 experts whose opinions were solicited for the scale's content validity resulted in a decision that 8 items were valid. Finally, the 8-item and one-dimensional 'Career Mindfulness Scale' was developed based on the results of the exploratory factor analysis (variance explained = 69.417%) and reliability analysis ( $\alpha = 0.936$ ) performed with the data collected from tourism guidance undergraduate students (n=328). The study concludes with theoretical and practical implications for the research findings.

\* Dr. Öğr. Üyesi, Aksaray Üniversitesi Turizm Fakültesi Turizm Rehberliği Bölümü, alaattin.bsd@gmail.com, ORCID: 0000-0001-7654-5849

Önerilen Atıf/ Cited as: Başoda, A. (2023). Bilinçli kariyer farkındalığı: Kavramsallaştırma ve ölçek geliştirme. *Journal of Global Tourism And Technology Research*, 4(2), 90-114.

## Giriş

Kariyer farkındalığı, çocukluk çağından itibaren bireysel ve çevresel faktörlerin etkileşimi ile yaşam boyu devam eden bir olgudur (Algdheeb, 2015). Bu nedenle kariyer farkındalığı, her yaştaki bireyin kariyer gelişimi sürecinin en önemli basamağını oluşturmaktadır (Janse van Rensburg ve Goede, 2020). Kariyer farkındalığı; bireyin mesleği ile ilgili niyetlerini, memnuniyetini (Zopiatis, Theocharous ve Constanti, 2016) ve karar verme sürecini (Ndung'u, 2018) etkileyebilmektedir. Bu açıdan kariyer farkındalığı, bireyin mesleki kimliğini anlamasını ve değişen iş koşullarına ayak uydurmasını sağlayan dinamik bir süreçtir (Hall, 1976). Bu süreçte öğrenciler, kendilerini, mesleğini ve buldukları sosyal çevreyi yakından tanıyabilmektedirler (Mahir, 2019).

Kariyer farkındalığı ile ilgili yapılan çalışmalar, ağırlıklı olarak 1970-1990 yılları arasında yapılmış olsa da 2010'dan itibaren tekrar artmaya başlamıştır. Günümüze yakın yıllardaki çalışmaların büyük çoğunluğu, eğitim bilimleri alanında olup ilk, orta ve yüksek öğretim öğrencilerine yönelik yapılmıştır (Aprinal vd., 2021; Carvalho vd., 2018; Salonen vd., 2019; Travis, 2020). Yükseköğretime yönelik yapılan çalışmaların bazıları, *spor* (Bozyiğit vd., 2022), *sağlık* (Eren Bana ve Özek, 2023), *mühendislik* (De Boever vd., 2021), *ekonomi ve yönetim bilimleri* (Coetzee, 2023) gibi spesifik alanlara (*tek örnekleme*) yönelik iken, bazıları da (Öztürk ve Şirin, 2020; Wu ve Zao, 2022) aralarında turizmin de olduğu birden çok alana (*karma örnekleme*) yöneliktir. Kariyer farkındalığı ile ilgili doğrudan turizm öğrencilerine (Başoda, 2020; Başoda ve Acar, 2022) ve çalışanlarına (Zopiatis vd., 2016) yönelik yapılan çalışmalar oldukça kısıtlıdır. Turizm araştırmalarının bazılarında kariyer farkındalığının öğrenciler açısından öneminden bahsedilmesine rağmen (Lee, Lee ve Dopson, 2019; Liu vd., 2023; Ma vd., 2020; Walmsley vd., 2007; Xue, 2012), henüz yeterince üzerinde durulan bir kavram değildir. Doğrudan turizm öğrencilerine (turist rehberliği) yönelik *mesleğe uyum farkındalığı* (Başoda, 2020) ve *deneyimsel mesleki farkındalık* (Başoda ve Acar, 2022) kavramsallaştırılsa da henüz ölçülebilir hale getirilmemiştir. Ayrıca *kariyer farkındalığının* turizm öğrencilerine yönelik kavramsallaştırıldığı ve ölçülebilir hale getirildiği bir çalışmaya rastlanmamıştır.

Meslek, “benzer rutinelere, gerekliliklere ve getirilere sahip olarak karakterize edilen iş pozisyonlarının genel adı” iken, kariyer, “bir bireyin yaşamı boyunca sahip olduğu iş veya meslek unvanları ile tanımlanan pozisyonlarının veya aşamalarının her biridir” (Wise, Charner ve Randour, 1976:49). Kariyer, “bireyin eğitim aldığı ve hayatı boyunca dahil olmayı planladığı bir iş veya meslek” olarak da tanımlanmaktadır (Ndung'u, 2018:5). Kariyer yapmak, “uzmanlık alanında çalışmak, uzmanlaşmak, ihtisas yapmak” anlamına gelmektedir (TDK, 2023). İş ise “belli bir çalışma alanında üretilen ürün ya da hizmettir” (Öztürk, 2020:9). Ancak kariyerin; meslek, iş, iş yaşamı ve sosyal hayat ile ilgili faktörleri ve ilişkileri kapsayan bir kavram olduğu kabul edilmektedir (Güner ve Hacıcaferoğlu, 2022; Öztürk, 2020). Bu nedenle bu çalışmada kariyer kavramının kullanılması tercih edilmiştir. Psikolojik bir kavram olan farkındalık ise “bilgili, bilinçli olma ayrıca olayları, nesnelere veya duyuşsal kalıpları algılama, hissetme veya bunların bilincinde olma durumu veya yeteneğidir” (Gafoor, 2012:2).

İlgili literatürde, farkındalık kavramından genel ve özel düzeyde birçok kavramın türetildiği, kavramsallaştırıldığı ve ölçüldüğü görülmektedir. Genel düzeydeki kavramlar; *psikolojik farkındalık*, *kendilik farkındalığı* ve *bilinçli farkındalıktır* (Hisli Şahin ve Yeniçeri, 2015). Özel düzeydeki kavramlar, meslek ve iş gibi çeşitli kategorilere göre değişebilmektedir. Bu kategoriler şu şekilde ifade edilmektedir: *Kariyer farkındalığı* (Hyun-Jung vd., 2015; Super, 1953), *mesleki farkındalık* (Coetzee vd., 2021; Tang ve Goh, 2023; Wong, 2022), *mesleğe uyum sağlama farkındalığı* (Başoda, 2020), *deneyimsel mesleki farkındalık* (Başoda ve Acar, 2022), *iş farkındalığı* (Petersen, 1985; Wahidin vd., 2021) ve *dijital çağın iş dünyasına yönelik farkındalık* (Coetzee, 2023). Bu çalışmada ise yukarıda sıralanan tüm kavramları kapsayacağı düşünülen “*Bilinçli Kariyer Farkındalığı*” kavramı önerilmektedir.

Araştırmacıların bazıları öğrencilerin kariyer farkındalığını bağımsız bir yapı olarak ele alırken (Bozyiğit vd., 2022; İbrahim vd., 2014; Öztürk ve Şirin, 2020; Tuckman, 1999; Wu ve Zao, 2022; Yaşar ve Sunay, 2019), bazıları da meslek veya kariyer ile ilgili çeşitli kavramların (planlama, mesleki gelişim vb.) bir bileşeni bağlamında ele almaktadır (Alan ve Boz, 2022; Fényes vd., 2021; Harren, 1979; Nasir ve Lin, 2013; Park vd., 2019; Patton vd., 2005; Rottinghaus vd., 2012; Shaito, 2019; Super ve Thompson, 1979; Wise vd., 1976). Dolayısıyla genel olarak öğrencilerin kariyer farkındalığının kavramsallaştırılması ve ölçülmesi ile ilgili henüz bir görüş birliğine varılmadığı anlaşılmaktadır. Kariyer farkındalığı ile ilgili yapılan kavramsallaştırmaların ve geliştirilen ölçeklerin, ağırlıklı olarak öğrencinin kariyerine yönelik bilgi kapasitesi (girdi) içerikli olduğu görülmektedir. Ancak kariyer farkındalığının bilgiyi işleme ve çıktı yönlerinin ihmal edildiği düşünülmektedir. Diğer açıdan, birçok araştırma, kariyer farkındalığının kendilik veya psikolojik farkındalık temeline dayandığını işaret etmektedir (Grimshaw, 2021; Herr vd., 2004; Ndung'u, 2018). Hisli Şahin ve Yeniçeri'ye (2015) göre bilinçli farkındalık, farkındalık ile ilgili kavramları (kendilik ve psikolojik) kapsamaktadır. Ancak birkaç araştırma (Başoda, 2020; Başoda ve Acar, 2022)

dışında, mesleki farkındalığın bilinçli farkındalık temelinde ele alındığı bir çalışmaya rastlanmamıştır. Dolayısıyla öğrencilerin kariyer farkındalığının, bilinçli farkındalık temelinde, amaç, girdi, işlem ve çıktı gibi adımlardan oluşan bir süreç bağlamında kavramsallaştırılmasına ve ölçülebilir hale getirilmesine ihtiyaç duyulmaktadır.

Yukarıda sıralanan tespit ve yaklaşımlardan hareketle bu çalışmanın amacı, bilinçli kariyer farkındalığını kavramsallaştırmak ve ölçülebilir hale getirmektir. Bu çalışmada kavramın yükseköğretim düzeyinde ele alınmasının sebebi Türkiye şartlarında üniversite eğitiminin, öğrencilerin kariyerleri ile ilgili profesyonel adımların başladığı ve sonucunda iş yaşamına doğrudan geçişin gerçekleştiği bir süreç olmasıdır. Turist rehberliği kariyerinin tercih edilmesinin sebebi, mesleğin turizm sektöründe kanunu olan ve yükseköğretim programlarında doğrudan eğitimi verilen tek turizm mesleği olmasıdır. Ayrıca çalışmanın ilgili literatüre, öğrencilere, araştırmacılara ve eğitimcilere farklı açılardan önemli katkıları olacağı öngörülmektedir. Birincisi, kapsamlı bir literatür taraması yapılarak kariyer farkındalığının içerik açısından bilimsel gelişiminin ortaya konulmasıdır. İkincisi; bilinçli farkındalık, kariyer, meslek ve iş farkındalığı kavramlarının bilinçli kariyer farkındalığı çatısı altında birleştirilmesidir. Üçüncüsü, çalışmanın kariyer farkındalığının bilinçli farkındalık bağlamında kavramsallaştırıldığı ve turizm rehberliği lisans öğrencileri için ölçülebilir hale getirildiği öncü bir çalışma olmasıdır. Dördüncüsü, çalışmanın turizm rehberliği öğrencilerinin bilinçli kariyer farkındalıklarını belirleyerek mesleki başarıyı elde etmeleri için eğitim sürecini etkili kullanmalarına ve gelişimlerini artırmalarına ilişkin bir yol haritası sağlayabilmesidir. Beşincisi, çalışmanın konuyla ilgilenen araştırmacılara, öğrencilerin kariyer farkındalıklarını farklı bir bakış açısıyla değerlendirebilecekleri bir ölçüm aracını sunmasıdır. Sonuncusu ise araştırmanın, eğitimcilere etkili ve kaliteli bir eğitim içeriği planlamalarına yardımcı bir kaynak olabilmesidir. Bu doğrultuda, araştırmada, “Bilinçli Kariyer Farkındalığının (BKF)” kavramsallaştırılması ve “Bilinçli Kariyer Farkındalığı Ölçeğinin (BKFÖ)” geliştirilmesi süreci ve sonuçları aşağıda detaylıca sunulmaktadır.

## Literatür

### Bilinçli Kariyer Farkındalığının Dayanağı

Bu çalışmada BKF'nin kavramsallaştırılması, ilgili literatürdeki birçok kavrama, yaklaşıma ve kurama dayandırılmıştır. Kariyer farkındalığının ve ilgili diğer kavramların tanımlarının bazıları Tablo 1’de sunulmuştur. Tabloya göre tanımların ortak noktası, kariyer farkındalığının bilişsel yapıda olması ve bireyin kariyeri ile ilgili bilgi kapasitesini açıklamasıdır.

**Tablo 1. Bilinçli Kariyer Farkındalığının Teorik Dayanakları-1 (Tanımlar)**

Kavram ve Tanım	Kaynak
<b>Kariyer Farkındalığı</b>	
“Kariyer ile ilgili mevcut kaynaklar, olasılıklar, ilgi alanları ve değerlerin farkındalığına dayalı bilişsel bir süreçtir”	Super (1953:186)
“Bireyin iş dünyası, işe yönelik tutumları, yetenekleri, değerleri ve ilgileri hakkındaki bilgisidir”	Arterbury vd. (1972:7,8)
“Öğrencilerin kariyer gelişim sürecinde kariyerleri ile ilgili sahip oldukları ön bilgilerdir”	Olson (1972:18)
“Öğrencinin mesleğin işlevleri, meslekle temas derecesi, çalışma yeri ve kariyer kararları hakkında sahip olduğu bilgilerdir”	Fadale (1975:80,82)
“Kariyer ile ilgili faktörlerin toplam bilgisidir”	Marland (1975:99)
“Bireyin mesleki olanaklar ve yeterlilikler hakkındaki bilgi ve anlama düzeyidir”	Wise vd. (1976:47)
“Bireyin kariyeri ile ilgili geçmiş ve geleceği değerlendirerek şu anda hangi aşamada olduğuna odaklanan bir süreçtir”	Harren (1979:122)
“Bireyin; farklı iş kategorileri ve gereksinimleri hakkındaki bilgisidir”	Dickens (1984:43)
“Bireyin mesleği le ilgili işlerin ne, nasıl ve neden olduğu hakkında aktif bilgi arayışı ve ideal olarak kendini bilme arayışdır”, “Öğrencinin kariyeri ilgili bilgi konusunda düşünme, konuşma, okuma, dinleme gibi davranışlar yoluyla olası kariyer veya mesleklerle uyum sağlama düzeyidir”	Regan (1996:13, 55)
“Değerler, yaşam tarzı ve kariyer arasındaki ilişkinin, öğrencinin yaş-sınıf seviyelerine uygun planlı ve gelişimsel bir programa entegre edilmesidir”	Watkins (1999:8)
“Kişinin kendi yetenek ve ilgilerini veya çeşitli kariyer alanlarının fırsatlarını ve gerekliliklerini anlamasıdır”	Braverman vd. (2002:55)
“Bireyin; kariyerle ilgili seçimler yaparken yararlandığı bilgi, değerler, tercihler ve benlik kavramlarının toplamıdır”	Herr vd. (2004:44)
“Bireyin mevcut kariyer fırsatları ve kariyer ihtiyaçları hakkındaki bilgisidir”	Eliason ve Patrick (2008:81)
“Bireyin çeşitli mesleklerin varlığına ve gerekliliklerine ilişkin bilgi kapasitesidir”	Cole (2011:18)
“Bireyin mesleğin doğası, gereksinimleri (nitelikleri vb.), rolleri, fırsatları, eğitimi (öğrenme vb.), ortamları, iş alanları vb. ile ilgili bilgiye hâkim olması ayrıca mesleğe yönelik tutum ve davranışlardır”	Nasir ve Lin (2013:193,194)
“Mesleğe ilişkin çeşitli bilgi türlerine dayalı olarak, bireyin potansiyel yeteneğini ve gelecekte bir profesyonel olarak rolünü anlama sürecini içeren bir bilinç yapısıdır”	Hyun-Jung vd. (2015:185)
“Bireyin; belirli bir mesleğe ilişkin araştırma yapması sonucunda bakış açısı ve içgörü kazanma girişimidir”	Zopiatis vd. (2016:2702)
“Bir öğrencinin kendini, iş/meslek dünyasını ve benlik ile uygun bir kariyer arasındaki ilişkiyi ne ölçüde algıladığıdır”	Ndung’u (2018:6)

"Öğrencilerin başkalarını anlama becerileri, büyüme ve kişisel gelişim ihtiyaçlarını fark etme, kariyer bilgilerini kullanma becerilerini anlama, çalışma ve iş ilişkisinin bilincinde olma, kariyer planlaması yapma, bilinçli kariyer kararı verme ve mesleki rolleri tanıma eğilimini içeren bir süreçtir"	Keumala vd. (2018:55,58)
"Bireyin kariyer yollarını seçtikten sonraki süreçte kariyer fırsatlarının, gerekliliklerinin ve özelliklerinin farkında olmasıdır"	Yaşar ve Sunay (2019:19)
"Bireyin çalışma alanındaki mevcut iş türleri hakkında bilgiye ve anlayışa sahip olması ve bu tür çabalarda başarılı olmak için gerekenlere erişim kazanmasıdır"	Ogunwole (2019:184)
"Kariyer alanında merak ayrıca kariyer fırsatlarına olan güvenin artması sürecidir. Bu süreçte kariyer farkındalığı, öğrencinin farklı kariyer alanlarını sorgulama sıklığı, zaman ve keşfedilen kariyer kaynaklarının miktarıdır"	Mahir (2019:230)
"Keşif sonucunda meydana gelen farkındalık, bireyin sahip olduğu nitelikleri, ilgili çevresinin özellikleri, kariyer hedefleri ve gelişim aşamaları hakkındaki bilgisidir"	Shaito (2019:18)
"Bireyin; eğitim, istihdam koşulları, pazarlanabilirlik ve maaş gibi mevcut kariyerinin ve bununla ilgili faydalarını ve beklentilerini keşfetmesidir"	Travis (2020:13)
"Bireyin; olumlu iş tutumları, rolleri, kariyer kümelerinin keşfi ve karar verme becerileri olarak benliği ve eğitimi arasındaki karşılıklı ilişkilerin farkındalığıdır" veya "Bireyin mevcut kariyer fırsatları ve kariyer ihtiyaçları hakkındaki farkındalığıdır"	Grimshaw (2021:9)
"Öğrencinin içinde bulunduğu durumun farkında olması, hedefleri ve amaçları doğrultusunda kariyeri için bir yol belirleyerek sürecin içine dahil olması ve uzmanlaşma kararını almasıdır"	Bozyiğit vd. (2022:238)
"Bireyin kendini tam olarak yansıtmaya için bir araç ve mesleki sorumlulukları yerine getirme, sosyal rol oluşturma ve bütünlük kişilik oluşturma gelişimine bütüncül bir yaklaşım sağlayan mesleki gelişiminin düzenleyicisidir"	Li vd. (2022:3)
"Öğrencilerin eğitim sürecinde kariyerleriyle ilgili bilgiye ve yeteneklere odaklanmalarını ve bunları gerçek iş ortamlarında uygulamaya dökmelerini sağlayarak kariyer gelişimlerini artıran bir süreçtir"	Bedu-Addo vd. (2022:8,11)
"Bireyin tercih ettiği kariyeri ile ilgili sektör, yetenek gereksinimleri, iş içeriği ve diğer belirli içeriklerini ifade eder"	Lian (2023:3)
<b>Mesleki Farkındalık</b>	
"Gençlerin iş dünyasına, iş görüşmesine, çalışan ilişkilerinin belirli yönlerine veya çalışanlarla ilgili mesleki yaşam boyutlarına ilişkin duygularını, tutumlarını ve beklentilerini anlama yeteneğidir"	Boytim (1971:6)
"Bireyin doğasında var olan ve belirli bir mesleğe yönelik imge, inanç, düşünce, duygu ve tutumlardan oluşan sistemdir"	Oleg vd. (2011:18)
"Bireyin; bir mesleğin yeterlilikleri, iletişimde olunacak hedef gruplar, meslekle ilgili yasa ve yönetmelikler, görev ve sorumluluklar, mesleğe psikolojik ve fiziksel olarak uygunluğu ve mesleki duyarlılığı ile ilgili önbilgi sahibi olmasıdır"	Kunduracılar vd. (2012:187)
"Bir bireyin iş piyasasını ve istihdam eğilimlerini ne kadar iyi anladığına dair algılarıdır"	Rottinghaus vd. (2012:130)
"Bireyin; mesleki bilgisi, mükemmeliyetçiliği, duyguları, inançları ve hazırlığı arasındaki çeşitli etkileşimlerin sonucudur"	Algadheeb (2015:15)
"İnsanların kariyer yollarını inşa etmede psikolojik güçlerini, eylemsel çabalarını ve pratik yeterliliklerini artıran bir süreçtir"	Chen (1998:456)
"Bireyin; mesleğin bireysel ve örgütsel özellikleri ve gerekliliklerini öğrenme, gerekliliklerini yerine getirme, yetkinliklerine ulaşma ve mesleği bireysel düzeyde kurumsallaştırma gibi mesleği belirleyen kaynaklara ve süreçlere yönelik önceliğini ve önemini dikkate alarak yapılması gerekenleri yapmaya odaklanmasıdır"	Başoda (2020:120)
"Gelecekteki bir kariyerin nedenlerinin, değerlerinin, ödülleri, gereksinimlerinin, süreçlerinin vb. anlaşılmasıdır"	Wong (2022:2)
"Bireyin profesyonel kariyeri için derinlemesine düşünme, plan yapma ve harekete geçmeye istekli olma gibi zihinsel hazırlığa sahip olmasıdır"	Tang ve Goh (2023)
<b>Mesleki Kariyer Farkındalığı</b>	
"Referans ettiği anlam kapsamında bireyin meslek seçimini yaptığı ve bu seçime göre tercih ettiği üniversite eğitim hayatı içerisindeki, seçtiği meslek kapsamında, mesleğin gereklilikleri, mesleki gelişim süreçlerini, mesleki yeterliliklerinin hangi durumda olduğu, mesleki değişimleri takip etme seviyeleri gibi farkındalık durumlarını ölçmeye ve bireyin seçtiği meslek hakkındaki farkındalığıdır"	Yaşar (2019:46)
<b>Mesleğe Uyum Sağlama Farkındalığı</b>	
"Öğrencilerin mesleğini başarılı bir şekilde yapmaları için kendilerini, sahip oldukları veya olacakları kişisel kaynaklarını mesleğin gerektirdiklerine uyumlu hale getirmeleri gerektiğine yönelik bilinçli ve motive olmalarını sağlayan dolayısıyla mesleğe uyum sağlamaya yönelik ne yapmaları ve hangi kişisel kaynaklara erişmeleri gerektiği hususunda bilgi sahibi olmalarını, karar vermelerini, değerlendirme yapmalarını ve kendilerini geliştirmelerini kolaylaştıran psikolojik bir süreçtir"	Başoda (2020:113)
<b>Deneyimsel Mesleki Farkındalık</b>	
Öğrencinin eğitim sürecinde mesleğin gerektirdiklerine bilinçli olarak odaklanma, keşfetme ve deneyimleme yoluyla mesleği bilişsel, duygusal ve davranışsal öğrenme ve anlama yeteneği kazanması ile ilgili psikolojik bir süreçtir.	Başoda ve Acar (2022)
<b>İş Farkındalığı</b>	
"Öğrencinin iş dünyasına nasıl uyum sağlayacağına, okul-ış arasındaki bağı nasıl kuracağına, işi nasıl tanımlayacağına ve işe nasıl değer vereceğine yönelik bilinçli tutumlarıdır"	Jones ve Womble (1997:420)
"Bireylerde gelişmeyi, işe karşı duyarlılığı, işin onuruna ve değerine dair bir anlayış yaratarak işe karşı olumlu bir tutum geliştirme sürecidir"	Ndung'u (2018:8)
"İşte kalitenin etkilerini, becerileri ve olumlu/destekleyici tutumları anlamaktır"	Wahidin vd. (2021:1051)
<b>Dijital Çağın İş Dünyasına Yönelik Farkındalık</b>	
"Üniversite eğitiminin öğrencileri iş dünyasına hazırlamaya ne ölçüde yardımcı olduğunu ve değişen belirsiz iş piyasasında kariyer yolları oluşturmaya yönelik psikolojik hazır olma derecesidir"	Coetzee (2023:138,139)

Öğrencilerin kariyer farkındalığı; psikoloji, sosyoloji ve ekonomi gibi farklı bakış açılarıyla ele alınmaktadır (Arterbury vd., 1976). Psikoloji bakış açısı; yetenekler, tercihler, değerler gibi faktörlere odaklıdır. Sosyoloji bakış açısı, sosyal çevrenin birey üzerindeki etkilerini ve ekonomi bakış açısı ise kariyer ile ilgili tüm bilgilere sahip olmayı içermektedir. Tüm yaklaşımların ortak noktası ise öğrencilerin iş yaşamı ile ilgili tutumları, değerleri ve ilgileri hakkındaki bilgileridir (Enderlein, 1976). Bir diğer açıdan kariyer farkındalığının; bilginin, tercihin, değer ve benliğin toplamı olduğu öne sürülmektedir (Arterbury vd., 1976; Fadale, 1975; Nasir ve Lin, 2013; Wise vd., 1976). Bilgi; “bir mesleğin doğası hakkındaki bilgilerdir (gereklilikleri, süreçleri vb.)”. Tercih; “ilgi duyulan, istenilen, seçilen ve beğenilen mesleki veya bireysel rollerin kategorileridir”. Değer; “bir mesleğin kendisinin, özelliklerinin ve ortamının bireyin hayatındaki önem ve anlam düzeyidir”. Benlik ise “bireyin bireysel özellikleri ile mesleğindeki rollerde ne kadar başarılı olacağına dair sahip olduğu inançlarıdır” (Makay, 1980:61).

Kariyer Gelişim Teorisi'ne göre kariyer farkındalığı, bireyin kariyerine yönelik kaynakları ve olasılıkları değerlendirerek hedeflerini belirlediği bilişsel bir süreçtir (Super, 1953). Ayrıca kariyer farkındalığı, iş ile ilgili konulara yönelik algılara dayandırılmaktadır. Buna göre iş farkındalığı, öğrencinin okuldan aldığı eğitim ile kariyeri arasındaki ilişkiyi anlamasını sağlayan bir mekanizmadır (Jones ve Womble, 1997). Bir diğer bakış açısına göre kariyer farkındalığı; hazırlık, kendini tanıma, keşfetme, karar verme, değerlendirme, planlama ve eyleme geçme adımlarından oluşmaktadır (Venkatesan, 2008). Beşerî Sermaye Teorisi'ne göre bireyin eğitim yoluyla kazandığı nitelikler beşerî sermayesidir ve bu sermaye insan kaynağı bağlamında bireysel yatırıma dönüşmektedir (Schultz, 1961). Bu çerçeveden yola çıkan Coetzee, öğrencinin dijital çağın iş dünyasına yönelik farkındalığını kariyer sermayesinin bir kaynağı bağlamında kavramsallaştırmıştır. Bu yaklaşıma göre öğrencinin iş farkındalığı, kariyeri ile ilgili neyi, niçin ve nasıl bildiğinin bilincine varmasıdır (Coetzee, 2023).

Bazı araştırmacıya göre kariyer farkındalığı; *kariyer fırsatlarını analiz etmenin* (Mahir, 2019), *kariyer kararı vermenin* (Harren, 1979; Wise vd., 1976), *kariyer uyumunun* (Rottinghaus vd., 2012), *kariyer yönetiminin* (Fényes vd., 2021; Shaito, 2019), *mesleki planlamanın* (Super ve Thompson, 1979), *kariyer/mesleki uygunluğun* (Patton vd., 2005; Super ve Thompson, 1979), *mesleki kariyer rehberliğinin, danışmanlığının* (Makinde, 1984), *kariyer hazırlığının* (Bedu-Addo vd., 2022), *kariyer değerlendirmesinin* (Alan & Boz, 2022), *kariyer geleceğinin* (Park vd., 2019), *mesleki yeterliğin* (De Boever vd., 2021), *kendilik farkındalığının* (Regan, 1996; Xue, 2012), *psikolojik farkındalığın* (Carlson, 1972) ve *mesleki gelişiminin* (Nasir ve Lin, 2013; Ndung'u, 2018) bir bileşenidir. Bu yaklaşımlardan en sık üzerinde durulanı ise kariyer gelişimidir.

Kariyer farkındalığı, tüm yaşlar için önemlidir (Janse van Rensburg ve Goede, 2020). Ancak birçok araştırmacı, kariyer farkındalığının erken yaşlardaki eğitim süreçlerinde daha önemli olduğunu vurgulamaktadır (Carvalho vd., 2018; Dickens, 1984). Mesleki gelişim; temel eğitim, profesyonel eğitim ve meslek hayatı olmak üzere üç aşamadan oluşmaktadır. Ancak öğrencilerin bilinçli kariyer yolculukları, seçtikleri mesleğe yönelik profesyonel eğitim (lise veya üniversite) almalarıyla başlamaktadır (Başoda, 2020). Üniversite eğitimi, kariyer farkındalığının önemli bir aşamasıdır. Bu aşamada, kariyer farkındalığı düzeyi yüksek olan öğrencilerin yeni nesil becerilere sahip oldukları bilinmektedir (Aydoğan vd., 2022). Bunun nedeni ise öğrencilerin kariyer farkındalığı sayesinde meslek ile ilgili güncel eğilimleri takip edebilmeleri (Alan ve Boz, 2022) ve mesleki gelişimlerini arttırabilmeleridir (Lavallee, 2006).

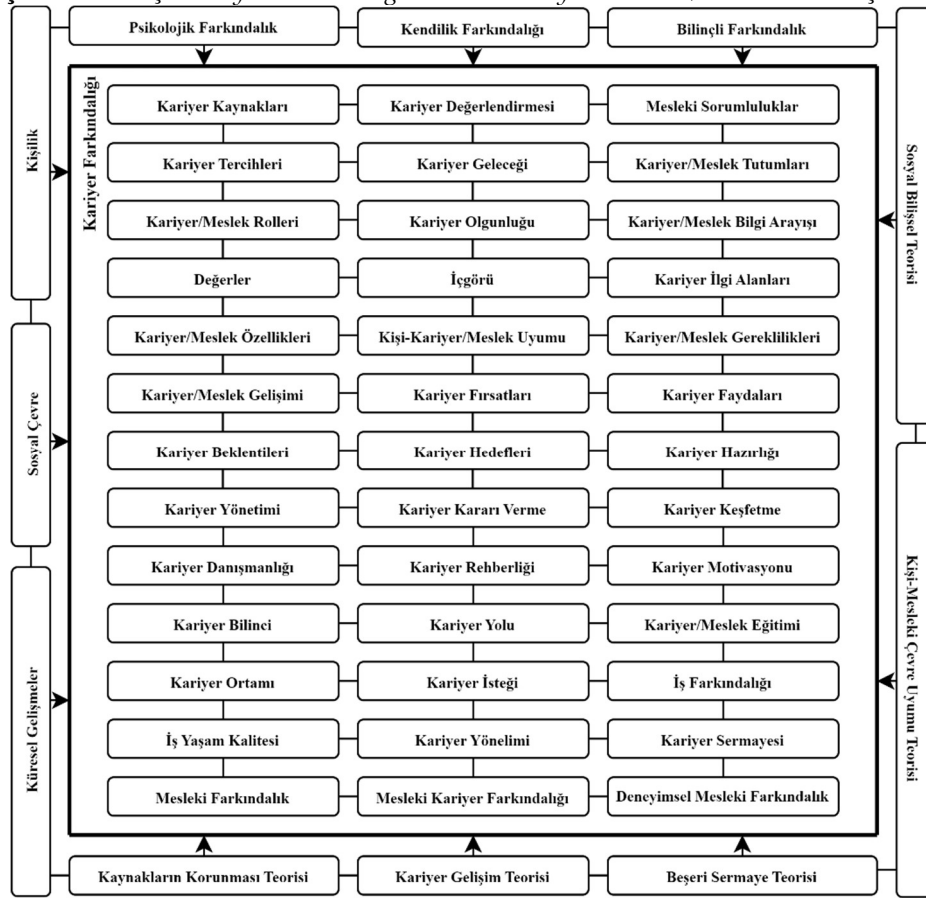
Super'e (1980) göre bireyin kariyeri; tüm yaşamı boyunca büyüme, keşfetme ve sürdürme gibi gelişim aşamalarından oluşmaktadır. Bu süreç; ihtiyaçları belirleme, fırsatları değerlendirme, bireysel ihtiyaçların kariyer olanaklarıyla entegrasyonu ve düzenli takip gibi adımları içermektedir. Bireysel kariyer geliştirme stratejileri ise ertelememe, kendini tanıma, fırsatları değerlendirme, hedef belirleme, geri bildirim alma ve kariyer yönetimidir. Johnson'a (2000) göre öğrencilerin kariyer başarıları için gerekli olan bilgi, beceri ve tutumları incelenerek genel kariyer gelişim farkındalıkları belirlenebilir. Bandura'nın (1986) Sosyal Bilişsel Teorisi'ne göre ise genç bir yetişkin, kariyer farkındalığı sayesinde kariyerine yönelik sosyal, duygusal ve bilişsel değişkenler arasındaki ilişkileri anlayabilmektedir. Buna göre kariyer farkındalığı; kariyer keşfi, planlaması ve gelişimi gibi kavramları dolayısıyla kariyer gelişim sürecini içermektedir. Bu doğrultuda Olson'a (1972) göre kariyer farkındalığı, öğrencinin kariyer gelişiminin önemli bir parçasıdır.

Kariyer farkındalığının bir diğer dayanağı, motivasyondur. Öğrencilerin üniversiteyi tercih etmelerinin bazı motivasyonel sebepleri bulunmaktadır. Bu sebeplerden bazıları şu şekilde sıralanabilir; mesleki bilgisini geliştirme, çevre edinme (*içsel faktörler*), sosyal çevre baskısı (*dışsal faktörler*), çalışmaktan kaçmak ve uğraşacak başka bir şey bulamamak (*türevsel faktörler*) (Pires, 2009). Motivasyon, öğrencilerin kariyer farkındalığının önemli bir bileşeni ve geleceğine en iyi yatırımlardan birisidir (Fényes vd., 2021). Diğer açıdan Başoda (2020), bilinçli farkındalık yaklaşımıyla turist rehberliği eğitimi alan öğrencilerin mesleğe uyum farkındalıklarını, kişisel kaynaklar ve kişi-

mesleki çevre uyumu çerçevesinde kavramsallaştırmıştır. Kaynakların Korunması Teorisi'ne göre insanlar; gelecekte daha refah bir ortamda yaşayabilmeleri için kişisel kaynak yatırımı yapmaya dolayısıyla yaşadığı çevreyi ve sahip olduğu kaynakları yönetmeye eğilimlidirler (Hobfoll, 2002). Kişi-Mesleki Çevre Uyumu Teorisi'ne göre insanların bireysel özellikleri ile mesleğin gerektirdiği özellikler uyumlu olduğunda hem sosyal hem de iş hayatındaki refah ve başarı düzeyleri artmaktadır (Kristof-Brown vd., 2005). Başoda ve Acar (2022) ise mesleki farkındalığı; bilinçli öğrenme ve bilinçli farkındalık temelinde kavramsallaştırmıştır. Araştırmacılar bu kavramlardan yola çıkarak deneyimsel mesleki farkındalık kavramını geliştirmişlerdir.

Yukarıda sıralanan tüm yaklaşımlar değerlendirildiğinde, kariyer farkındalığının, ağırlıklı olarak mesleği bilme ve anlamaya dayalı bir süreç olduğu anlaşılmaktadır (Bjorklund vd., 2004; Dickens, 1984). Bu açıdan kariyer farkındalığı, meslek ile ilgili tüm süreçleri kapsadığından oldukça karmaşıktır (Jiang, 2018). Dolayısıyla ilgili literatürde kariyer/meslek/iş farkındalığına yönelik kuramsal yaklaşımlar, BKF'nin teorik dayanakları olarak belirlenmiştir (bkz. Şekil 1).

Şekil 1. Bilinçli Kariyer Farkındalığının Teorik Dayanakları-2 (Kuramsal Yaklaşımlar)



## Bilinçli Kariyer Farkındalığı Ölçeğinin Dayanağı

Tablo 2'de gösterildiği gibi literatür taraması sonucunda, BKFÖ'ye dayanak olabilecek 26 adet ölçeğe ulaşılmıştır. Bu ölçekler, ağırlıklı olarak yükseköğretim öğrencilerine yönelik geliştirilmiştir (%65,4). Yükseköğretim düzeyindeki ölçeklerin %58,8'i tek örnekleme (spor, sağlık vb.) ve %41,18'i karma örneklemeye yöneliktir. Ölçeklerin %73,07'si İngilizce ve %26,93'ü Türkçedir. Ölçeklerin %42,3'ü tek boyutlu ve %57,7'si çok boyutludur. Madde sayısı açısından ölçekler, en az 3 en fazla 41 maddelidir. Ölçeklerin %26,9'u kısa (1-10 maddeli) ve %73,1'i uzundur (10-41 maddeli). Ölçeklerin %88,5'i doğrudan kariyer farkındalığına yönelik iken %11,5'i başka kavramların bir bileşeni kapsamındadır. Birçok araştırmacıya göre kariyer farkındalığı ölçeklerinin mantığı, kariyer gereklilikleri ile ilgili bilgi düzeyini ölçmeleridir (Babenko vd., 2012; Super, 1957). Dolayısıyla mevcut ölçeklerin büyük çoğunluğu bu çerçevede geliştirilmiştir. Ölçeklerin ortak özelliği; öğrencinin kariyerleri ile ilgili algılarının, inançlarının ve tutumlarının şekillenmesini sağlayan kariyer gerekliliklerine yönelik bilgi kapasitesidir (*Kariyeri için neyin veya hangi bilginin gerekli olduğunun bilincinde mi?*).

**Tablo 2. Bilinçli Kariyer Farkındalığı Ölçeği İçin Yararlanılan Ölçekler**

ÖD	MS	Boyut	Hedef Grup	Geliştiren
<b>Kariyer Farkındalığı Ölçeği</b>				
ING	40	1. Kariyer farkındalığı - 2. Okul-iş ilişkisini algılama - 3. Öğrencinin algıladığı ihtiyaçlar	Ortaöğretim	Regan (1996)
ING	15	--	--	Tuckman (1999)
ING	19	--	Ortaöğretim	Ibrahim vd. (2014)
ING	11	--	Ortaöğretim	Ndung'u (2018)
TR	18	1.Mesleki gelişim yatkınlığı - 2.Mesleki hazır bulunma - 3.Mesleki bilinç - 4.Mesleki öz güven	Yükseköğretim -Spor	Yaşar (2019)
			Yükseköğretim -Spor	Yaşar ve Sunay (2019)
ING	10	--	Yükseköğretim -Sağlık	Hashish (2019)
TR	31	1.Kişisel farkındalık - 2.Kendini tanıma ihtiyacı - 3.Genel kariyer farkındalığı - 4.İş farkındalığı - 5.Yetkinlik farkındalığı - 6.Kariyer kararı	Yükseköğretim-Karma	Öztürk ve Şirin (2020)
ING	5	--	Yükseköğretim-Karma	Getachew vd. (2020)
ING	7	1.Profesyonel roller - 2. Yeterlikler	Yükseköğretim-Mühendislik	De Boever vd. (2021)
ING	3	--	Yükseköğretim-Karma	Wu ve Zao (2022)
ING	7	--	Ortaöğretim	Bedu-Addo vd. (2022)
<b>Sporcu Öğrenci Kariyer Farkındalığı Envanteri</b>				
TR	15	1.Kariyer gelişim öz-yeterliği - 2.Kariyer gelişim engelleri - 3.Sporcu kimliği - 4.Sportif kolaylaştırıcılar	Yükseköğretim -Spor	Bozyiğit vd. (2022)
<b>Mesleki Farkındalık Ölçeği</b>				
ING	29	--	Ortaöğretim	Helwig (1984)
ING	4	--	Yükseköğretim-Mühendislik	Bjorklund vd. (2004)
ING	41	1.Mesleki karar vermede bağımsızlık - 2.Mesleki bilgi kullanılabilirliği - 3. Kişisel ve mesleki gereksinimler arasında uyum - 4. Mesleki karar vermeye ilgi gösterme - 5. Mesleki karar verme onayı	Yükseköğretim-Karma	Algadheeb (2015)
ING	20	--	Ortaöğretim	Eyadat (2019)
ING	12	1.Yetenek - 2.İş güvenliği - 3.Çevre ve koşullar - 4.Ödüller ve faydalar - 5.Sosyal etkiler		Wong (2022)
<b>Kariyer Planlama Ölçeği</b>				
TR	23	1.Kariyer farkındalığı - 2.Mesleki farkındalık - 3.Kariyere yönelik inanç - 4.Seçimin doğruluğu - 5.Eğitimin yeterliği	Yükseköğretim -Spor	Yavuz-Eroğlu ve Eroğlu (2020)
<b>Akademik Kariyer Farkındalığı Ölçeği</b>				
TR	31	1.Öğretim elemanı olma/çalışma koşullarına ilişkin farkındalık - 2.Lisansüstü eğitimin tanımı ve amacına ilişkin farkındalık - 3.Lisansüstü eğitimden mezun olma koşullarına ilişkin farkındalık - 4.Lisansüstü eğitime başvuru koşullarına ilişkin farkındalık	Yükseköğretim-Karma	Dağyar, Kasalak ve Uğurlu (2021)
<b>İş/Meslek Farkındalığı Ölçeği</b>				
TR	24	1.İş/Meslek bilgi düzeyi - 2.İş/Meslek destek talebi - 3.İş/Meslek seçimi - 4.İş/Meslek geliştirme eğilimi	Yükseköğretim -Sağlık	Eren Bana ve Özek (2023)
<b>Kariyer Uyumu Ölçeği</b>				
ING	28	1.Kariyer ajansı - 2.Kariyere olumsuz bakış - 3. Mesleki farkındalık - 4. Destek - 5. İş-yaşam dengesi	Yükseköğretim-Karma	Rottinghaus vd. (2012)
<b>Bireysel Kariyer Değerlendirme Ölçeği</b>				
TR	12	1. Kariyer beklentisi - 2. Kariyer planlaması - 3. Kariyer farkındalığı - 4. Kariyer durumu	Yükseköğretim-Karma	Alan ve Boz (2022)
<b>İş Farkındalığı Ölçeği</b>				
ING	3	--	--	Petersen (1985)
ING	20	1. İş kalitesini anlama - 2. İş becerilerini anlama - 3. İşin teknik becerilerini anlama - 4. İşe yönelik olumlu/destekleyici tutumlar	Kamu-Çalışan	Wahidin vd. (2021)
<b>Dijital Çağın İş Dünyasına Farkındalık Ölçeği</b>				
ING	15	1. İşin dijital doğası farkındalığı - 2. Meslek ve iş farkındalığı - 3. Sürekli beceri geliştirme ve öğrenme farkındalığı	Yükseköğretim - Ekonomi ve Yönetim Bilimleri	Coetzee vd. (2021) Coetzee vd. (2023)
<b>İş ve Kariyer Algıları Ölçeği</b>				

ING	18	1.Kariyer bilgisi ve başarısı – 2.Okuldan işe farkındalık – 3.Kariyer tercihi sınırlamaları	Yükseköğretim - Ticaret/Endüstri	Jones ve Womble (1997)
-----	----	--	-------------------------------------	---------------------------

ÖD = Ölçek Dili. MS = Madde Sayısı. TR = Türkçe. ING = İngilizce

Ölçeklerde vurgulanan bilgi kapasitesinin bileşenlerini üç kategoriye ayırmak mümkündür:

- ✓ *Bireysel özellikler (Öğrencinin kendini tanıması):* Beceri, eğitim, kapasite, kişilik, inançlar, kaynaklar, kariyeri/mesleği/işi öğrenme tarzları/yöntemleri vb.),
- ✓ *Kariyerin/mesleğin/işin sosyal, psikolojik, fiziksel, ekonomik ve örgütsel özellikleri (Öğrencinin iş yaşamını tanıması):* Olanaklar, kaynaklar, istihdam şartları, roller, sorumluluklar, ilişkiler, faydalar, uzmanlaşma, iletişim kurulacak hedef kitle, iş görüşmeleri, kalite, yasa, yönetmelikler, iş türleri, işlerin içeriği; gerekli bireysel nitelikler vb.),
- ✓ *Bireyin kendisi ile sosyal ve iş yaşamı arasındaki uyumu (Öğrencinin kendisi ve iş yaşamı arasında denge kurması):* Kariyer ilerleme yolu, yöntemi, stratejileri, kariyeri yönetme, planlama, değerlendirme, kontrol etme, geri bildirim alma, değişime/yeniliklere açık olma ve ayak uydurma, güncel kalma, tercihler, psikolojik-sosyolojik-fiziksel hazırlanma, içgörü, kaynakları keşif ve kaynaklara erişim şekli/tarzi, tutumlar, beklentiler, hedefler, kişi-çevre uyumu, fırsatları değerlendirme vb.).

Geliştirilen ölçeklerin çoğunun teknik ayrıntı içermesi (iş türleri, istihdam koşulları vb.) ve her ölçeğin sınırlı sayıda teknik ayrıntıya yer vermesi dikkat çekmektedir. Bunun temel sebebinin, kariyer farkındalığı ile ilgili yapılan her kavramsallaştırma için “*Kariyer için gerekli olan bilgi nedir?*” sorusuna verilen cevaplar olduğu düşünülmektedir. Bu açıdan ölçekler, kariyere yönelik geniş bir bilgi havuzu içeren farkındalık envanterinin ortaya çıkmasına önemli katkı sunmaktadırlar. Ancak ölçeklerde kariyer ile ilgili yaklaşık olarak 200 teknik ayrıntının yer aldığı tespit edilmiştir. Bu sayı, yeni geliştirilecek bir ölçek için oldukça fazladır. Öte yandan bu ayrıntılar, yeni bir ölçek için kapsamlı bir bakış açısının geliştirilmesine esin kaynağı olabilir.

Diğer açıdan bir ölçekteki teknik ayrıntının (istihdam eğilimleri vb.) diğer ölçeklerde olmaması, öğrencilerin kendi kapasiteleri dahilindeki farkındalığının ölçülmesinin ihmal edilmesine yol açabilir. Bunun sebebi ise bir öğrencinin kariyeri ile ilgili bilgi kapasitesinin; eğitim/sınıf düzeyine ve diğer birçok faktöre göre değişkenlik gösterebilmesidir. Bir diğer husus ise bazı ölçeklerin geleceğe odaklı bir şekilde tasarlanmasıdır. Ancak farkındalık, o anki durumla alakalı psikolojik bir durumdur. Dolayısıyla her bir öğrencinin kendi bireysel kapasitesine göre o anki genel kariyer farkındalığını (teknik detaylara inilmeden) kariyeri ile ilgili hem bilişsel hem de duygusal ve davranışsal faktörlere yönelik bilinci temelinde ölçülebilen (*Kariyeri için neyi nasıl yaptığının bilincinde mi?*) bir ölçeğe ihtiyaç duyulduğunun kanaatine varılmıştır.

### Bilinçli Kariyer Farkındalığının Öğrenciler İçin Önemi

Eğitim sürecinde kariyer farkındalığı, bireyin kariyer olgunlaşma ve geliştirme aşamalarını içeren bir süreçtir (Zunker, 2006). Kariyer ile tanışma açısından erken yaşın önemli olması, ilkökul eğitimini kariyer farkındalığı sürecinin ilk basamağı haline getirmektedir (Saputi ve Purwanta, 2021). Ancak öğrencilerin özellikle ortaöğretimde kariyerleri ile ilgili yaptıkları bilinçli seçimlerle derinleşmeye başlayan kariyer farkındalığı (Tebele vd., 2015), öğrencilerin kendilerini ve kariyerlerini yakından tanımalarına (Lau, Chung ve Wang, 2021), bunun sonucunda ise mesleklerine yönelik istek ve hedeflerine odaklanmalarına yardımcı olmaktadır (Ndung'u, 2018). Yükseköğretimde ise kariyer farkındalığı, öğrencilerin kariyerleri ile ilgili gelişimlerini hızlandırmakta ve onları daha profesyonel ve bilinçli hale getirmektedir (Jin, 2009). Yapılan araştırmalarda, bazı öğrencilerin kariyer farkındalığına sahip olduğu bazılarının olmadığı (Lee, Lee ve Dopson, 2019), bazılarının da mesleki farkındalık düzeyleri yüksek olduğundan başarı düzeylerinin de yüksek olduğu bulunmuştur (DeFleur ve Menke, 1975). Bu durum, mesleki farkındalık ile bilgi düzeyi arasındaki doğru bir orantıdan kaynaklanabilir (Yaşar ve Sunay, 2019). Bu doğrultuda eğitim sürecinde kariyer farkındalığının öğrencilere sağladığı faydalar, Tablo 3'te özet bir şekilde sunulmaktadır.



**Tablo 3. Kariyer Farkındalığının Öğrencilere Sağladığı Faydalar**

Faydalar	Kaynak
Kariyer hedeflerini belirlemelerine yardımcı olmaktadır.	Ernst ve Bowen (2014)
Mesleğe yönelik hedeflere odaklanmalarını sağlayarak etkili kariyer planı yapmalarına ve karar verme süreçlerine yardımcı olmaktadır.	Ndung'u (2018), Lau, Chung ve Wang (2021), Deng vd. (2022), Shaito (2019)
Kariyerleri ile ilgili kararları verebilme olgunluğu kazandırmaktadır	Carlson (1972), Lee, Lee ve Dopson (2019)
İnançlar, değerler vb. kişisel kaynaklar ile eğitim ve meslek yaşamları arasındaki ilişkileri yönetebilme ve kariyer fırsatlarını değerlendirebilme becerileri kazandırmaktadır.	Saranapala ve Devadas (2020), Mahir (2019)
Meslek ve sosyal hayatlarında karşılaştıkları sorunları çözebilme ve başa çıkabilme becerileri kazandırmaktadır.	Li vd. (2022)
Kendilerini ve mesleğini/kariyerini daha iyi tanımalarını sağlamaktadır.	Shaito (2019), Lavalley (2006)
Kariyer olgunluğu düzeylerini artırmaktadır.	Lau, Chung ve Wang (2021), Zunker (2006)
Mesleki rollerini belirlemeleri için planlama yapmalarını kolaylaştırmaktadır.	Ndung'u (2018)
Mesleki gelişimlerine önemli katkı sağlayarak onları geleceğe hazırlamaktadır.	Steeb vd. (2021)
Sosyal ve meslek hayatı rolleri arasındaki dengeyi sağlamalarına yardımcı olmaktadır.	Makay (1980)
Mesleğe uyum sağlamalarını artırmaktadır.	Carvalho vd. (2018)
Kariyerleri ile ilgili gerekli olan bilgi ve becerileri kavratarak doğru ve etkili kariyer tercihleri yapmalarına yardımcı olmaktadır.	Salonen vd. (2019), De Boever vd. (2021), Fényes vd. (2021), Aprinal vd. (2021)
Bireysel kapasitelerine en uygun iş/meslek pozisyonu elde etmelerine imkân tanımaktadır.	Aprinal vd. (2021)
Kariyerleri ile ilgili yeni/güncel bilgiyi ve deneyimi keşfetmelerini sağlamaktadır.	Deng vd. (2022)
Kariyerleri ile ilgili kendilerini geliştirmeleri için onları motive etmektedir.	Başoda (2020), Fényes vd. (2021),
Mesleki yaşamlarına yönelik sorumluluk sahibi olmalarını ve inisiyatif almalarını sağlamaktadır.	Li vd. (2022)
Meslekleri/kariyerleri ile ilgili gelişim stratejilerini belirlemelerini sağlamaktadır.	Shaito (2019)
Mesleklerinin/kariyerlerinin kendilerine sağlayacağı faydaları öngörebilme becerilerini kazandırmaktadır.	Makay (1980)
Mesleğin detaylarını anlama ve analiz yapma becerileri kazandırmaktadır.	Bjorklund vd. (2004)
Mesleğe yönelik bilgi düzeylerini artırarak gelecekte kariyer tatminlerini artırmaktadır.	Walmsley vd. (2007)
Eğitim ve meslek başarılarını artırmaktadır.	DeFleur ve Menke (1975)
Kendilerini mesleğe daha iyi hazırlayabilmeleri için gelişimsel bir yol haritası oluşturmalarını sağlamaktadır.	Venkatesan (2008)
Mesleki özgüvenlerini artırmaktadır.	Başoda (2020), Xue (2012)
Kariyer ile ilgili beşerî sermayelerini artırmaktadır.	Coetzee vd. (2023)

## Turist Rehberliği

Turist rehberliği, daha önce belirlenen bir tur programı dahilinde turisti bir destinasyonun çekicilikleri ile ilgili bilgilendirme, tur boyunca ona eşlik etme, yol gösterme ve deneyimlerine yardımcı olma gibi bir turist rehberi tarafından verilen hizmetleri içermektedir (Başoda ve Varol, 2022). Turist rehberi ise turistleri belirli bir destinasyonun doğal, tarihi ve kültürel çevresi ile buluşturup etkileşimlerini sağlayan, bilgilendiren ve deneyimlerini şekillendiren bir turizm çalışanıdır (Ulusoy Mutlu ve Köroğlu, 2023). Turist rehberleri; turist memnuniyetine, destinasyon imajına, işletmelerin başarısına, turizm gelirlerine, turizmin sürdürülebilirliğine vb. birçok faktörü etkileyen önemli bir konumdadırlar (Başoda ve Varol, 2022). Dolayısıyla ülke turizminin gelişiminde önemli bir role sahiptirler.

Kısaca meslekten bahsedilmesi gerekirse Türkiye’de turist rehberliği, 6326 sayılı Turist Rehberliği Meslek Kanunu’na göre yapılmaktadır. Meslek örgütü, 13 odadan oluşan Turist Rehberleri Odaları Birliği’dir (TUREB). İstatistiklere göre Türkiye’de yaklaşık 38 dilde kayıtlı 13000 turist rehberi bulunmaktadır (TUREB, 2023). Yasaya göre turist rehberi olabilmek için T.C. vatandaşı olmak, 18 yaşını doldurmuş olmak, turist rehberliği ile ilgili önlisans, lisans ve lisansüstü programlarından mezun olmak veya Bakanlık tarafından açılan kurslarda başarılı olmak, belirli yabancı dil yeterliğine sahip olmak (Bakanlık tarafından yapılan sınavlar veya YDS’den en az 75 puan almak), uygulama gezisine katılarak başarılı olmak, yasada belirtilen suçlardan dolayı mahkûm olmamak gerekmektedir. Tüm şartları sağlayan adaylara, mesleğe kabul belgesi olarak Bakanlık tarafından ruhsatname verilmektedir. Rehber, mesleğini icra edebilmesi için bir yıl geçerli çalışma kartını almaktadır. Bu rehberlere eylemli rehberler, çalışma kartı almayanlara ise eylemsiz rehberler denilmektedir. Turist rehberleri, bölgesel ve ülkesel olmak üzere iki gruba ayrılmaktadır. Bölgesel rehber, ruhsatnamesine ve çalışma kartına işlenen coğrafik bölge veya bölgelerde rehberlik yapmaktadır. Ülkesel rehber ise 7 coğrafik bölgede mesleğini icra edebilmektedir (Mevzuat.gov.tr, 2023).

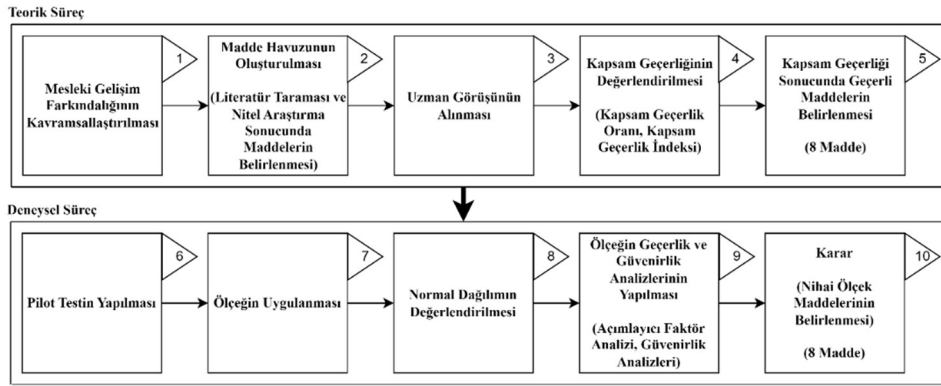
Türkiye’de turist rehberliği eğitimi; ön lisans, lisans ve lisansüstü düzeylerinde verilmektedir. Yükseköğretim Kurulu’nun 2023 YKS verilerine göre Türkiye’de 38 üniversitede, 40 okulda ve programda lisans eğitimi

verilmektedir. Lisans programları, Turizm rehberliği ve Seyahat İşletmeciliği ve Turizm Rehberliği şeklinde adlandırılmıştır. Programlar, ağırlıklı olarak Turizm Fakülteleri bünyelerindedir: Turizm Fakültesi (31), İktisadi, İdari ve Sosyal Bilimler Fakültesi (1), Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu (1), Turizm ve Otel İşletmeciliği Yüksekokulu (1), Turizm ve Otelcilik Yüksekokulu (1), Uygulamalı Bilimler Fakültesi (1) ve Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu (4). Ön lisans ise 28 Üniversitede, 32 okulda ve programda verilmektedir. Bu okullardan 6'sı turizm okuludur. Önlisans programlarının adı ise Turist Rehberliğidir (ÖSYM, 2023). Lisansüstü eğitim ise yaklaşık olarak 26 üniversitede ve enstitüde verilmektedir (yüksek lisans ve doktora).

## Yöntem, Bulgular ve Tartışma

BKFÖ'yü geliştirmek için Churchill (1979), DeVellis (2003) ve Lawshe (1975) tarafından önerilen yöntemler kullanılmıştır (bkz. Şekil 2).

Şekil 2. Ölçek Geliştirme Süreci

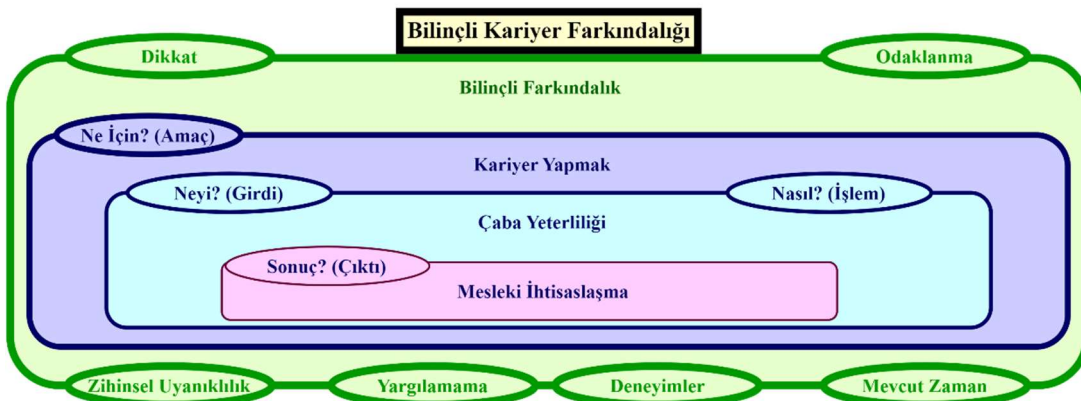


### Teorik Süreç

#### Bilinçli Kariyer Farkındalığının Kavramsallaştırılması

İlgili literatür ışığında BKF'nin kavramsal tasarımı Şekil 3'teki gibi oluşturulmuştur. Kabat-Zinn'e (1994) ve Brown ve Ryan'a (2003) göre bilinçli farkındalık; "Bireyin kasıtlı olarak, şu anda olup bitenlere ve yargulamadan kendini dikkat eylemine odaklaması ve o andaki bilgiyi aktif olarak işleme alması ile açıklanan bilişsel durumu veya becerisidir" (Başoda ve Gümüş Dönmez, 2022:1443). İlgili literatüre göre bilinçli farkındalık, psikolojik özellik veya durumdur (Hisli Şahin ve Yeniçeri, 2015).

Şekil 3. Bilinçli Kariyer Farkındalığının Önerilen Kavramsal Tasarımı (Bu Çalışmaya Özgüdür)



Bu çalışmanın tasarımına göre ise bilinçli farkındalık, öğrencinin yargulamadan dikkatini şimdiki zamana ve deneyimlerine yoğunlaştırması, zihinsel olarak uyanık ve hazır olması ile açıklanan psikolojik bir durumdur (Ding vd., 2019; Stankov vd., 2020; Shapero vd., 2019). Bilinçli farkındalığın tercih edilme sebebi ise kariyer ile ilgili öğrencilere birçok faydasının olmasıdır. Bu faydalardan bazıları şu şekilde sıralanabilir: Odaklanma (Bishop vd., 2004), kaynakları değerlendirme (Voydanoff, 2005), motivasyonu artırma (Galles vd., 2019), tükenmişliği azaltma (Li vd., 2017), fırsatları değerlendirme (Zarotti vd., 2020), keşfetme isteğini artırma (Markič ve Kordeš, 2016), günceli takip etme (Stankov vd., 2020), planlama yapma (Feldt vd., 2021), stresi düşürme (Akşit Aşık, 2019), nitelikleri geliştirme (Leland,

2015), öğrenmeyi artırma (Öksüz ve Yiğit, 2020), ruminasyonu düşürme, mesleki bağlılığı artırma (Başoda ve Gümüş Dönmez, 2022) vb.

Tasarıma göre öğrencinin amacı, mesleğinde kariyer yapmaktır (Amaç). Çaba yeterliliği, öğrencinin belirlediği kariyeri doğrultusunda gerekli olan güncel mesleki gereklilikleri algılayabilme (Girdi) ve yerine getirebilme (İşlem) gücüdür. Mesleki ihtisaslaşma ise öğrencinin mesleği ile ilgili bulunduğu mevcut aşamadaki çabaları sonucunda elde ettiği yetkinliğin derecesidir (Çıktı). Dolayısıyla bilinçli kariyer farkındalığı; öğrencinin yargılamadan dikkatini mevcut deneyimlerine odaklayarak zihinsel olarak uyank ve hazır olması yoluyla kariyeri için güncel mesleki gereklilikleri yerine getirebilme çabalarına ve bunun sonucundaki mesleki ihtisaslaşmasına yönelik bilinç düzeyi şeklinde tanımlanabilir.

### Madde Havuzunun Oluşturulması

BKFÖ'ye yönelik Şekil 3'te tasarlanan kavramsal çerçeve kapsamında, madde havuzu oluşturulmuştur (Carpenter, 2018; Churchill, 1979). BKFÖ için önceki literatürden üretilen maddelerden farklı olarak nitel araştırma ile yeni maddeler elde edilmiştir (DeVellis, 2003). Genel madde havuzu ise literatür taraması ve nitel araştırma sonucunda üretilen maddelerin birleştirilmesi ile oluşturulmuştur.

### Literatür Taraması Sonucunda Üretilen Maddeler

Literatür taraması sonucunda doğrudan BKF ile ilgili geliştirilen bir ölçeğe rastlanmamıştır. Ancak daha önce geliştirilen ölçeklerden yola çıkarak madde havuzu dört aşamada oluşturulmuştur. Birincisi, 26 ölçeğin tüm maddeleri (458 madde) bir araya getirilmiştir. Bu maddeler, sadeleştirilerek (ifade olarak bir maddenin aynı/benzer olanlarının silinmesi) 310 maddeye düşürülmüştür. İkincisi, sadeleştirilen 310 madde, tekrar sadeleştirilmiş (anlamsal olarak aynı/benzer olan maddelerin bir maddede birleştirilmesi) ve 203 maddeye indirgenmiştir. Üçüncüsü, 203 maddeden, bilinçli kariyer farkındalığının içeriği ile uyumlu olan 63 madde seçilmiştir. Dördüncüsü ise seçilen 63 madde, Şekil 3'te belirtilen bilinçli kariyer farkındalığının mantığına göre birleştirilerek 22 madde üretilmiştir (bkz. Tablo 4).

Tablo 4. Literatür Taraması Sonucunda Üretilen Maddeler

No	Maddeler
1	Turist rehberliği kariyerim için mesleki bilgiye nasıl erişebildiğim farkındayım.
2	Turist rehberliği kariyerim için mesleki konularda kendimi nasıl geliştirebildiğim farkındayım.
3	Turist rehberliği kariyerim için mesleki çevremle nasıl iletişim kurabildiğim farkındayım.
4	Turist rehberliği kariyerim için mesleğimin gerektirdiği becerileri nasıl geliştirebildiğim farkındayım.
5	Turist rehberliği kariyerim için mesleki özgüvenimi nasıl artırabildiğim farkındayım.
6	Turist rehberliği kariyerim için mesleki planlarımı nasıl uygulayabildiğim farkındayım.
7	Turist rehberliği kariyerim için mesleki ihtiyaçlarımı nasıl karşılayabildiğim farkındayım.
8	Turist rehberliği kariyerim için mesleki planlarımı nasıl yönetebildiğim farkındayım.
9	Turist rehberliği kariyerim için mesleğime yönelik zayıf yönlerimi nasıl geliştirebildiğim farkındayım.
10	Turist rehberliği kariyerim için mesleki bilgimi nasıl artırabildiğim farkındayım.
11	Turist rehberliği kariyerim için mesleğimi daha iyi nasıl öğrenebildiğim farkındayım.
12	Turist rehberliği kariyerim için mesleki konularda çevremden nasıl destek alabildiğim farkındayım.
13	Turist rehberliği kariyerim için güncel mesleki gelişmeleri nasıl takip edebildiğim farkındayım.
14	Turist rehberliği kariyerim için gerekli olan mesleki nitelikleri nasıl geliştirebildiğim farkındayım.
15	Turist rehberliği kariyerim için mesleki gelişim ile ilgili çevremden nasıl destek alabildiğim farkındayım.
16	Turist rehberliği kariyerim için mesleğime nasıl uyum sağlayabildiğim farkındayım.
17	Turist rehberliği kariyerim için mesleğimi yakından tanımaya nasıl motive olabildiğim farkındayım.
18	Turist rehberliği kariyerim için mesleğime hazırlanmaya kendimi nasıl motive edebildiğim farkındayım.
19	Turist rehberliği kariyerim için mesleğime yönelik nasıl bir planlama yapabildiğim farkındayım.
20	Turist rehberliği kariyerim için mesleki fırsatları nasıl öğrenebildiğim farkındayım.
21	Turist rehberliği kariyerim için mesleki hedeflerimi nasıl belirleyebildiğim farkındayım.
22	Turist rehberliği kariyerim için mesleki hedeflerime nasıl ulaşabildiğim farkındayım.

### Nitel Araştırma Sonucunda Üretilen Maddeler

Nitel araştırma, belirli bir konuyla ilgili güncel ve farklı bilgiler elde etmek için yararlı bir yöntemdir (Strauss ve Corbin, 1990). Bu bağlamda, keşifsel nitelikte olan bu çalışmada, temel nitel araştırma tasarımı tercih edilmiştir (Bengtsson, 2016). Nitel araştırma, son yıllarda ölçek geliştirmede tercih edilen bir yöntemdir (Ulusoy Mutlu ve Köroğlu, 2023). Bu yöntemle, turizm rehberliği öğrencilerinin bilinçli kariyer farkındalığına yönelik yeni ve farklı bakış açıları elde edilmesi amaçlanmıştır. Bu amaç doğrultusunda, konuya hakimiyetinden dolayı araştırmacı tarafından en uygun araştırma planı yapılmıştır (Creswell ve Creswell, 2017).

Katılımcılar, amaca göre örneklem yöntemi doğrultusunda belirlenmiştir (Elmusharaf, 2012). Buna göre, turist rehberliği mesleği ve eğitimi ile doğrudan ilgisi olan turist rehberleri, akademisyenler ve seyahat acenteleri yöneticileri seçilmiştir (bkz. Tablo 5). Ardından, bu katılımcılardan öğrencilerin kariyer farkındalıkları ile ilgili görüşleri alınmıştır. Veri toplama, çevrimiçi nitel form tekniği ile gerçekleştirilmiştir (Bengtsson, 2016). Bu teknik, zamandan ve maliyetten tasarruf ve yeni bilgiye ulaşma gibi imkânlar sağlamaktadır (Braun vd., 2021). Tasarlanan nitel formda; cinsiyet, medeni durum, meslek, unvan, eğitim düzeyi, mesleki tecrübe, yaş ve araştırma sorusu değişkenlerine yer verilmiştir. Katılımcılara yöneltilen soru şu şekildedir: “*Turist rehberliği eğitimi alan öğrencilerin kariyerlerine yönelik hangi konularda farkındalığa sahip olmaları gerektiğini düşünüyorsunuz?*”. Bu soru, ilgili literatür ve turist rehberi kökenli olan araştırmacının tecrübeleri ışığında belirlenmiştir. Bilimsel etiğe uygunluk onayı alındığı için veri toplanmaya başlanmıştır (23.06.2020-48089 sayılı karar, Selçuk Üniversitesi Sosyal ve Beşerî Bilimler Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Kurulu).

Hazırlanan nitel forma yönelik 3 uzmanın (Prof. Dr.) görüşü alınmıştır. Ayrıca nitel formdaki soruların anlaşılır olup olmadığını test etmek için pilot uygulama (1 turist rehberi, 1 akademisyen ve 1 seyahat acentesi yöneticisi) da yapılmıştır. Uzman görüşü ve pilot uygulama sonuçları, formun gayet açık ve anlaşılır olduğunu göstermiştir. Bu işlemler, araştırmanın güvenilirliğini artırdığı için önemli görülmektedir (Merriam, 2009). Ardından nitel form, Aralık 2022-Şubat 2023 tarihleri arasında, farklı dijital ortamlarda katılımcılara ulaştırılmıştır.

Veri toplama, katılımcıların cevapları tekrara düştüğünde ve araştırmacının belirlediği bir doyum noktasına ulaşıldığında sonlandırılmıştır (Bengtsson, 2016; Taylor, Bogdan ve DeVault, 2015). Veri toplama süreci sonucunda, 62 kişiye ulaşılmıştır. Katılımcıların %38,7’si turist rehberi, %32,3’ü akademisyen ve %29’u ise seyahat acenteleri yöneticileridir. Elde edilen verilere ilişkin bütüncül yaklaşımla (*tüm katılımcıların cevaplarının toplu olarak işlenmesi*), MAXQDA 2020 programıyla açık içerik analizi (*katılımcıların görüşlerinin olduğu gibi değerlendirilmesi*) yapılmıştır (Graneheim ve Lundman, 2004). İçerik analizi için veriler temalar şeklinde kodlanmış, sınıflandırılmış (Hsieh ve Shannon, 2005) ve isimlendirilmiştir (Darj vd., 2019). Ardından yukarıda belirtilen tüm işlemlerin ve sonuçlarının güvenilirliğine ve geçerliğine yönelik onay, nitel araştırmada uzman 3 kişiden alınmıştır (Kozak, 2017).

**Tablo 5. Nitel Araştırma Katılımcı Bilgileri**

Değişkenler		Sayı	%
Cinsiyet	Kadın	23	37.7
	Erkek	39	62.9
Medeni Durum	Bekar	25	40.3
	Evli	37	59.7
Meslek	Turist Rehberi	24	38.7
	Akademisyen (turist rehberi kökenli)	20	32.3
	Seyahat Acenteciliği	18	29.0
Unvan	Turist Rehberi (Bölgesel:7 “%29,2”, Ulusal:17 “%70,8”)	24	38.7
	Prof. Dr.	3	4.8
	Doç. Dr.	6	9.7
	Dr. Öğr. Üyesi	7	11.3
	Öğr. Gör.	4	6.5
	Seyahat Acentesi Yöneticisi (A Grubu)	18	29.0
Akademisyen Dağılımı	Meslek Yüksek Okulu	10	50.0
	Doç. Dr.	2	20.0
	Dr. Öğr. Üyesi	4	40.0
	Öğr. Gör.	4	40.0
	Turizm Fakültesi	10	50.0
	Prof. Dr.	3	30.0
	Doç. Dr.	4	40.0
	Dr. Öğr. Üyesi	3	30.0
Eğitim Düzeyi	Ön Lisans	12	19.4
	Lisans	34	54.8
	Lisansüstü	16	25.8
Mesleki Tecrübe	Ortalama = 13.06		
Yaş	Ortalama = 38		

Toplam Katılımcı Sayısı = 62

Tablo 6’ya göre öğrencilerin bilinçli kariyer farkındalığına yönelik toplamda 327 kodlama ve 12 adet tema ortaya çıkmıştır. Bu temalar, ölçek maddelerine dönüştürülmüştür. Temalar incelendiğinde, katılımcıların öğrencilerin öğrenim sürecinde kariyerleri için mesleğe yönelik nitelikleri geliştirme, kariyer planlaması, bilinçli öğrenme, sürekli

gelişim ve öğrenme yöntemleri farkındalığı üzerinde durdukları anlaşılmaktadır. Bu bulgular, daha önce turist rehberliği eğitimine yönelik araştırma yapan birçok araştırmacının yaklaşımlarını desteklemektedir (Albuz, 2022; Büyükkuru, 2022; Çeşmeci, Çalışkan ve Özsoy, 2020; Köroğlu, Köroğlu ve Asmadili, 2019; Yumuk ve Demirel İli, 2022). Dolayısıyla bu bulgular, turist rehberliği eğitiminde yıllardır altı çizilen konuları bir kez daha pekiştirmektedir. Ayrıca bulgular, öğrencilerin turist rehberliği mesleğinin kendine has dinamikleri olduğunu ve öğrencilerin bu dinamiklere yönelik farkındalıklara sahip olmaları gerektiğini belirten bulgular olduğu ileri sürülebilir. Dikkat çeken bir diğer husus ise uzmanların özellikle öğrencilerin mesleki bilgiyi ve becerileri geliştirme farkındalıkları üzerinde durmalarıdır.

**Tablo 6. Nitel Araştırma Sonucunda Üretilen Maddeler**

No	Temalar/Maddeler	K.S.
1	Turist rehberliği kariyerim için mesleki bilgimi nasıl artırabildiğim farkındayım.	150
2	Turist rehberliği kariyerim için iletişim becerilerimi nasıl geliştirebildiğim farkındayım.	25
3	Turist rehberliği kariyerim için yabancı dil becerilerimi nasıl geliştirebildiğim farkındayım.	24
4	Turist rehberliği kariyerim için mesleki planlamamı nasıl yapabildiğim farkındayım.	20
5	Turist rehberliği kariyerim için mesleki deneyimimi nasıl artırabildiğim farkındayım.	19
6	Turist rehberliği kariyerim için güncel mesleki gelişmeleri nasıl takip edebildiğim farkındayım.	15
7	Turist rehberliği kariyerim için mesleği yapma tarzımı nasıl oluşturabildiğim farkındayım.	14
8	Turist rehberliği kariyerim için mesleki olarak kendimi nasıl sürekli geliştirebildiğim farkındayım.	13
9	Turist rehberliği kariyerim için mesleki teknolojiyi nasıl öğrenebildiğim farkındayım.	12
10	Turist rehberliği kariyerim için mesleki gelişimim ile ilgili süreci nasıl yönetebildiğim farkındayım.	12
11	Turist rehberliği kariyerim için mesleğime nasıl hazırlanabildiğim farkındayım.	12
12	Turist rehberliği kariyerim için mesleki gelişimimle ilgili fırsatları nasıl değerlendirebildiğim farkındayım.	11
Toplam		327

K.S. = Kodlama Sayısı

## Genel Madde Havuzu

Literatür taraması sonucunda 22 madde ve nitel araştırma sonucunda 12 madde üretilmişti. Ancak nitel araştırma sonucunda elde edilen maddelerden 5'i (1, 2, 3, 4, 6 ve 8), literatür taramasında elde edilenlerden bazıları (10, 4, 4, 19, 13 ve 2) ile aynı/benzer olduğundan genel havuza eklenmemiştir. Dolayısıyla nihai genel madde havuzu 28 madde ile oluşturulmuştur (bkz. Tablo 7).

**Tablo 7. Literatür Taraması ve Nitel Araştırma Sonucunda Oluşturulan Genel Madde Havuzu**

No	Ölçek Maddeleri
1	Turist rehberliği kariyerim için mesleki bilgiye nasıl erişebildiğim farkındayım.
2	Turist rehberliği kariyerim için mesleki konularda kendimi nasıl geliştirebildiğim farkındayım.
3	Turist rehberliği kariyerim için mesleki çevremle nasıl iletişim kurabildiğim farkındayım.
4	Turist rehberliği kariyerim için mesleğimin gerektirdiği becerileri nasıl geliştirebildiğim farkındayım.
5	Turist rehberliği kariyerim için mesleki özgüvenimi nasıl artırabildiğim farkındayım.
6	Turist rehberliği kariyerim için mesleki planlarımı nasıl uygulayabildiğim farkındayım.
7	Turist rehberliği kariyerim için mesleki ihtiyaçlarımı nasıl karşılayabildiğim farkındayım.
8	Turist rehberliği kariyerim için mesleki planlarımı nasıl yönetebildiğim farkındayım.
9	Turist rehberliği kariyerim için mesleğime yönelik zayıf yönlerimi nasıl geliştirebildiğim farkındayım.
10	Turist rehberliği kariyerim için mesleki bilgimi nasıl artırabildiğim farkındayım.
11	Turist rehberliği kariyerim için mesleğimi daha iyi nasıl öğrenebildiğim farkındayım.
12	Turist rehberliği kariyerim için mesleki konularda çevremden nasıl destek alabildiğim farkındayım.
13	Turist rehberliği kariyerim için güncel mesleki gelişmeleri nasıl takip edebildiğim farkındayım.
14	Turist rehberliği kariyerim için gerekli olan mesleki nitelikleri nasıl geliştirebildiğim farkındayım.
15	Turist rehberliği kariyerim için mesleki gelişim ile ilgili çevremden nasıl destek alabildiğim farkındayım.
16	Turist rehberliği kariyerim için mesleğime nasıl uyum sağlayabildiğim farkındayım.
17	Turist rehberliği kariyerim için mesleğimi yakından tanımaya nasıl motive olabildiğim farkındayım.
18	Turist rehberliği kariyerim için mesleğime hazırlanmaya kendimi nasıl motive edebildiğim farkındayım.
19	Turist rehberliği kariyerim için mesleğime yönelik nasıl bir planlama yapabildiğim farkındayım.
20	Turist rehberliği kariyerim için mesleki fırsatları nasıl öğrenebildiğim farkındayım.
21	Turist rehberliği kariyerim için mesleki hedeflerimi nasıl belirleyebildiğim farkındayım.
22	Turist rehberliği kariyerim için mesleki hedeflerime nasıl ulaşabildiğim farkındayım.
23	Turist rehberliği kariyerim için mesleki deneyimimi nasıl artırabildiğim farkındayım.
24	Turist rehberliği kariyerim için mesleği yapma tarzımı nasıl oluşturabildiğim farkındayım.
25	Turist rehberliği kariyerim için mesleki gelişimim ile ilgili süreci nasıl yönetebildiğim farkındayım.
26	Turist rehberliği kariyerim için mesleki teknolojiyi nasıl öğrenebildiğim farkındayım.

27	Turist rehberliği kariyerim için mesleğime nasıl hazırlanabildiğimin farkındayım.
28	Turist rehberliği kariyerim için mesleki gelişimimle ilgili fırsatları nasıl değerlendirebildiğimin farkındayım.

## Kapsam Geçerliği

Öncelikle havuzdaki 28 maddenin Türkçe dil kurallarına göre uygun olup olmadığı Türk dilinde uzman olan 2 akademisyene kontrol ettirilmiştir. Uzmanlar, maddelerin ifade edilişi ile ilgili bir sorun olmadığını belirtmişlerdir. Ardından ölçeğe ilişkin kapsam geçerliğinin belirlenmesi için uzman görüşüne sunulmak üzere bir değerlendirme formu hazırlanmıştır (DeVellis, 2003). Formda, bilinçli kariyer farkındalığının tanımı ve açıklaması, 28 madde ve her bir maddenin karşısında “Gerekli”, “Gereksiz” ve “Yararlı ancak gerekli değil” şeklinde üç değerlendirme ölçütü belirtilmiştir (Lawshe, 1975). Formda, herhangi bir ölçüt için değerlendirme yapan uzmanlardan gerekçe belirtmeleri istenmiştir. Değerlendirme formu, 20 Nisan-10 Mayıs 2023 tarihleri arasında, dijital ortamlarda 71 uzmana ulaştırılabilmiştir. Uzmanlardan 25’i (%35,2) geri dönüş sağlamıştır (bkz. Tablo 8). Kapsam geçerliği için Lawshe tekniğine göre en az 5 uzmandan görüş alınmalıdır (Lawshe, 1975). Tablo 8’de gösterildiği üzere 25 uzmandan görüş alınmıştır.

**Tablo 8. Değerlendirme Yapan Uzmanların Dağılımı**

Unvan	Cinsiyet		Yaş (Ort.)	Mesleki Tecrübe (Yıl Ort.)	MYO	Turizm Fakültesi	Bölgesel Rehber	Ulusal Rehber	Toplam Sayı
	K	E							
Prof. Dr.	1	2	45.6	19.0	--	3	--	3	3
Doç. Dr.	2	2	42.7	13.7	2	2	--	4	4
Dr. Öğr. Üyesi	3	2	40.8	12.4	2	3	--	5	5
Öğr. Gör. Dr.	--	1	42.0	15.0	1	--	--	1	1
Öğr. Gör.	--	1	40.0	12.0	1	--	--	1	1
Arş. Gör. Dr.	1	1	36.5	9.5	--	2	--	2	2
Arş. Gör.	--	1	35.0	4.0	--	1	--	1	1
Turist Rehberi	2	1	46.6	22.7	--	--	1	2	3
Seyahat Acentesi Yöneticisi	2	3	50.2	23.2	--	--	--	--	5
Toplam	11	14	43.7	16.3	6	11	1	19	25

Lawshe tekniğine göre kapsam geçerliği, *kapsam geçerlik oranı* (KGO) ve *kapsam geçerlik indeksi* (KGI) ölçütlerine göre değerlendirilir. KGO, maddelerin her birine, KGI ise ölçeğin tamamına yönelik hesaplamalardır. KGO eşik değeri, uzman sayısına göre belirlenir. Buna göre 25 uzman sayısına denk gelen KGO eşik değeri  $>0.37$  şeklindedir. Dolayısıyla  $0.37$ ’den küçük ayrıca negatif değer alan maddeler elenir. KGI ise KGO eşik değerinden büyük olmalıdır. Bu değer büyük olduğu takdirde  $p<0.05$  düzeyinde anlamlı ve elenme sonrasında geride kalan maddeler ile ölçeğin geçerli olduğu kabul edilmektedir (Lawshe, 1975).

Tablo 9’a göre KGO eşik değerinin ( $0.37$ ) üzerinde olan dolayısıyla kapsam geçerliğini sağlayan 8 madde olduğu anlaşılmaktadır (*Madde 1, 8, 11, 12, 13, 14, 17 ve 28*). Eşik değerinin altında kalan ve negatif değer alan 20 madde ise elenmiştir. Uzmanlar, bu maddeleri “*Bu madde, ..... maddelerle aynı veya benzerdir*” gibi sebeplerle elediklerini belirtmişlerdir. Hesaplanan KGI değeri ( $6.72$ ), KGO eşik değerinin üzerinde ( $>0.37$ ) olduğu için  $p<0.05$  düzeyinde anlamlıdır (Lawshe, 1975). DeVellis’e (2014) göre uzman görüşleri neticesinde çıkan sonuçlara yönelik son kararı araştırmacı verebilir. Buna göre araştırmacı, uzman görüşlerini değerlendirilmiş ve kapsam geçerliği sağlanan 8 maddenin BKFÖ’yü kısa ve öz bir şekilde ölçebilen maddeler olduğuna karar vermiştir.

**Tablo 9. Uzman Görüşleri Doğrultusunda BKFÖ'nün Kapsam Geçerlik Oranı ve İndeksi**

Ölçek Maddeleri	Gerekli	Gereksiz	Yararlı ancak gerekli değil	KGO
<b>Madde 1</b>	<b>23</b>	<b>2</b>	<b>0</b>	<b>0.84</b>
Madde 2	12	13	0	-0.04
Madde 3	9	16	0	-0.28
Madde 4	13	10	2	0.04
Madde 5	10	14	1	-0.20
Madde 6	10	11	4	-0.20
Madde 7	10	9	6	-0.20
<b>Madde 8</b>	<b>25</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>1.00</b>
Madde 9	16	9	0	0.28
Madde 10	14	0	11	0.12
<b>Madde 11</b>	<b>23</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>0.84</b>
<b>Madde 12</b>	<b>20</b>	<b>4</b>	<b>1</b>	<b>0.60</b>
<b>Madde 13</b>	<b>24</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>0.92</b>
<b>Madde 14</b>	<b>21</b>	<b>0</b>	<b>4</b>	<b>0.68</b>
Madde 15	16	8	1	0.28
Madde 16	17	1	7	0.36
<b>Madde 17</b>	<b>25</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>1.00</b>
Madde 18	10	9	6	-0.20
Madde 19	12	13	0	-0.04
Madde 20	14	11	0	0.12
Madde 21	10	15	0	-0.20
Madde 22	11	10	4	-0.12
Madde 23	12	0	13	-0.04
Madde 24	13	6	7	0.04
Madde 25	15	0	10	0.20
Madde 26	16	0	9	0.28
Madde 27	11	0	14	-0.12
<b>Madde 28</b>	<b>21</b>	<b>4</b>	<b>0</b>	<b>0.68</b>
<b>KGİ</b>				<b>6.72</b>
Uzman Sayısı: 25. KGO Eşik Değeri: > 0.37 (Lawshe, 1975). KGO = Kapsam Geçerlik Oranı. KGİ = Kapsam Geçerlik İndeksi.				

## DeneySEL Süreç

### Pilot Test

Kapsam geçerliği süreci sonrasında hazırlanan ankette; cinsiyet, sınıf ve yaş değişkenleri ile 8 maddelik ölçek yer almaktadır. BKFÖ, 5'li Likert ile derecelendirilmiştir. Bunun nedeni, Türkiye'de tutumların ölçülmesinde yaygın olarak kullanılmasıdır (Nakip, 2013). Pilot testin yapılma sebepleri, anketin dil, yapı ve doldurma süresi gibi hususlarda ölçüm hatalarının tespit edilmesi ve çözülmesidir (Churchill ve Iacobucci, 2002; Podsakoff vd., 2003). Bu amaçla, 12-15 Mayıs 2023 tarihleri arasında, 3 Turizm Fakültesi bünyesinde yer alan Turizm Rehberliği Bölümünde öğrenim gören 12 öğrenciye uygulama yapılmıştır. Uygulama sonucunda öğrencilerin tamamı anketin açık ve anlaşılır olduğunu belirtmişlerdir.

### Ölçeğin Uygulanması

#### Örneklem, Veri Toplama Yöntemi ve Analizler

Asıl uygulama için amaca göre örneklem yöntemi tercih edilmiştir. Bu yöntem, araştırmacının konuya hakimiyetinden dolayı araştırma için uygun ve yeterli olan örnek grubu seçebilmesini sağlayabilmektedir. Ayrıca bu yöntem, çok geniş ve ulaşılması zor olan evrenden küçük bir grubun seçilmesinin gerekli olduğu durumlarda tercih edilebilmektedir (Babbie, 2001; Bernard, 2000). Bu doğrultuda Turizm Fakülteleri bünyesindeki Turizm Rehberliği Bölümü öğrencileri araştırmaya dahil edilmiştir. Veriler, çevrimiçi anket tekniği ile elde edilmiştir. Anket formu, 16-30 Mayıs 2023 tarihleri arasında, ulaşılabilen Turizm Fakültelerinin öğretim elemanlarına ve üyelerine dijital kanallar yoluyla ulaştırılmıştır. Söz konusu kişiler, anket linkini öğrencileriyle paylaşmıştır. Ayrıca öğrencilerin tamamen gönüllülük esasına göre araştırmaya katılmaları istenmiştir. Araştırma için en az 300 öğrenci hedeflenmiştir. Uygulama sonucunda, 330 öğrenciden geri dönüş alınmıştır. DeVellis'e (2003) göre örneklem sayısının ölçeğin madde sayısının 5 veya 10 katı olması gerekir (8 madde, >80). Bazı araştırmacılara göre ise faktör analizinin yapılabilmesi için örneklem sayısının en az 100 (Hair vd., 1998), 200 (Kline, 2016) veya 300 (Nunnally,

1978) olması gerekmektedir. Örneklem sayısının yukarıda belirtilen eşik değerlerin üzerinde olduğu dolayısıyla analizler için yeterli sayıda olduğu anlaşılmaktadır. Araştırmaya katılan öğrencilerin %72.9'u kadın ve %27.1'i erkektir. Öğrencilerin %21'i 1. Sınıf, %28.4'ü 2. Sınıf, %24.1'i 3. Sınıf ve %26,5'i ise 4. Sınıf öğrencisi olup yaş ortalaması 23.9'dur. Verilerin analizi için SPSS 25 istatistik programı kullanılmıştır. Sapan değeri tespiti için sapan analizi (Mahalanobis Uzaklık Değeri-MUD ve t-testi) (Tabachnick ve Fidell, 2007), normal dağılım için basıklık ve çarpıklık değerleri (Kline, 2016), yapı geçerliği için keşfedici faktör analizi ve iç tutarlılık (güvenirlik) için Crombach's Alpha, ikiye bölme, Guttman, paralel ve kesin paralel analizleri yapılmıştır (Altunışık vd., 2012; Kalaycı, 2010).

### Sapan Değer Tespiti ve Normal Dağılım

Sapan değer tespiti için öncelikle MUD hesaplanmış ve madde sayısına bölünmüştür. Bölme sonucunda elde edilen değerler,  $p < 0.001$  anlamlılık düzeyinde t değerinden büyük olması beklenmektedir (Kalaycı, 2010). T-testi dağılım tablosuna göre  $p < 0.001$  düzeyinde (serbestlik derecesi 8) kritik t-değeri 4.500 olarak bulunmuştur. Buna göre kritik t-değerinden büyük olan 2 anket tespit edilmiş ve veri setinden çıkarılmıştır (Tabachnick ve Fidell, 2007). Geriye 328 anket kalmıştır. Verilerin normal dağılıp dağılmadığı ise basıklık ve çarpıklık değerlerine göre belirlenmiştir. Tabachnick ve Fidell'e (2007) göre çarpıklık ve basıklık değerleri  $\pm 1$  aralığında, Kline'ye (2016) göre ise basıklık  $< 3.00$  ve çarpıklık  $< 8.00$  değer almışsa veriler normal dağılmaktadır. Tablo 10'da belirtildiği gibi değerlerin tamamı  $\pm 1$  aralığındadır. Ayrıca Mardia'nın çok değişkenli basıklık katsayısı 21.39 bulunmuş ve bu değer 80.00'den düşüktür [madde sayısı "8" (madde sayısı "8" + 2) = 80.00]. Böylece, bu bulgular verilerin tek değişkenli ve çok değişkenli normal dağıldığını doğrulamıştır (Bollen, 1989; Mardia, 1985).

### Keşifsel Faktör Analizi

Keşifsel faktör analizi için verilerin uygun ve yeterli olup olmadığını belirlemek için örneklem yeterlik (Kaiser-Meyer-Olkin-KMO) ve Bartlett küresellik testleri yapılmıştır. KMO değeri, 1.00'a ne kadar yakın olursa örneklem yeterliliği o kadar mükemmel olarak değerlendirilmektedir (Hair vd., 1998; Kaiser ve Rice, 1974). Test sonucu, KMO değerinin 0.926 olduğunu gösterdiğinden örneklem yeterliğinin mükemmel olduğu anlaşılmaktadır. Küresellik test sonucu ise anlamlı olduğu tespit edilmiştir ( $X^2 = 1977.65$ ,  $df = 28$ ,  $p = 0.000$ ) (Hair et al., 2014). Bu sonuçlar, veri setinin faktör analizi için uygun olduğunu göstermiştir. Ayrıca Fields'e (2005) göre faktör analizine yönelik yeterli bir modelin kurulması için artık puanların %50'sinden daha azının mutlak değerinin 0,05'ten büyük olması gerekmektedir. Test sonuçlarına göre faktör analizi modelinin artık puanı %39 ( $< 50$ ) ve mutlak değeri ise 11'dir ( $> 0.05$ ). Dolayısıyla faktör analizi modelinin yeterli olduğu ve verilerin herhangi bir sorun teşkil etmediği tespit edilmiştir.

Faktör analizi için maddelerin yük değerlerinin eşiği, 0.50 ve üzeri olarak belirlenmiştir (Nunnally, 1978). Ölçeğin boyutlu olup olmadığını belirlemek için ise asal bileşenler döndürme yöntemi kullanılmıştır (Nakip, 2013). Eğer ölçek boyutlu çıkarsa, araştırma verilerinden en uygun sonuçları elde etmek ve sonuçların gelecekteki kullanılabilirliğini artırmak için ayrıca faktörler arasında ilişki beklendiğinden dolayı eğik döndürme yaklaşımından Promax eksen döndürmesi tercih edilmiştir (Büyüköztürk, 2002; Tabachnick ve Fidell, 2001). Ayrıca bu yöntem, basit (sade) yapıyı ölçek geliştirmede tercih edilen bir yöntemdir (De Luca vd., 2022; Hendrickson ve White, 1964; Fetscherin ve Stephano, 2016).

**Tablo 10. Keşifsel Faktör Analizi Sonuçları**

Maddeler	Faktör Yüğü	Ortak Varyans	Özdeğer	Varyans Yüzdesi	Toplam Varyans
M1	0.878	0.770	5.553	69.417	69.417
M8	0.867	0.751			
M11	0.859	0.738			
M12	0.773	0.597			
M13	0.810	0.656			
M14	0.850	0.723			
M17	0.773	0.597			
M28	0.849	0.720			
KMO = 0.926. / Bartlett: $X^2 = 1977.651$ , $df = 28$ , $p = 0.000$					

Test sonuçlarına göre özdeğeri 5.553 ve açıklanan toplam varyansı %69.417 olan tek boyutlu bir yapı ortaya çıkmıştır. Ölçek tek boyutlu çıktığı için dik döndürme yöntemlerinden Varimax ile test edilse dahi aynı sonuçları verecektir (Büyüköztürk, 2002). Zira Varimax ve Direct Oblimin ile de testler yapılmış olup aynı sonuçlar elde edilmiştir. Büyüköztürk (2013), maddenin ortak varyansının 1.00'e yakın olmasını önermektedir. Bulgulara göre



maddelerin ortak varyanslarının ideal düzeyde olduğu görülmektedir (en düşük 0.597, en yüksek 0.770; 5 madde 0.70 üzeri değer almıştır). Faktör yükleri ise en düşük 0.773 ve en yüksek 0.878 şeklindedir (>0.50). Ringle vd. (2020) göre 0.70'in üzerindeki faktör yükleri, oldukça iyi olarak kabul edilmektedir. Dolayısıyla 8 maddelik ve tek boyutlu BKFÖ'nün yapı geçerliğinin sağlandığı sonucuna varılmıştır (bkz. Tablo 10).

## Güvenirlilik

Analiz sonuçları, madde-toplam korelasyonların 0.30'dan büyük olduğunu göstermektedir (en düşük korelasyon 0.706, en yüksek korelasyon 0.830). Bu sonuçlar, ölçeğin güvenirliliği konusunda önemli ipuçları vermektedir (Büyüköztürk, 2013). Ayrıca ölçeğin Cronbach's Alpha katsayısı 0.936 olarak bulunmuştur. Bu oran, güvenirlilik eşik değerinin oldukça üstündedir (>0.70) (Altunışık vd., 2012). İkiye bölme yönteminde, ilk yarı 0.874 ve ikinci yarı 0.879 puan almıştır. Murphy ve Davidshoper'e (1988) göre kovaryans yaklaşımı ile işlem yapan Guttman testinde 6 adet Lambda belirlenmektedir ve her Lambda'nın 0.70 üzerinde değer alması gerekmektedir. Test sonuçlarına göre Lambda değerlerinin en düşüğü 0.819 en yükseği ise 0.937'dir (>0.70). En büyük benzerlik oranı bağlamında işlem yapan paralel yöntemle yapılan testte, asıl katsayının 0.936 ve yansız katsayının 0.937 olduğu tespit edilmiştir. Varyans ve ortalama eşitliği temelinde olan kesin paralel yöntemde ise asıl katsayı 0.934 ve yansız katsayı 0.935 şeklinde elde edilmiştir. Hem paralel hem de kesin paralel yöntemle elde edilen katsayıların birbirine yakınlığı, ölçeğin güvenilir olduğu anlamına gelmektedir (Kalaycı, 2010). Sonuç olarak yapılan tüm güvenirlilik testleri, BKFÖ'nün oldukça güvenilir olduğunu ortaya koymuştur (bkz. Tablo 11).

**Tablo 11. Güvenirlilik Analizleri, Belirleyici ve Normal Dağılım Sonuçları**

Maddeler	MTK	Güvenirlilik						Belirleyici İstatistikler		Normal Dağılım	
		$\alpha$	İkiye Bölme		Guttman	Paralel	Kesin Paralel	Ort.	S.S.	Ç	B
			İlk Yarı	İkinci Yarı							
M1	0.830	0.936	0.874	0.879	L. 1: 0.819 L. 2: 0.937 L. 3: 0.936 L. 4: 0.929 L. 5: 0.902 L. 6: 0.935	0.936	0.934	3.34	0.93	0.33	-0.64
M8	0.818							3.36	0.96	0.27	-0.49
M11	0.808							3.27	0.97	0.35	-0.58
M12	0.706							3.37	0.97	0.27	-0.72
M13	0.749							3.12	0.98	0.43	-0.45
M14	0.797							3.36	1.01	0.16	-0.79
M17	0.707				3.36	0.99	0.17	-0.70			
M28	0.795				3.14	0.98	0.31	-0.49			
Toplam								3.29	0.81	0.62	-0.34

MTK = Madde Toplam Korelasyon.  $\alpha$  = Cronbach's Alpha. L = Lambda. Ort. = Ortalama. S.S. = Standart Sapma. Ç = Çarpıklık. B = Basıklık.

## Karar

Araştırmacı tarafından BKFÖ'nün geliştirilmesi ile ilgili yapılan tüm nicel analizlere ilişkin işlemler ve sonuçlar, istatistik alanında uzman iki akademisyene kontrol ettirilmiştir. Uzmanlar, yapılan analizlere ve sonuçlara yönelik herhangi bir hata olmadığına kanaat getirmişlerdir. Bunun sonucunda ise istatistiksel işlemlere son verilerek BKFÖ'nün nihai maddeleri Tablo 12'de sunulmuştur. Rice vd. (2017) göre ölçeğin kısa olması, katılımcının daha az konsantrasyon yaşamasına olanak sağlamaktadır. Bu açıdan BKFÖ'nün fonksiyonel ve pratik bir özelliğe sahip olduğu ileri sürülebilir.

**Tablo 12. Nihai Ölçek Maddeleri**

Ölçek Maddeleri		
M1	1	Turist rehberliği kariyerim için mesleki bilgiye nasıl erişebildiğim farkındayım.
M8	2	Turist rehberliği kariyerim için mesleki planlarımı nasıl yönetebildiğim farkındayım.
M11	3	Turist rehberliği kariyerim için mesleğimi daha iyi nasıl öğrenebildiğim farkındayım.
M12	4	Turist rehberliği kariyerim için mesleki konularda çevremden nasıl destek alabildiğim farkındayım.
M13	5	Turist rehberliği kariyerim için güncel mesleki gelişmeleri nasıl takip edebildiğim farkındayım.
M14	6	Turist rehberliği kariyerim için gerekli olan mesleki nitelikleri nasıl geliştirebildiğim farkındayım.
M17	7	Turist rehberliği kariyerim için mesleği yakından tanımaya nasıl motive olabildiğim farkındayım.
M28	8	Turist rehberliği kariyerim için mesleki gelişimimle ilgili fırsatları nasıl değerlendirebildiğim farkındayım.

1-Kesinlikle katılmıyorum, 2-Katılmıyorum, 3-Kısmen katılmıyorum kısmen katılıyorum, 4-Katılıyorum, 5– Kesinlikle katılıyorum

## Sonuç ve Öneriler

Bu çalışmada, “*Bilinçli Kariyer Farkındalığı (BKF)*” kavramsallaştırılmış ve geliştirilen 8 maddelik ve tek boyutlu “*Bilinçli Kariyer Farkındalığı Ölçeği (BKFÖ)*” ile ölçülebilir hale getirilmiştir. Bilinçli kariyer farkındalığı, Tablo 1’de belirtilen kavramlardan ve Tablo 2’deki ölçeklerden yararlanılarak bilinçli farkındalık bakış açısıyla yapılandırılmıştır. Yapılandırma için literatür taraması ve nitel araştırma teknikleri kullanılmıştır. Bulgular ile ilgili teorik ve pratik çıkarımlar aşağıda sunulmaktadır.

### Teorik Çıkarımlar

Kavramsallaştırma açısından BKF’nin literatürdeki diğer kavramlardan farklı özellikleri bulunmaktadır. Bu farklılıklar aşağıdaki gibi sıralanabilir:

- ✓ Önceki kavramlar, öğrencinin kariyer farkındalığını *ayrı kavram ve içeriklerle (kariyer, meslek, iş vb.)* ele alırken, BKF söz konusu *kavramların içeriklerinin birleştirilmesi* şeklinde ele almaktadır.
- ✓ Önceki kavramlar, öğrencinin *kariyeri ile ilgili bilgi kapasitesine (Bilişsel)* odaklı iken, BKF öğrencinin mevcut zamanda/aşamada *kariyeri için neyi nasıl yapabildiğinin ve sonucunda ne elde ettiğinin bilincine varma düzeyine (deneyimsel)* odaklıdır.
- ✓ Önceki kavramlar, öğrencinin kariyeri ile ilgili *bilgi edinmesine* odaklı iken, BKF *girdi (bilgi), işlem (bilgiyi eyleme dökme, bilişsel ve eylemsel çaba gösterme) ve sonuç (çıkıtı) adımlarından oluşan bir süreç* odaklıdır.
- ✓ Önceki kavramlar, öğrencinin *kariyerine yönelik bilgi birikimine* odaklı iken, BKF *mesleki ihtisaslaşmasına yönelik edindiği bilgiyi eyleme dökerek deneyimsel birikime* odaklıdır.
- ✓ Önceki kavramlar, öğrencinin *bilgi edinme becerisini (bilişsel)* vurgularken, BKF öğrencinin *genel yeterlilik kapasitesini (bilişsel, duygusal ve davranışsal)* vurgulamaktadır.
- ✓ Önceki kavramlar, kariyer ile ilgili *belirli teknik detayları (istihdam koşulları vb.)* içerirken, BKF *teknik detayları içermemektedir (kapsamlı içerik)*.
- ✓ Önceki kavramlar, öğrencinin kariyer farkındalığını *belirli bir yapıya (kariyer planlaması, mesleki gelişim, kariyer uyumu vb. bkz. Şekil 2)* dayandırırken, BKF *bilinçli farkındalık temelinde tüm yapıların birleştirilmesiyle bütüncül bir yaklaşıma* dayandırmaktadır.
- ✓ Önceki kavramlar, öğrencinin kariyer farkındalığını belirli bir teoriye dayandırırken, BKF *konuyla ilgili tüm teorilere* dayandırmaktadır (bkz. Şekil 2).

BKFÖ’yü diğer ölçeklerden ayıran özellikler ise şu şekilde sıralanabilir:

- ✓ Bilinçli kariyer farkındalığı kavramını ölçmesi (*yeni bir kavram ve kavramsallaştırma*),
- ✓ Turist rehberliği mesleğine, eğitimine ve öğrencilerine yönelik olması (*yeni bir meslek/bilim/egitim alanı, turizmde ise ilk olması*),
- ✓ Bilinçli farkındalık temelli olması (*yeni bir kuramsal çerçeve*),
- ✓ Az maddeli olduğundan kısa ve öz olması (*pratik ve odaklılık düzeyi yüksek*),
- ✓ Şimdiki zamanda mevcut algıları ölçmesi (*güncel durumu göstermesi*),
- ✓ Bilişsel, duygusal ve davranışsal bütünlüğünün olması (*bütüncü bir psikolojik yaklaşım*),
- ✓ Amaç, bilgi girdisi, bilginin işlenmesi, çıktı işlemlerini kapsamı (*kapsamlı, deneyimsel ve psikolojik süreç yaklaşımı*),
- ✓ Her mesleğe, eğitim düzeyine (ön lisans vb.), derecesine (sınıf), bilim alanına ve profesyonellere (turist rehberi vb.) kolaylıkla uyarlanabilir olması (*geleceğe yönelik sürdürülebilirlik*).

### Pratik Çıkarımlar

Genel olarak turizm öğrencilerinin yeterli kariyer farkındalığına sahip olmadıkları bilinmektedir (Ma vd., 2020). Bunun birçok sebebi olabilir. Örneğin turizmde yaygın kariyer engelleri (Liu vd., 2023) ve sektörün olumsuz istihdam şartları (Başoda ve Acar, 2022), öğrencilerin kariyer farkındalıklarının gelişmesine engel olabilmektedir. Ayrıca güncel küresel gelişmeler, hem mesleki gereklilikleri (*dışsal değişim*), hem de öğrencinin bu gereklilikleri yerine getirmeye yönelik algılarını ve ihtiyaçlarını (*içsel değişim*) dinamik hale getirmektedir (Fényes vd., 2021; Mohácsi ve Fényes, 2022). Dolayısıyla öğrencinin kendini geçmişinde yaşadığı olumsuzluklara ve gelecek kaygısına kaptırmasından kaynaklı dışsal ve içsel değişim çatışması yaşaması muhtemeldir (Başoda ve Gümüş Dönmez, 2022). Bu çatışma, öğrencinin tükenmişliğini artırarak mesleğine yönelik motivasyonunu düşüreceğinden kariyerine odaklanmasını zorlaştırabilir. Ancak BKF düzeyi yüksek olan öğrencilerin bu sorunlar ile rahatlıkla başa çıkabileceği ve kariyer sürecini profesyonelce yönetebileceği öngörülmektedir.

Öğrenciler, kariyer farkındalıklarını artırmak için güçlü bir motivasyona ihtiyaç duymaktadırlar (Fényes vd., 2021; Jin, 2009). Bu nedenle eğitim kurumları, öğrencilerin kariyer farkındalıklarına katkı sunmalarında önemli roller üstlenmektedirler (Saranapala ve Devadas, 2020). Eğitim kurumları, öğrencileri mesleğe hazırlayan düzenleyici ve yürütücü konumunda olduklarından (Steeb vd., 2021), öğrencilerin kariyer farkındalıklarının oluştuğu ve geliştiği önemli bir basamaktır (Ndung'u, 2018). Kariyer farkındalığı, meslek yaşamı boyunca devam ettiğinden (Saodat, 2023) ve meslek ile ilgili diğer değişkenlerin belirleyicisi olduğundan (Walmsley vd., 2007), öğrencilerin kariyer farkındalıklarının güçlendirilmesinde ve geleceğe hazırlanmalarında eğitimciler büyük sorumluluklar düşmektedir (Lee vd., 2019). Bilindiği üzere kariyer farkındalığı, eğitim ile geliştirilebilmektedir (Nasir ve Lin, 2013). Üniversitelerde kariyer farkındalığı, ders müfredatlarına eklenmesinin yanı sıra ders dışı mesleki faaliyetler kapsamına alındığında daha verimli sonuçlar elde edilebilecektir (Saranapala ve Devadas, 2020). Ayrıca kariyer farkındalığı eğitiminin içeriği, öğrencilerin sınıf seviyelerine göre belirlenebilir (McGhe, 2006). Öğrencilerin belirli bir meslek alanını deneyimlemeleri ve bunun neticesinde ise kariyer farkındalıklarını artmanın diğer bir yolu, stajlardır (Abdel-Aty ve Deraz, 2018). Öğrenciler, staj esnasında mesleğin inceliklerini kavrayabilmekte ve kendilerini mesleğe nasıl hazırlayacaklarını anlayabilirler. Diğer açıdan öğrenciler, teknolojiyi etkin kullanarak mesleki farkındalıklarını artırabilirler. Bunun temel nedeni, öğrencilerin teknoloji sayesinde mesleki çevre ile iletişime geçebilmeleri ve mesleğin bilinmeyen veya fark edilmeyen yönlerini öğrenebilmeleridir (Balula vd., 2019). Öğrencilerin kariyer farkındalığını artırmanın diğer yolları ise yetenek testlerinin yapılması, saha gezilerinin, kariyer günlerinin ve kariyer toplulukları faaliyetlerinin düzenlenmesidir (Marcos, 2003). Dolayısıyla kariyer farkındalığı, kariyer eğitimi programları yoluyla da artırılabilir (Nasir ve Lin, 2013). Eğitim süreci, uzun bir süre olduğundan dolayı öğrencilerin strese girmeden rahat bir şekilde kariyerleri ile ilgili kendilerini geliştirme imkanları sunmaktadır. Xue'ya (2012) göre bu süre, öğrencilerin meslekleri ile ilgili özgüvenlerini artırabilmektedir. Ayrıca eğitim verecek eğitimcilerin, bilinçli farkındalık ve kariyer farkındalığı alanlarından uzman olması gerekmektedir. Eğitim kurumlarının bu eğitimcileri kariyer danışmanı olarak görevlendirmeleri, öğrencilerin kariyer farkındalığı açısından daha olumlu sonuçları ortaya çıkarabilir.

### Sınırlılıklar ve Geleceğe Yönelik Öneriler

Bu çalışmanın sınırlılıkları şu şekilde sıralanabilir; kavramsallaştırma için belirli sayıda araştırmaya ulaşılabilmesi, amaca göre örnekleme yönteminin kullanılarak ölçek için verilerin sadece turizm rehberliği lisans öğrencilerinden toplanması ve ölçeğin sadece öğrencinin bakış açısıyla tasarlanmasıdır. Kariyer farkındalığı, henüz literatürde yeterince üzerinde durulan bir konu değildir. Ancak günümüz şartlarında sürekli değişen bir dünya söz konusudur. Bu durum, öğrencinin bu değişimi sürekli izlemesini ve ayak uydurmasını zorunlu hale getirmektedir. Dolayısıyla gelecekte bu konuyu araştırarak araştırmacıların özellikle bu hususu dikkate almaları önerilmektedir. Ayrıca bilinçli kariyer farkındalığına yönelik gelecekte yapılacak çalışmalar için şu öneriler sunulabilir. Bilinçli kariyer farkındalığının bireysel, örgütsel, toplumsal vb. belirleyicileri incelenebilir. Bilinçli kariyer farkındalığının; meslek kaygısı, mesleki bağlılık, kariyer stresi, kariyer başarısı vb. üzerindeki etkisi araştırılabilir. Bilinçli kariyer farkındalığının eğitim düzeyine ve derecesine göre farklılığı ele alınabilir.

### Etik Beyan

"Bilinçli Kariyer Farkındalığı: Kavramsallaştırma ve Ölçek Geliştirme" başlıklı çalışmanın yazım sürecinde bilimsel kurallara, etik ve alıntı kurallarına uyulmuş; toplanan veriler üzerinde herhangi bir tahrifat yapılmamış ve bu çalışma herhangi başka bir akademik yayın ortamına değerlendirme için gönderilmemiştir.

### Kaynakça

- Abdel-Aty, Y., & Deraz, H. (2018). Factors influencing summer internship outcomes: Evidence from hospitality undergraduate students. *Journal of the Faculty of Tourism and Hotels-University of Sadat City*, 2(2), 95-113.
- Akşit Aşık, N. (2019). Akademik öz yeterlik bilinçli farkındalık ve kariyer stresi ilişkisi turizm öğrencileri üzerinde bir araştırma. *International Aegean Symposium on Innovative Interdisciplinary Scientific Researches*, İzmir.
- Alan, H., & Boz, H. (2022). Covid-19 küresel salgınının gençlerin kariyer değerlendirmeleri ve dijital girişimcilik niyetlerine etkisi: Nicel bir araştırma. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 9(1), 31-62.
- Albuz, N. (2022). Turizm rehberliği bölümü öğrencilerinin 21. yüzyıl becerilerine yönelik yeterlik algılarının incelenmesi. *International Academic Social Resources Journal*, 7(36), 521-530.
- Algdheeb, N.A. (2015). Professional/career orientation, awareness, and their relationship to locus of control. *Journal of College Teaching & Learning (TLC)*, 12(1), 13-38.

- Altunışık, R., Coşkun, R., Bayraktaroğlu, S., & Yıldırım, E. (2012). Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri (SPSS Uygulamalı) (7.Baskı). Sakarya Yayıncılık: Sakarya
- Aprinal, H.S., Yusuf, A.M., Iswari, M., & Afdal, A. (2021). Career development in children (Childhood): Literature review. *Bisma The Journal of Counseling*, 5(1), 36-43.
- Arterbury, E., Collie, J., Jones, D., & Morrell, J. (1976). The efficacy of career education: Career awareness. National Advisory Council for Career Education
- Aydoğan, M., Karatepe, R., & Yelken, Y. T. (2022). Examining the relationship between university students' career awareness and skills in the 21st century. *İnönü University Journal of the Faculty of Education*, 23(3). 1578-1597.
- Babbie, E. (2001). *The practice of social research*. London: Wadsworth Thomson Learning.
- Balula, A., Moreira, G., Moreira, A., Kastenholz, E., Eusébio, C., & Breda, Z. (2019). Digital transformation in tourism education. *Tourism in Southern and Eastern Europe*, 5, 61-72.
- Bandura, A. (1986). *Social foundations of thought and action: A social cognitive theory*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- Başoda A. (2020). Turist rehberliğinde uyum sağlama farkındalığı. Düzgün, E. (Ed.). *Örnek Olaylarla Turist Rehberliği* (109-128). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Başoda, A., & Acar, Y. (2022). Deneyimsel mesleki farkındalığın tutumsal öğrenme çıktıları: Turizm rehberliği lisans öğrencilerine yönelik pilot uygulama. *Turist Rehberliği Dergisi (TURED)*, 5(2), 182-212.
- Başoda, A., & Gümüş Dönmez, F. (2022). Bilinçli farkındalık mesleki bağlılık ve ruminatif düşünme ilişkisi: Turizm rehberliği öğrencilerine yönelik bir araştırma. *Journal of Gastronomy, Hospitality and Travel*, 5(3), 1141–1158.
- Başoda, A., & Varol, F. (2022). Deneyimsel turist rehberliği: Kavramsal bir çerçeve ve model önerisi. *MANAS Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 11(4), 1716-1738.
- Bedu-Addo, P.K.A., Braimah, M., & Emmanuella, D.A. (2022). Students career readiness: Issues and evidence from Mawuko girls senior high school in Ho municipality. *Integrated Journal for Research in Arts and Humanities*, 2(3), 8-14.
- Bengtsson, M. (2016). How to plan and perform a qualitative study using content analysis. *NursingPlus Open*, 2, 8- 14.
- Bernard, H.R. (2000). *Social research methods*. London: Sage Publications
- Bishop, S.R., Lau, M., Shapiro, S., Carlson, L., Anderson, N.D., Carmody, J., Segal, Z.V., Abbey, S., Speca, M., Velting, D., & Devins, G. (2004). Mindfulness: A proposed operational definition. *Clinical Psychology: Science and Practice*, 11(3), 230–241.
- Bjorklund, S.A., Parente, J. M., & Sathianathan, D. (2004). Effects of faculty interaction and feedback on gains in student skills. *Journal of Engineering Education*, 93(2), 153-160.
- Bollen, K.A. (1989), *Structural equations with latent variables*, John Wiley and Sons, New York, NY.
- Boytim, J. A. (1971). *An Analysis of the Reactions of Selected Carlisle Senior High School Students to Filmed Simulation Materials and a Unit Designed to Improve Occupational Awareness* (Doctoral thesis, 72-6691). Indiana University.
- Bozyiğit, E., Küçük-Kılıç, S., Öncü, E., & Gürbüz, B. (2022). Sporcu öğrenci kariyer farkındalığı envanteri: Faktör yapısı ve demografik farklılıklar. *Spor Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, 7(2), 237-251.
- Braverman, M.T., Young, J., King, N., Paterson, C., & Weisskirch, R.S. (2002). Career awareness and part-time work examined in lives of high school seniors. *California Agriculture*, 56(2), 55-60.
- Brown, K.W., & Ryan, R.M. (2003). The benefits of being present: mindfulness and its role in psychological well-being. *Journal of Personality and Social Psychology*, 84, 822-848.
- Büyükkuru, M. (2022). Covid-19 sürecinin turizm rehberliği öğrencilerinin kariyer planı üzerindeki etkisi. *Journal of Applied Tourism Research*, 3(2), 139-148.
- Büyükoztürk, Ş. (2002). Faktör analizi: Temel kavramlar ve ölçek geliştirmede kullanımı. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi*, 32(32), 470-483.
- Büyükoztürk, Ş. (2013). *Sosyal bilimler için veri analizi el kitabı* (18. Baskı). Pegem Akademi: Ankara
- Carlson, R.E. (1972). *Building a psychological career awareness model: A field study to evaluate the effectiveness of achievement motivation simulation on career development*. District of Columbia Public Schools, Washington, D.C.
- Carpenter, S. (2018). Ten steps in scale development and reporting: a guide for researchers. *Communication Methods and Measures*, 12(1), 25-44.
- Carvalho, R.G., Pocinho, M., & Fernandes, D. (2018). Fostering career awareness in elementary schools: Evaluation of an intervention proposal. *The Spanish journal of psychology*, 21, E16.
- Chen, C.P. (1998). Understanding career development: a convergence of perspectives. *Journal of Vocational Education and Training*, 50(3), 437-461.
- Churchill, G.A. Jr, (1979). A paradigm for developing better measures of marketing constructs. *Journal of Marketing Research*, 16(1), 64-73.
- Churchill, G.A., & Iacobucci, D. (2002). *Marketing research: Methodological foundations* (8th ed.). Forth Worth: TX: Harcour.
- Coetzee, M. (2023). Students' career capital resource needs for employability in the technology-driven work world. *Journal of Teaching and Learning for Graduate Employability*, 14(1), 136-150.
- Coetzee, M., Ferreira, N., & Potgieter, I. L. (2021). *World of work orientation scale* (Unpublished research report). Department of Industrial and Organisational Psychology, University of South Africa.

- Coetzee, M., Ferreira, N., & Potgieter, I. L. (2023). Employees' career mindsets as career capital for a digital work world orientation. *SA Journal of Industrial Psychology*, 49, 10.
- Cole, C. (2011). *Connecting students to STEM careers: Social networking strategies* (Chapter 2). International Society for Technology in Education (ISTE).
- Creswell, J.W., & Creswell, J.D. (2017). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. Sage publications
- Çeşmeci, N., Çalışkan, N., & Özsoy, A. (2020). Turizm rehberliği öğrencilerinin bireysel kariyer hedefleri ve mesleğe yönelik tutumları. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 8(2), 852-869.
- Dağyar, M., Kasalak, G., & Uğurlu, N. (2021). Yükseköğretimde akademik kariyer farkındalığı: Bir ölçek geliştirme çalışması. *Milli Eğitim Dergisi*, 50(230), 557-580.
- Darj, E., Chalise, P., & Shakya, S. (2019). Barriers and facilitators to cervical cancer screening in Nepal: A qualitative study. *Sexual & Reproductive Healthcare*, 20, 20-26.
- De Boever, S., Craps, S., Carbonez, A., & Langie, G. (2021, December). A structural equation approach to investigate different constructs of professional identity development for engineering students. In *SEFI 49th Annual Conference Proceedings 2021*. SEFI-European Society for Engineering Education; Brussels.
- De Luca, V., Marcantonio, G., Barba, M.C., & De Paolis, L.T. (2022). A Virtual Tour for the promotion of tourism of the city of Bari. *Information*, 13(7), 339.
- DeFleur, L.B., & Menke, B.A. (1975). Learning about the labor force: Occupational knowledge among high school males. *Sociology of Education*, 48(3), 324-345.
- Deng, X., Zeng, H., Liang, M., & Qiu, J. (2022). Relations between different career-development profiles, academic self-efficacy and academic motivation in adolescents. *Educational Psychology*, 42(2), 259-274.
- DeVellis, R.F. (2003). *Scale Development: Theory and Applications*. Sage Publications, Thousand Oaks, CA.
- DeVellis, R.F. (2014). *Ölçek geliştirme: Kuram ve uygulamalar* (Çeviri Editörü: Tarık Totan), Ankara: Nobel Yayıncılık.
- Dickens, A.M. (1984). *Career awareness: An investigation of career awareness of inner-city students in structured and conventional programs (Disadvantaged, Minority, Urban)* (Doctoral dissertation). Rutgers The State University of New Jersey-New Brunswick).
- Ding, X., Du, J., Zhou, Y., An, Y., Xu, W. & Zhang, N. (2019). State mindfulness, rumination and emotions in daily life: an ambulatory assessment study. *Asian Journal of Social Psychology*, 22, 369-377.
- Eliason, G.T., & Patrick, J. (Eds.) (2008). *Career development in the schools*. IAP.
- Elmusharaf, K. (2012). *Qualitative sampling techniques*. Training course in sexual and reproductive health research Geneva. <https://www.gfmer.ch/SRH-Course-2012/research-methodology/pdf/Qualitative-samplingtechniques-Elmusharaf-2012.pdf>
- Enderlein, T.E. (1976). *A review of career education evaluation studies. monographs on career education*. Office of Education (DHEW), Washington, D.C.
- Eren Bana, P., & Özek, H. (2023). Kariyer planlama ve kendini izleme açısından üniversite öğrencilerinin karşılaştırılması. *Uluslararası Yönetim, İktisat ve İşletme Dergisi*, 19(2), 395-419.
- Ernst, J.V., & Bowen, B. (2014). Comparing career awareness opportunities of academically at-risk and non at-risk freshman engineering students. *American Journal of Engineering Education*, 5(2), 91-98.
- Eyadat, H.M. (2019). The level of vocational awareness among 10th primary grade students in the selection of vocational education streams atvbani obaid district from the point of view of teachers. *European Journal of Social Sciences*, 58(1), 61-74.
- Fadale, L.M. (1975). Assessment of career awareness of elementary school children. *Journal of Career Education*, 1(4), 80-86.
- Feldt, R., Bejar, M., Lee, J., & Louison, R. (2021). Vocational identity resources in emerging adulthood: associations with facets of dispositional mindfulness. *The Career Development Quarterly*, 69(1), 2-18.
- Fényes, H., Markos, V., & Mohácsi, M. (2021). Volunteering among higher education students as part of individual career management. *Corvinus Journal of Sociology and Social Policy*, 12(2), 3-22.
- Fetscherin, M., & Stephano, R.M. (2016). The medical tourism index: Scale development and validation. *Tourism Management*, 52, 539-556.
- Fields, A. (2005). *Discovering statistics using SPSS* (2nd ed.). London, England: Sage
- Gafoor, K.A. (2012). Considerations in the measurement of awareness. In *Proceedings of the National Seminar on Emerging Trends in Education*, Kerala, India.
- Galles, J., Lenz, J., Peterson, G.W., & Sampson Jr, J.P. (2019). Mindfulness and decision-making style: Predicting career thoughts and vocational identity. *The Career Development Quarterly*, 67(1), 77-91.
- Getachew, A., Ayele, M., Hailu, E.M., & Tuli, F. (2020). Effectiveness of soft skill training for students' career development in higher education. *Journal of the Social Sciences*, 48(4), 1817-1832.
- Graneheim, U.H., & Lundman, B. (2004). Qualitative content analysis in nursing research: Concepts, procedures and measures to achieve trustworthiness. *Nurse Education Today*, 24(2), 105-112.
- Grimshaw, W.S. (2021). *Assessing the Career Awareness of early Adolescent Learners* (Doctoral dissertation), Virginia Tech.
- Güner, O., & Hacıcaferoğlu, S. (2022). Spor bilimlerinde öğrenim gören üniversite öğrencilerinin kariyer farkındalıklarının incelenmesi: Karadeniz bölgesi örneği. *Gençlik Araştırmaları Dergisi*, 10(28), 111-130.

- Hair, J.F., Anderson, R.E., Tatham, R.L., & Black, W.C. (1998). *Multivariate data analysis*. Prentice Hall International, New York, NY, USA.
- Hair, J.F., Black, W.C., Babin, B.J., & Anderson, R.E. (2014). *Multivariate data analysis*. Pearson Education Limited, Essex, UK.
- Hall, D.T. (1976). *Careers in Organizations*. Glenview, IL: Scott Foresman & Co
- Harren, V.A. (1979). A model of career decision making for college students. *Journal of vocational behavior*, 14(2), 119-133.
- Hashish, E.A.A. (2019). The effect of career awareness on perceived career and talent development self-efficacy and career barriers among nursing students. *Journal of Research in Nursing*, 24(3-4), 233-247.
- Helwig, A. A. (1984). Increasing vocational self-awareness in high school students. *The School Counselor*, 32(1), 61-67.
- Hendrickson, A.E., & White, P.O. (1964). Promax: A quick method for rotation to oblique simple structure. *British Journal of Statistical Psychology*, 17(1), 65-70.
- Herr, E.L., Cramer, S.H., & Niles, S.G. (2004). *Career guidance and counseling through the lifespan*. Boston: Pearson.
- Hisli Şahin, N.H. & Yeniçeri, Z. (2015). "Farkındalık" üzerine üç araç: Psikolojik farkındalık, bütünlüyci kendilik farkındalığı ve Toronto bilgece farkındalık ölçekleri. *Türk Psikoloji Dergisi*, 30(76), 48-64.
- Hobfoll, S.E. (2002). Social and psychological resources and adaptation. *Review of General Psychology*, 6, 307-324.
- Hsieh, H.F., & Shannon, S.E. (2005). Three approaches to qualitative content analysis. *Qualitative Health Research*, 15(9), 1277-1288.
- Hyun-Jung, P., Ji-Young, K., & Hyung-Chul, J. (2015). The Relationship among the Career Consciousness, Career Status and Career Self-Efficacy of Dance Majors in Korea. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 205, 184-188.
- Ibrahim, R. Wambiya, P. Aloka, P., & Raburu, P. (2014). The status of career awareness among selected Kenyan public secondary school students. *Journal of Educational and Social Research*, 4(6), 301-312.
- Janse van Rensburg, J.T., & Goede, R. (2020). Promoting career awareness among IT students in a South African context. *Higher Education, Skills and Work-Based Learning*, 10(3), 541-565.
- Jiang, J. (2019). Research on the necessity of career planning education for freshmen. In *2018 International Workshop on Education Reform and Social Sciences (ERSS 2018)* (pp. 575-578). Atlantis Press.
- Jin, L. (2009). *The role of personality and filial piety in the career commitment process among Chinese university students* (Doctoral Dissertation). University of Hong Kong.
- Johnson, L.S. (2000). The relevance of school to career: A study in student awareness. *Journal of career development*, 26(4), 263-276.
- Jones, K.H., & Womble, M.N. (1997). Perceptions of urban trade and industrial students in the south-eastern USA: school and career-related issues. *Journal of Vocational Education and Training*, 49(3), 409-430.
- Kabat-Zinn, J. (1994). *Wherever you go, there you are: Mindfulness meditation in everyday life*. New York: Hyperion
- Kaiser, H.F., & Rice, J. (1974). Little jiffy, mark IV. *Educational and Psychological Measurement*, 34(1), 111-117.
- Kalaycı, Ş. (2010). *SPSS uygulamalı çok değişkenli istatistik teknikleri*, Ankara: Asil Yayınları
- Keumala, E., Nurihsan, J., & Budiamin, A. (2018). The development of career learning program with modeling technique to improve student career awareness. *Islamic Guidance and Counseling Journal*, 1(2), 53-61.
- Kline, R.B. (2016). *Principles and practice of structural equation modeling (3rd ed)*. Guildford Press, New York
- Kozak, M. (2017). *Bilimsel araştırma: Tasarım, yazım ve yayım teknikleri*. Detay Yayıncılık.
- Köroğlu, A., Köroğlu, Ö., & Asmadili, İ. (2019). Turizm rehberliği eğitimi alan öğrencilerin yaşam boyu öğrenme eğilimlerinin belirlenmesi. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 3(3), 559-574.
- Kristof-Brown, A.L., Zimmerman, R.D., & Johnson, E.C. (2005). Consequences of individual's fit at work: A meta-analysis of person-job, person-organization, person-group and person-supervisor fit. *Personnel Psychology*, 58, 281-342.
- Kunduracılar, Z., Akbaş, E., Büyükuysal, Ç., & Biçki, D. (2012) Fیزیoterapi ve rehabilitasyon bölümü öğrencilerinde mesleki farkındalığın değerlendirilmesi. *Yükseköğretim ve Bilim Dergisi*, 2(3), 186-192.
- Lau, P.L., Chung, Y.B., & Wang, L. (2021). Effects of a career exploration intervention on students' career maturity and self-concept. *Journal of Career Development*, 48(4), 311-324.
- Lavallee, D. (2006). Career awareness, career planning and career transition needs among sports coaches. *Journal of Career Development*, 33, 66-79.
- Lawshe, C.H. (1975). A quantitative approach to content validity. *Personnel Psychology*, 28(4), 563-575.
- Lee, P.C., Lee, M.J., & Dopson, L.R. (2019). Who influences college students' career choices? An empirical study of hospitality management students. *Journal of Hospitality & Tourism Education*, 31(2), 74-86.
- Leland, M. (2015). Mindfulness and student success. *Journal of Adult Education*, 44(1), 19- 24.
- Li, J., Wong, I.A., & Kim, W.G. (2017). Does mindfulness reduce emotional exhaustion? A multilevel analysis of emotional labor among casino employees. *International Journal of Hospitality Management*, 64, 21– 30.
- Li, Y., Zhou, X., Pan, Y., & He, W. (2022). How engagement in the industry-education integration promotes one's attitudes toward energy efficiency. Evidence from Chinese University students. *Sustainability*, 14(23), 15890.
- Lian, J. (2023). A study on thinking about career cognitive planning education for college music students. *European Journal of Education and Pedagogy*, 4(2), 1-6.
- Liu, F., Zhang, F., Wu, N., & James, N.K. (2023) Career barriers of hospitality and tourism management students and the impacts on their career intention. *Economic Research-Ekonomiska Istraživanja*, 36(2), 2129410.

- Ma, C., Ren, L., Chen, P., & Hu, R.X. (2020). Institute–hotel coordinating barriers to early career management—hoteliers’ accounts. *Journal of China Tourism Research*, 16(2), 297-317.
- Mahir, I., Köhler, T., & Slamet, P.H. (2019). Career guidance shortages in Indonesian vocational high school. In *3rd UNJ International Conference on Technical and Vocational Education and Training 2018*, KnE Social Science (pp.223–240).
- Makay, M.E.M. (1980). *A study of self-concept, social adjustment, career awareness and academic achievement of fourth grade students* (Doctoral thesis). The Ohio State University.
- Makinde, O. (1984). *Fundamentals of Guidance and Counselling*. London: Macmillan Education Limited.
- Marcos, K. (2003). *Gearing-up for career awareness: Profile of a middle school career program*. ERIC/CASS Digest.
- Mardia, K.V. (1985). *Mardia's Test of Multinormality*. John Wiley and Sons, New York, NY
- Markič, O., & Kordeš, U. (2016). Parallels between mindfulness and first-person research into consciousness. *Asian Studies*, 4(2), 153-168.
- Marland, S.P. (1975). *Career Education: Retrospect and Prospect*. Distinguished Lecture Series No. 3.
- McGhee, J.E. (2006). Career-related issues in secondary schools: A literature review. *Perspectives in Learning*, 7(1), 11-15.
- Merriam, S.B. (2009). *Qualitative research: A guide to design and implementation*. San Francisco, CA: JosseyBass.
- Mevzuat.gov.tr (2023). “Turist Rehberliği Meslek Kanunu”. <https://www.mevzuat.gov.tr/mevzuatmetin/1.5.6326.pdf>
- Mohácsi, M., & Fényes, H. (2022). Socio-demographic background and career consciousness of students in agricultural higher education in eastern Hungary. *Acta Universitatis Sapientiae, European and Regional Studies*, 22(1), 90-105.
- Murphy, K.R., & Davidshofer, C.O. (1988). *Psychological Testing. Principles, and Applications*, Englewood Cliffs.
- Nakip, M. (2013). *Pazarlamada araştırma teknikleri* (3.Baskı). Seçkin Yayıncılık: Ankara.
- Nasir, R., & Lin, L.S. (2013). The relationship between self-concept and career awareness amongst students. *Asian Social Science*, 9(1), 193.
- Ndung’u, O.N. (2018). *The role of career guidance and counselling in career awareness and planning among public secondary school students in Kenya* (Doctoral thesis). Agerton University.
- Nunnally, J.C. (1978). *Psychometric theory* (2nd ed.). New York: McGraw-Hill.
- Ogunwole, E.A. (2019). The impact of guidance services on students’ career awareness among selected private secondary schools in Kaduna Metropolis. *Prestige Journal of Counselling Psychology*, 2(1), 180-189.
- Oleg, Z., Eugene, P., Bogdan, V., Paweł, K., Wojciech, B., Marian, R., & Zaborniak, S. (2011). The problem of professional awareness and legal culture of cadets-rescuers. *Journal of Health Promotion and Recreation*, 3, 17-20.
- Olson, L.A. (1972). *Career development components in vocational education: A diagrammatic model K-12*. Huntington, West Virginia: Department of Vocational Technical Education.
- Öksüz, Y., & Yiğit, Ş. (2020). Öğretmenlerin öğretimde bilinçli farkındalık ile mesleki doyum düzeyleri ilişkisi. *Türkiye Bilimsel Araştırmalar Dergisi*, 5(1), 38-49.
- ÖSYM (2023). “2023-YKS yerleştirme sonuçlarına yönelik sayısal bilgiler”. <https://www.osym.gov.tr/TR,25736/2023-yks-yerlestirme-sonuclarina-iliskin-sayisal-bilgiler.html>
- Öztürk, M. (2020). *Üniversite kariyer gelişim programının öğrencilerin kariyer farkındalığı, karar verme yetkinliği ve stresi üzerindeki etkisi* (Doktora tezi). Marmara Üniversitesi.
- Öztürk, M., & Şirin, A. (2020, Mayıs). Kariyer farkındalık ölçeğinin geliştirilmesi ve geçerlilik-güvenirlilik çalışmasının gerçekleştirilmesi. 6. *Uluslararası Sosyal Beşeri ve Eğitim Bilimleri Kongresi*, İstanbul
- Park, C.J., Rottinghaus, P.J., Wang, Z., Zhang, T., Falk, N.A., & Ko, S. J. (2019). Measurement invariance of the career futures inventory–revised across general and client samples. *Journal of Career Assessment*, 27(4), 711-725.
- Patton, M.Q. (2002). *Qualitative research and evaluation methods* (3rd edition). Sage
- Patton, W., Creed, P., & Spooner-Lane, R. (2005). Validation of the short form of the career development inventory—Australian version with a sample of university students. *Australian Journal of Career Development*, 14(3), 49-59.
- Petersen, D.A. (1985). *Work experience: A resource manual. job preparation for special education students*. Arizona State Dept. of Education, Phoen Special Education
- Pires, A.L.O. (2009). Higher education and adult motivations towards lifelong learning. *European journal of vocational training*, 1, 129-150.
- Podsakoff, P., MacKenzie, S., Lee, J., & Podsakoff, N. (2003). Common method biases in behavioral research: A critical review of the literature and recommended remedies. *Journal of Applied Psychology*, 88, 879–903.
- Regan, C.J. (1996). *The effects of an instructional program in Employability Skills on career awareness* (Doctoral thesis). University of Massachusetts Lowell.
- Rice, S., Winter, S.R., Doherty, S., & Milner, M. (2017). Advantages and disadvantages of using internet-based survey methods in aviation-related research. *Journal of Aviation Technology and Engineering*, 7(1), 58-65.
- Ringle, C.M., Sarstedt, M., Mitchell, R., & Gudergan, S.P. (2020). Partial least squares structural equation modeling in HRM research. *The International Journal of Human Resource Management*, 31(12), 1617-1643
- Rottinghaus, P.J., Buelow, K.L., Matyja, A., & Schneider, M.R. (2012). The career futures inventory–revised: Measuring dimensions of career adaptability. *Journal of Career Assessment*, 20(2), 123-139.

- Salonen, A., Kärkkäinen, S., & Keinonen, T. (2018). Career-related instruction promoting students' career awareness and interest towards science learning. *Chemistry Education Research and Practice*, 19(2), 474-483.
- Saodat, Y. (2023). Clarification of professional awareness in future educators. *Horizon: Journal of Humanity and Artificial Intelligence*, 2(4), 185-188.
- Saputi, V., & Purwanta, E. (2021, April). Analysis of career information knowledge for mild intellectual disability in transition class (Grade 6 SDLB). In *2nd International Conference on Technology and Educational Science (ICTES 2020)* (pp. 19-26). Atlantis Press.
- Saranapala, I. S., & Devadas, U. M. (2020). Factors influencing on career choice of management and commerce undergraduates in national universities in Sri Lanka. *Kelaniya Journal of Human Resource Management*, 15, 108.
- Schultz, T.W. (1961). Education and economic growth. In N. B. Henry (ed.) *Social Forces Influencing American Education*, Chicago, IL: University of Chicago Press
- Shaito, F. (2019). Career development: An overview. *Research Gate*. See discussions, stats, and author profiles for this publication at: <https://www.researchgate.net/publication/336812981>.
- Shapero, B.G., Greenberg, J., Pedrelli, P., Desbordes, G., & Lazar, S.W. (2019). Mindfulness-based cognitive therapy. B.G. Shapero, D. Mischoulon, & C. Cusin (Eds.). *The Massachusetts General Hospital Guide to Depression*. *Current Clinical Psychiatry* (167–177). Cham: Humana Press.
- Stankov, U., Filimonau, V., & Vujičić, M.D. (2020). A mindful shift: an opportunity for mindfulness-driven tourism in a post-pandemic world. *Tourism Geographies*, 22(3), 703-712.
- Steeb, D.R., Zeeman, J.M., Bush, A.A., Dascanio, S.A., & Persky, A.M. (2021). Exploring career development through a student-directed practicum to provide individualized learning experiences. *Currents in Pharmacy Teaching and Learning*, 13(5), 500-505.
- Strauss, A., & Corbin, J. (1990). *Basics of Qualitative Research*. Sage publications.
- Super, D.E., & Thompson, A.S. (1979). A six-scale, two-factor measure of adolescent career or vocational maturity. *Vocational guidance quarterly*, 28(1), 6–15.
- Super, D.E. (1953). A theory of vocational development. *American Psychologist*, 8(5), 185–190.
- Super, D.E. (1980). A life-span, life-space approach to career development. *Journal of vocational behavior*, 16(3), 282-298.
- Tabachnick, B.G., & Fideli, L.S. (2001). *Using multivariate statistics* (fourth edition). Boston: Ally And Bacon.
- Tabachnick, B.G., & Fidell, L.S. (2007). *Using multivariate statistics*. Pearson, Boston, MA.
- Tang, X., & Goh, Y. (2023). Evaluating four factors of students' career adaptabilities (caa) using PLS-SEM approach. *International Journal of Entrepreneurship, Business and Technology*, 1(1).
- Taylor, S.J., Bogdan, R., & DeVault, M. (2015). *Introduction to qualitative research methods: A guidebook and resource*. John Wiley & Sons
- TDK (2023). "Kariyer yapmak", <https://sozluk.gov.tr/>
- Tebele, C., Nel, K.A., & Dlamini, B. (2015). Career support needs of learners with historical disadvantage: An exploratory study. *Journal of Psychology in Africa*, 25(3), 258-261.
- Travis, K.P. (2020). *The Impact of Career Development Education on the Career Awareness of Fifth Grade Public School Students toward Career Choice* (Doctoral thesis). Widener University.
- Tuckman, B.W. (1999). *Conducting educational research* (Fifth Edition). New York: Harcourt Brace College Puplicher.
- TUREB (2023). "Rehber istatistikleri". <https://www.tureb.org.tr/tr/RehberIstatistik/>
- Ulusoy Mutlu, H., & Koroğlu, Ö. (2023). Turist rehberlerinin kaynak yönetimi rollerine yönelik tutum ölçeği geliştirme çalışması. *Journal of Tourism & Gastronomy Studies*, 11(2), 1357-1381.
- Venkatesan, S. (2008). Changing scenario of career related issues. In book: *Career Guidance for Higher Secondary School Students: Training Modules Tools*. Editors: C.G.V.Murthy, Mysore: Regional Institute of Education
- Voydanoff, P. (2005). Toward a conceptualization of perceived work-family fit and balance: A demands and resources approach. *Journal of Marriage and Family*, 67(4), 822- 836.
- Wahidin, D., & Sudiarditha, I.K.R. (2021). Factors affecting quality commitment of state civil apparatus in human resources development agency, ministry of home affairs, Indonesia. *PalArch's Journal of Archaeology of Egypt/Egyptology*, 18(09), 1049-1057.
- Walmsley, A., Jameson, S., & Thomas, R. (2007). With a bit of luck... The role of happenstance in tourism students' early career development. In *25th EuroCHRIE conference* (pp. 25-27).
- Watkins, B.A. (1999). *The impact of career counseling on career awareness and decisions for young adolescents* (Doctoral thesis). Texas Southern University.
- Wise, R., Charner, I., & Randour, M.L. (1976). A conceptual framework for career awareness in career decision-making. *The Counseling Psychologist*, 6(3), 47-53.
- Wong, C.P. (2022). Vocational awareness and aspiration of seafaring students in Taiwan. *Maritime Business Review*, 7(2), 127-144.
- Wu, J., & Zhao, T. (2022). Encouraging China's college students to achieve sustainable careers: Evidence from structural equation modeling. *Sustainability*, 14(16), 9837.
- Xue, X. (2012). *Career behaviors of tourism management students in China* (Master's thesis). Kent State University.



- Yaşar, O.M., & Sunay, H. (2019). Spor bilimleri öğrencilerine yönelik kariyer farkındalığı ölçeğinin (KFÖ) geliştirilmesi. *Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Spor Bilimleri Dergisi*, 2(1), 7-22.
- Yaşar, O.M. (2019). *Spor eğitimi alan üniversite öğrencilerinin kariyer farkındalıklarının incelenmesi* (Doktora tezi). Ankara Üniversitesi
- Yavuz Eroglu, S., & Eroglu, E. (2020). Career planning scale of students studied in sports sciences (CPS): Validity and reliability study. *International Journal of Progressive Education*, 16(3), 123-131.
- Yıldırım, A., & Şimşek, H. (2018). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri*. (11. Baskı). Ankara: Seçkin.
- Yumuk, Y., & Demirel İli, N. (2022). Turist rehberliğinde mesleki yatkınlık ve kariyer sürdürme ilişkisinin cinsiyet değişkeni açısından değerlendirilmesi. *Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi SBE Dergisi*, 12(3), 1314- 1333.
- Zarotti, N., Povah, C. & Simpson, J. (2020). Mindfulness mediates the relationship between cognitive reappraisal and resilience in higher education students. *Personality and Individual Differences*, 156.
- Zopiatis, A., Theocharous, A.L., & Constanti, P. (2016). Adult vocational decision, career satisfaction and future intention: insights from the hospitality industry. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 28(12), 2696-2720.
- Zunker, V.G. (2006). *Career counseling: A holistic approach* (7th ed.). Belmont, CA: Thomson Higher Education.



## Turizm Teknolojileri ile İlgili Araştırmalarının Kavramsallaştırılması: VOSviewer ile Bibliyometrik Analiz

### *Conceptualization of Research on Tourism Technologies: Bibliometric Analysis with VOSviewer*

Serhan ORAL<sup>1</sup>

#### MAKALE BİLGİSİ

##### **Makale Geçmişi:**

Başvuru tarihi: 06/09/2023

Kabul tarihi: 13/10/2023

Yayın tarihi: 28/10/2023

##### **Anahtar Kelimeler:**

Turizm teknolojileri,  
Bibliyometrik analiz, Web  
of Science, VOSviewer

#### ARTICLE INFO

##### **Background:**

Received: 06/09/2023

Accepted: 13/10/2023

Published: 28/10/2023

##### **Keywords:**

Tourism Technology,  
Bibliometric analysis, Web  
of Science, VOSviewer

#### ÖZET

Turizm sektörü, küresel gelişmelere kayıtsız kalamayacak kadar hassas bir sektördür. Teknolojik gelişmeler küresel sistemin en güncel gelişmeleri arasında yer almaktadır. Turizm sektörü ise bu gelişmelere en hızlı ayak uyduran sektörler arasında yer almaktadır. Dolayısıyla bilim insanları bu alana ilgi duymakta ve turizm-teknoloji ilişkisi üzerine yapılan çalışmalar hızla artmaktadır. Bu çalışma, son 10 yıl içerisinde Web of Science (WoS) veri tabanında bulunan, turizm-teknoloji ilişkisi içerisinde yapılan çalışmaların bibliyometrik bir analizidir. 377 makalenin analize dahil edildiği çalışma, yazar ve atıf dağılımı yönünden incelemiştir. Bu çalışma, turizm- teknoloji ilişkisi üzerine çalışma yapacak olan araştırmacılara rehber olarak hizmet etmesi amacı ile yazılmıştır. Sonuçlar, turizm-teknoloji kavramlarının alanyazında yoğun bir şekilde çalışıldığını, özellikle pandemi dönemi sonrası artış sağladığını göstermektedir.

#### ABSTRACT

The tourism sector is highly sensitive to global developments and cannot remain indifferent to them. Technological advancements are among the most current developments in the global system, and the tourism sector is among the fastest to adapt to these developments. Therefore, researchers are showing great interest in this field, and studies on the relationship between tourism and technology are rapidly increasing. This study is a bibliometric analysis of studies conducted on the relationship between tourism and technology within the Web of Science (WoS) database in the last 10 years. The study includes an examination of authorship and citation distribution among 377 articles. This study has been written with the aim of serving as a guide for researchers who will conduct studies on the relationship between tourism and technology. The results show that the concepts of tourism and technology have been extensively studied in the literature, especially experiencing an increase after the post-pandemic period.

<sup>1</sup> Arş. Gör. Atatürk Üniversitesi Turizm Fakültesi Turizm İşletmeciliği Bölümü serhan.oral@atauni.edu.tr

ORCID: 0000-0002-0003-5567

**Önerilen Atıf/ Cited as:** Oral, S. (2023). Turizm Teknolojileri ile İlgili Araştırmalarının Kavramsallaştırılması: VOSviewer ile Bibliyometrik Analiz. *Journal of Global Tourism And Technology Research*, 4(2): 115-128

## Giriş

Gelişen teknoloji, pandemi, yaygın internet kullanımı, küreselleşme ile bireylerin daha fazla bilgiye ulaşabilmesi vb. unsurlar birçok sektörün teknolojinin yaygın olarak kullanılmasını kaçınılmaz kılmıştır. Bununla birlikte tüketicilerin teknolojiyi benimseme düzeyleri farklılık gösterse de bireyler, teknolojiyi yaşamlarını iyileştirmek için kullanmaya başlamışlardır. Turizm sektörü bu teknolojik gelişmelere ve inovatif gelişimlere kaygısız kalamayacak kadar hassas bir sektördür. Özellikle bilgi teknolojilerinin gelişimine turizm işletmeleri duyarsız kalamayacaktır (Buhalis, 2020, s. 268). Teknoloji turistlerin de seyahat deneyimlerini kökten değiştiren bir unsurdur. Özellikle internetin ve mobil cihazların yaygınlaşması turistlerin seyahat planlarını her an her yerde yapabilmelerine olanak sağlamıştır (Pai, Liu, Kang ve Dai, 2020, s. 2). Bunun yanında seyahatleri esnasında da daha fazla bilgiye ulaşmalarını sağlamış hatta olumlu ya da olumsuz deneyimlerini anlık paylaşma imkânı sunmuştur (Wang ve Fesenmaier, 2013, s. 60). Turizm işletmeleri ise daha iyi hizmet verebilmek, günün gereksinimlerini yakalayabilmek ve müşteri memnuniyetini ön planda tutabilmek için teknolojik gelişmeleri yakından takip etmek gereksinimi duymaktadır.

Birçok araştırmacı alanları ne olursa olsun teknoloji ile ilgili araştırmalara yoğun ilgi göstermektedir. Benzer şekilde turizm alanında çalışma yapan araştırmacılar da teknoloji ile ilgili çalışmalara son dönemlerde yoğun bir şekilde ilgi göstermektedir. Araştırmacılar, sosyal medya, teknolojik cihazlar, web sayfaları, tanıtım ürünleri vb. birçok enstrümanı turizm teknolojileri kapsamında değerlendirmektedir.

Bu çalışma bağlamında, WoS veri tabanında yayınlanmış son 10 yıla (2014-2023) ait makaleler turizm ve teknoloji ilişkisi bakımından incelenmiş ve 377 makale çalışmanın odak noktası olmuştur. Çalışmanın amacı, turizm teknolojileri araştırmalarının artan önemini belirlemek, gelecekte çalışmalara kaynak olmak, yapılan çalışmaların nasıl geliştiğini incelemek ve eğilimleri belirlemektir.

## Turizm Alanında Yapılan Bibliyometrik Çalışmalar

Turizm alanında yapılan bibliyometrik çalışmalar, alanyazına farklı katkılar sağlarken; sektörün gelişmesi, sürdürülebilirliği ve oluşan yeni trendleri turizm paydaşları için daha anlamlı bir hale getirilebilmesi için önemlidir. Bununla birlikte, turizmin sosyal, çevresel, ekonomik ve kültürel etkilerini anlamaya ve gelecek araştırmalara önerilerde bulunmasına yardımcı olurlar. Alanyazında turizm alanında yapılan bibliyometrik analiz yöntemiyle gerçekleştirilmiş önceki çalışmalar incelendiğinde, Yılmaz, Karakuş, Çamlica ve Toprak (2017) turizm alanında yapılan 48 bibliyometrik makaleyi incelemişlerdir. Çalışma, makaleleri yıl, yazar sayısı, en çok katkıda bulunana yazar ve yayın türleri gibi parametreler üzerinden incelemiştir. Sünnetçioğlu, Yalçınkaya, Olcay ve Mercan (2017) gastronomi anahtar kelimesini kullanarak Türkiye’de bu alanda yapılan 26 lisansüstü tezleri incelemişlerdir. Yapılan araştırma lisansüstü tezleri; yıl, tez türü, üniversite, kullanılan diğer anahtar kelimeler, sayfa sayısı, danışman akademik unvanı, tez konusu, benimsenen araştırma yaklaşımı, örnekleme tekniği, örnekleme grubu, veri toplama aracı gibi farklı değişkenler üzerinden frekans analizi üzerinden değerlendirmiştir. Altürk (2018) yaptığı tezinde Türkiye turizm literatürünün durumunu belirlemeyi amaçladığı yüksek lisans tezinde, Scencedirect, SAGE, Taylor&Francis, Emerald ve Wiley veri tabanlarında tam metin olarak yayınlanan Türk turizmi ile ilgili makaleleri farklı değişkenler üzerinden incelemiştir. Çiçek ve Kozak (2012) Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi’nde yayınlanan makalelerin bibliyografik analizini yaptığı çalışmada, 202 makaleyi incelemiştir. Çalışma, makaleleri yıllara, konularına, araştırma yaklaşımlarına, sayfa sayısına, yazar sayısına, araştırmacıların ünvanlarına, yazarların kurumlarına ve atıf sayısına göre değerlendirmiştir. Yukarıda örnekleri verilen çalışmalar dışında turizm alanında yapılan birçok çalışma mevcuttur (Alımanoğlu ve Çolakoğlu, 2021; Baytok, Boyraz, ve Pelit, 2019; Boyraz, Kabakulak, ve Mutlu, 2020; Çavuşgil Köse, 2020; Tayfun, Küçükergin, Aysen, Ayşe, ve Özekici, 2016; Tayfun, Ülker, Gökçe, Tengilimoğlu, Sürücü, ve Durmaz, 2018; Üzümcü, 2019).

Bazı araştırmalar ise daha spesifik konularda yapılan çalışmalarını incelemektedir. Aksöz ve Yücel (2020) engelli turizm alanında yapılan lisansüstü tezleri incelediği çalışmada, 55 adet yüksek lisans

ve doktora tezine ulaşmıştır. Araştırmacılar lisansüstü tezleri; yıllarına, türlerine, araştırma desenlerine, anahtar kelimelerine, yazım diline, yayımlandıkları enstitü ve anabilim dallarına göre incelenmiştir. Gözen (2020) rekreasyon bilim dalında turizm kapsamında yapılan araştırmaları bibliyometrik olarak incelemiştir. Araştırmacı web of science üzerinden aldığı verilerde makaleleri; yıllara göre yayın sayıları, yayın türleri, yayın dilleri, ülke iş birliktelikleri, atf analizleri, ortak atf ağları ile kelime-konu eğilimleri kapsamında irdelenmiştir. Gök (2021) gönüllü turizm kapsamında yapılan araştırmaları incelediği araştırmasında Scopus örneğini kullanmış, makaleleri; yıllara göre yayın sayıları, anahtar kelime analizi, ortak kelime ağı analizi, yazar ve dergi bilgileri, ortak yazar iş birlikleri, atf analizi, ülkelerin yayın sayıları ve ülkeler arası kümeleme analizine göre değerlendirmiştir. Sürme, Olcay ve Karaçil (2018) helal turizm alanında yapılan çalışmaları bibliyometrik yöntemlerle analiz etmiştir. Çalışma, 50 ulusal ve uluslararası makalenin; dil, tür, yayımlandığı yıl, yazar sayısı, yöntemi, veri toplama araçları, örneklem özellikleri ile veri analiz teknikleri açısından incelenmiştir.

Turizm konulu ve farklı alanların ilişkisinin incelendiği bibliyometrik çalışmaların sayısı sektörün ihtiyaçları ve araştırmaların alanyazına katkı isteği doğrultusunda gün geçtikçe artmaktadır. Bu araştırma turizm teknoloji ilişkisi içerisindeki araştırmaları incelemiştir. Çalışma konusuna benzer diğer bibliyometrik çalışmalar incelendiğinde, (Göç ve Gökdemir (2021) Türkiye’de turist rehberliği alanında teknoloji konulu tez ve makaleleri bibliyometrik analiz yöntemi ile incelemiştir. Çalışma toplam 21 çalışma üzerinden gerçekleştirilmiştir. Tekeli, Tekeli ve Kemer (2022) turizm ve hizmet robotların hakkında yapılan çalışmaları görsel haritalama tekniği ile incelemişlerdir. Çalışma, 178 yayın üzerinden gerçekleştirilmiştir. Balyalı Özüğül ve İlhan Akgiş (2023) web of science üzerinden dijitalleşme ve turizm konulu 143 makaleyi incelemiştir. VOSviewer yazılımı ile yaptıkları analizler sonucu bilimsel haritalama tekniği ile analiz sonuçlarını yorumlamışlardır.

Tüm bu örnekleri verilen çalışmalardan farklı olarak bu araştırma, teknoloji bağlamında daha geniş bir çerçevede konuyu irdelemektedir. Bununla birlikte 377 makale üzerinden gerçekleştirilen çalışma daha geniş bir çalışma havuzuna sahiptir. Tüm bunlara ek olarak bazı çalışmalar ile ortak bir şekilde WoS veri tabanının kullanılması uluslararası alanda yapılmış çalışmaların incelenmesi açısından önemlidir.

## Yöntem

Bu çalışmada, bibliyometrik analiz yöntemi kullanılmıştır. Bibliyometrik analiz, bir alan veya disiplin içerisindeki yayın kalıplarını keşfetmeyi amaçlayan niceliksel bir tekniktir (De Bellis, 2009, s. 167). Somut olarak bibliyometri, özellikle büyük veri kümelerindeki metinleri ve bilgileri incelemek veya ölçmek için kullanılan bir dizi yöntemdir (Cobo, Lopez-Herrera, Herrera-Viedma ve Herrera, 2011, s. 147). Birçok araştırma alanı, kendi alanlarının etkisini, bir dizi araştırmacının etkisini veya belirli bir makalenin etkisini araştırmak için bibliyometrik yöntemler kullanmaktadır (Henderson, Shurville, ve Fernstrom, 2009). Bununla birlikte Zupic ve Čater (2015, s. 430) bibliyometrik yöntemlerin bilimsel alanların yapısal görüntülerini oluşturmak için yayın veri tabanlarından bibliyografik verilerin kullanılabileceğini belirtmiştir. Tüm bu bilgiler ışığında bibliyometrik analiz yönteminin araştırma için uygun yöntem olduğu belirlenmiştir.

Araştırma, WoS veri tabanında taranan 377 makale üzerinden gerçekleştirilmiştir. 377 makale belirlenirken WoS veri tabanında arama kısmı tüm alanlar (all fields) olarak seçilmiş “turizm teknolojileri ya da turizm teknolojisi” ("tourism technologies" OR "tourism technology") yazılmıştır. İkinci arama seçeneğinde konu (topic) kısmında turizm (tourism) anahtar kelimesi girilmiştir. Yayın yılı olarak son 10 yıl (2014 dahil ve 2023 yılları arası) belirlenmiştir. Ayrıca tüm açık erişim (all open access) makaleler aramaya dahil edilmiştir. Dil olarak ise İngilizce belirlenmiştir. Tüm bu filtreleme işlemleri sonucu turizm ve teknoloji ilişkisine sahip 377 makale araştırmaya dahil edilmiştir.

Çalışmada elde edilen verilerin yorumlanabilmesi için genel bilgilerin yer aldığı görseller haricinde, bibliyometrik haritalardan da yararlanılmıştır. Bibliyometrik haritalar, makale kümelerinin grafiksel özetleridir. Yani atf verileri, kelimeler, ifadeler ya da diğer bazı bibliyometrik unsurları görselleştirmeyi

sağlayan bilimsel haritalardır (Buter, Noyons, Van Mackelenbergh ve Laine, 2006). Belirtilen bibliyometrik haritaların oluşturulması için ise “VOSviewer” yazılımı kullanılmıştır.

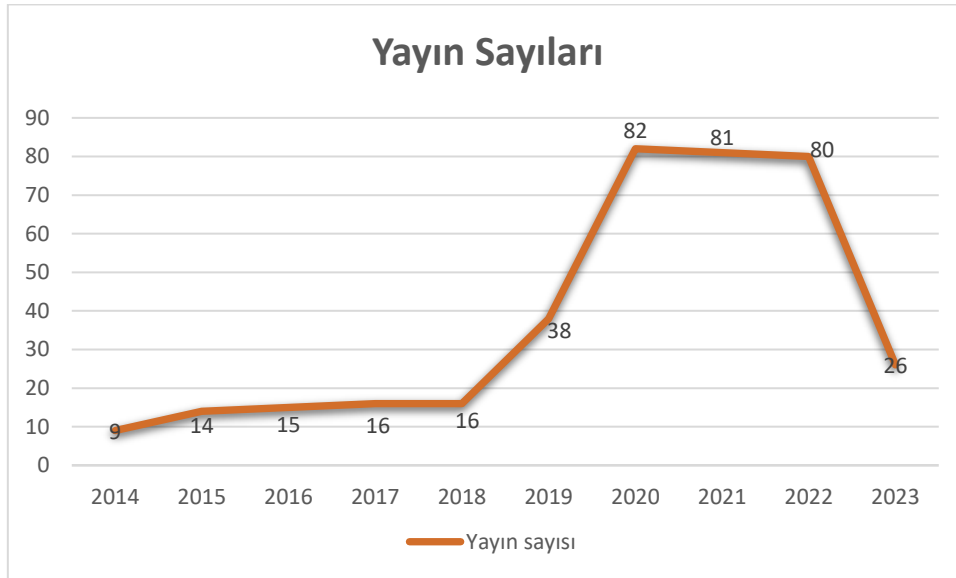
Makaleler incelenirken analizde değerlendirilen parametreler (Çelik, 2021, s. 272; Vidal-Serrano, Rodriguez-Anton, Rubio-Andrada, ve Narbona-Reina, 2022, s. 102; Zencir ve Kozak, 2012, s. 675), yaptıkları çalışmalarda kullandıkları değişkenler ve çalışma için önemli olduğu düşünülen değişkenler üzerinden belirlenmiştir. Analizde değerlendirilen parametreler şu şekildedir.

- ✓ Yayın sayısının yıllara göre dağılımı
- ✓ En çok çalışmanın yapıldığı 10 ülke
- ✓ En çok atıf alan 10 çalışma
- ✓ Ortak yazar analizi
- ✓ Yazar atıf analizi
- ✓ Anahtar sözcük analizi
- ✓ Ülke atıf analizi

### Bulgular ve Tartışma

Araştırma, web of science veri tabanı üzerinden arama algoritması kullanılarak, turizm teknolojileri üzerine son 10 yıl içerisinde yapılan çalışmaların bibliyometrik görünümünü ortaya çıkarmayı hedeflemektedir. Yapılan filtremeler sonucu 29 Ağustos 2023 itibari ile toplamda 377 makaleye ulaşılmıştır. Şekil 1’de bu çalışmaların 10 yıllık (2014-2023) süreç içerisindeki dağılımı verilmiştir.

Şekil 1. Yayınların Yıllar İçerisindeki Dağılımı

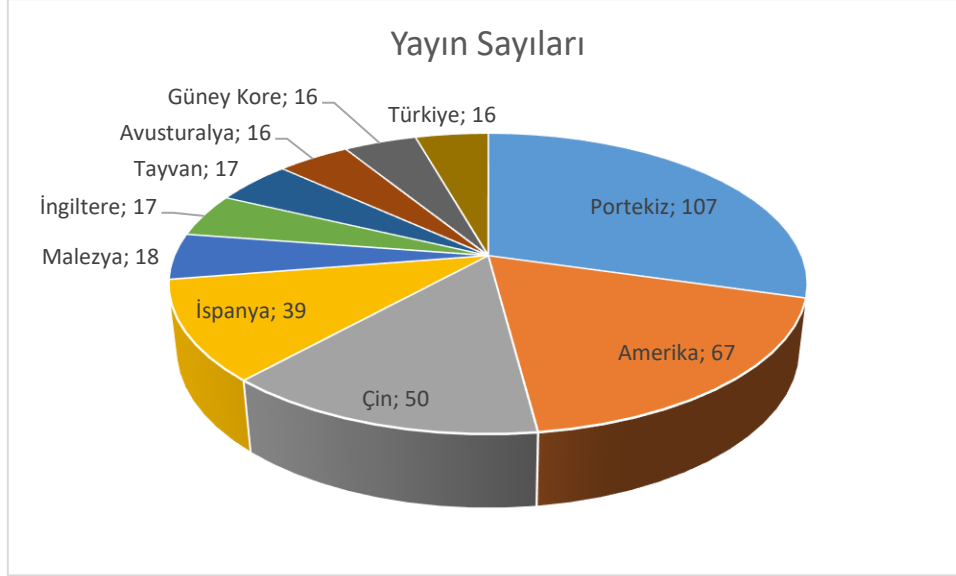


Şekil 1 incelendiğinde 10 yıllık dilimin ilk yarısında (2014-2018) yapılan çalışmalar toplam çalışmaların yaklaşık %18,5’ini oluşturmaktadır. İkinci yarısı (2019-2023) ise tüm çalışmaların yaklaşık olarak % 81,5 ‘ini oluşturmaktadır. 2019 yılında başlayan artış özellikle 2020 yılı sonrası pik dönemini yaşamıştır. Bu noktada yaşanan artışın özellikle COVID-19 Pandemisine denk gelmesi ve bu dönemde yaşanan teknolojik gelişmeler ve araştırmacıların bu konuya gösterdikleri ilginin bir sonucu olarak ortaya çıktığını söylemek yanlış olmayacaktır. Bununla birlikte yaşanan pandemi sonucunda turistlerin beklentilerinin de araştırmacıları bu yönde çalışmaya ittiği sonraki iki yılda devam eden yatay çizgiden çıkarılabilir. Son olarak Ağustos 2023 yılı itibari ile yalnızca 26 çalışmanın olması, pandemi sürecinin önceki üç yılda etkisini göstermekte ve 2023 yılı itibari ile yalnızca bu alan üzerine yoğunlaşan araştırmacıların çalışma yaptığı öngörüsünü ortaya çıkarmaktadır.

Yapılan filtrelemeler sonucu elde edilen 377 makalenin hangi ülkeler tarafından yayınlandığı WoS arama algoritması üzerinden incelenmiştir. En çok yayın yapan ülke Portekiz olurken en az yayın yapan

ülkeler birer makale ile Cezayir, Arjantin, Bangladeş, Bosna Hersek, Bulgaristan, Kosta Rika, Hırvatistan, Çek Cumhuriyeti, Gana, Macaristan, Irak, İrlanda, Kazakistan, Laos, Litvanya, Nepal, Kuzey İrlanda, Katar, Singapur, Tunus ve Galler olmuştur. Şekil 2’de en çok yayın yapan ülkeler ait grafik yer almaktadır.

Şekil 2. En Çok Yayın Yapan 10 Ülke



Şekil 2 incelendiğinde ilk 10’da yer alan ülkeler toplam 377 olan makalenin 347’sini yayınlamışlardır. 107 yayın ile Portekiz ilk sırada yer almaktadır. Portekiz tüm yayınların yaklaşık olarak %28,39’unu oluşturmaktadır. İlk 10’da yer alan ülkelere bakıldığında Portekiz’e en yakın ülke 67 yayın ile Amerika Birleşik Devletleri’dir ve iki ülke arasında ciddi bir fark olduğu görülmektedir. İlk dört ülke toplam 347 yayının yaklaşık %75,79’unu yayınlamışlardır.

Tablo 1. Turizm Sektörü Tarafından Yaratılan GSYH ve İstihdam

Ülke	GSYİH 2019	GSYİH 2020	GYİİH 2021	Toplam İstihdam %'si
Portekiz	% 17,1	% 8,7	% 10,9	%18,9
ABD	% 8,8	% 4,8	% 5,5	% 6,9
Çin Halk Cumhuriyeti	% 11,6	% 4,3	% 4,6	% 9,7
İspanya	% 14	% 5,9	% 8,5	% 12,7

Kaynak: Vidal-Serrano vd. (2022)

Tablo 1’de ilk 4 ülkenin turizm sektörünün yarattığı gayri safi yurtiçi hasılları ve turizmin toplam istihdamdaki yüzdeleri verilmiştir. 2019, 2020 ve 2021 yıllarına ait ulaşılabilen veriler üzerinden yorum yapmak gerekirse dört ülkenin de pandeminin pik yaptığı dönem olan 2020 hariç turizm açısından yüksek GSYİH’ya sahip oldukları söylenebilir. Pandemi sonrası dönemde tüm ülkeler yükseliş eğilimine geçmiştir. Toplam istihdam içerisinde turizm sektörünün etkisine bakıldığında ise her bir ülke için azımsanmayacak oranlar göze çarpmaktadır. En yüksek istihdam oranına sahip Portekiz’in daha fazla yayın yapabilmesi ülkenin turizm potansiyelinin yüksek olması ile ilişki olabilir. Diğer ülkelerdeki araştırmacıların da sahip oldukları bu potansiyeli kullandıkları görülmektedir.

Elde edilen toplam 377 makalenin atıf sayıları incelenmiş ve 29.08.2023 itibarıyla en çok atıf sayısına ulaşan 10 çalışma Tablo 2’de sunulmuştur. Çalışmalar tek tek incelenmiş, araştırmanın amacı, bulguları ve sonuçları irdelenmeye çalışılmıştır.

En çok atıf sayısına ulaşan Huang vd. (2017) çalışmalarında turistlerin seyahat planlamalarında akıllı turizm teknolojilerinin turistler tarafından gerçek kullanım amacını belirlemeyi ve farklı kullanımların seyahat deneyimini nasıl etkilediğini anlamayı amaçlamıştır. Çalışma nicel bir yöntemle yapılmış ve

araştırma analizinde yapısal eşitlik modellemesi kullanılmıştır. Araştırma, akıllı turizm uygulamalarının keşif ve kullanımının seyahat memnuniyetini yakından etkilediğini ileri sürmektedir.

**Tablo 2.** *En Çok Atıf Alan 10 Çalışma*

Yayın Başlığı	Yazarlar	Atıf Sayısı
Smart Tourism Technologies in Travel Planning: The Role of Exploration and Exploitation	(Huang, Goo, Nam ve Yoo, 2017)	183
Virtual Reality Presence As a Preamble of Tourism Experience: The Role of Mental Imagery	(Bogicevic, Seo, Kandampully, Liu ve Rudd, 2019)	167
Progress on Robotics in Hospitality and Tourism: A Review of The Literature	(Ivanov, Gretzel, Berezina, Sigala ve Webster, 2019)	141
Asymmetric Role of Tourism Development and Technology Innovation on Carbon Dioxide Emission Reduction in The Chinese Economy: Fresh Insights from QARDL Approach	(Razzaq, Sharif, Ahmad ve Jermstipparsert, 2021)	136
Progress on Airbnb: A Literature Review	(Guttentag, 2019)	136
Hotel Website Quality, Perceived Flow, Customer Satisfaction and Purchase Intention	(Ali, 2016)	125
Tourists' Experiences with Smart Tourism Technology at Smart Destinations and Their Behavior Intentions	(Jeong ve Shin, 2020)	113
What Determines Tourist Adoption of Smartphone Apps? An Analysis Based on The UTAUT-2 Framework	(Gupta, Dogra ve George, 2018)	109
The Influence of Social Media on The Consumers' Hotel Decision Journey	(Varkaris ve Neuhofer, 2017)	93
Future Edestination Marketing: Perspective of an Australian Tourism Stakeholder Network	(Mistilis, Buhalis ve Gretzel, 2014)	82

Bogicevic vd. (2019), sanal gerçekliğin turizmde kullanılabilirliği üzerine yaptıkları araştırmada, turistlerin otelde konaklamadan önce VR gözlüklerin nasıl kullanılabileceğini araştırmayı amaçlamışlardır. Veri toplama aşaması, üç farklı etkileşim düzeyine sahip otelin deneye dahil edilmesi ile gerçekleştirilmiştir. Sonuçlar, VR gözlükleri kullanmanın hem 360° sanal turdan hem de görüntü destekli tanıtımlardan daha güçlü olduğunu göstermiştir. Araştırmacılar, VR gözlüklerin, destinasyondaki tesisleri deneyimlemeden önce turistleri konaklama teklifleri hakkında "hayal kurmaya" sevk etmede önemli bir rol oynadığını gösterdiğini iddia etmektedir.

Ivanov vd. (2019) yaptıkları çalışmada 1993-2019 yılları arasında, turizm ve konaklama alanlarında robotik sistemler üzerine yapılan çalışmalarını incelemiştir. Araştırmacılar, çalışmalarında çeşitli turizm sektörlerinde robotik uygulama alanlarının olduğunu belirlemiştir. Robotların hizmet ortamını nasıl etkilediğini, robotların ve çalışanların birlikte hizmet deneyimlerini nasıl arttırabileceklerini, bunun nasıl tasarlanması gerektiğini eleştirel bir şekilde belirlemeye çalışmışlardır.

Razzaq vd. (2021), turizm gelişimi, teknoloji yeniliği ve karbon emisyonları arasındaki ilişkiyi incelemiştir. Çalışma uzun vadede teknolojik gelişmelerin turizm sektörünün neden olduğu emisyon salınımını azaltacağını savunmaktadır. Araştırmacılar, Çin hükümetine "turizm-teknoloji" tabanlı, uzun vadede emisyon salınımı azaltacak politikalar uygulamasını önermektedir.

Guttentag (2019) çalışmasında, Airbnb üzerine yapılan araştırmalarla ilgili literatürü gözden geçirmiştir. Gerçekleştirilen araştırmaların ilerlemesini içerik analizi yöntemi ile incelemiştir. Airbnb üzerine yapılan çalışmaların son zamanlarda yoğunlaştığını ve özellikle Amerika Birleşik Devletleri ve Avrupa ülkelerinin ilgi gösterdiğini belirlemiştir. Araştırmacı çalışmalarda en çok tekrarlanan bulguların hem Airbnb misafirlerini hem de ev sahiplerini motive etmede paranın önemi, kayıt

fiyatlarını belirlemede oda tipi ve misafir kapasitesi gibi özelliklerin önemi olduğunu belirlemiş ve bu yönde öneriler geliştirmiştir.

Ali (2016), çalışmasında algılanan akışın otel web sitesi kalitesi, müşteri memnuniyeti ve satın alma niyetleri arasındaki ilişkilere aracılık edip etmediğini incelemektedir. 441 katılımcı üzerinden gerçekleştirilen çalışma otel web sitesi kalitesinin müşterilerin algılanan akışını etkilediğini, bunun da memnuniyetlerini ve satın alma niyetlerini etkilediğini doğrulamaktadır. Ayrıca algılanan akış, otel web sitesi kalitesi, müşteri memnuniyeti ve satın alma niyetleri arasındaki ilişkilere de aracılık ettiği ortaya konmuştur.

Jeong ve Shin (2020), yaptığı araştırma ile turistlerin gittikleri destinasyonlarda, akıllı turizm teknolojilerini nasıl kullandıklarını ve akıllı turizm teknolojileri kullanımının genel seyahat deneyimi ve gelecekteki tekrar ziyaret niyeti üzerindeki etkilerini ölçmeyi amaçlamıştır. Amerika Birleşik Devletleri'nin en iyi beş akıllı şehrine seyahat edenlere yönelik yapılan çalışmada araştırmacılar, akıllı turizm teknolojilerinin üç özelliğini (bilgilendiricilik, etkileşimlilik, ve kişiselleştirme) turistlerin deneyimlerini, memnuniyetini ve tekrar ziyaret etme niyetini etkileyen temel faktörler olarak belirtmektedir. Algılanan güvenlik düzeyinin ise bu üç özellik arasında düzenleyici etkiye sahip olduğunu ileri sürmüştür.

Gupta vd. (2018), turistlerin akıllı telefonlar için geliştirilen seyahat uygulamalarını kullanma niyetlerini etkileyen faktörleri belirlemeyi amaçlamaktadır. Çalışma sonucunda elde edilen bulgular turistlerin uygulamaları kullanım niyetini etkileyen değişkenler, performans beklentisi, sosyal etki, fiyat tasarrufu, algılanan risk, algılanan güven ve önceki kullanım alışkanlıkları olarak belirlenmiştir. Araştırmacılar, hazcı motivasyon, kolaylaştırıcı koşullar veya çaba beklentisi gibi faktörlerin kullanım niyetini veya davranışını etkilemediğini savunmuştur.

Varkaris ve Neuhofer (2017), sosyal medyanın bireylerin otel arama, değerlendirme ve seçme şeklini nasıl etkilediğini araştırmıştır. Çalışma nitel yöntem kullanılarak 12 kişi ile gerçekleştirilmiştir. Elde edilen bulgular sonucunda araştırmacılar "otel tüketicisinin sosyal medya aracılığıyla karar yolculuğu" değişkenini teorik bir model olarak kavramsallaştırmıştır. Bu sürecin aşamalarını ise sosyal medya kullanımının algılanan değeri, tüketicilerin "o zaman ve şimdi" bilgi arama davranışı, karar vermede sosyal medya kullanımının avantaj ve dezavantajları, güvenilirlik şeklinde belirlemişlerdir.

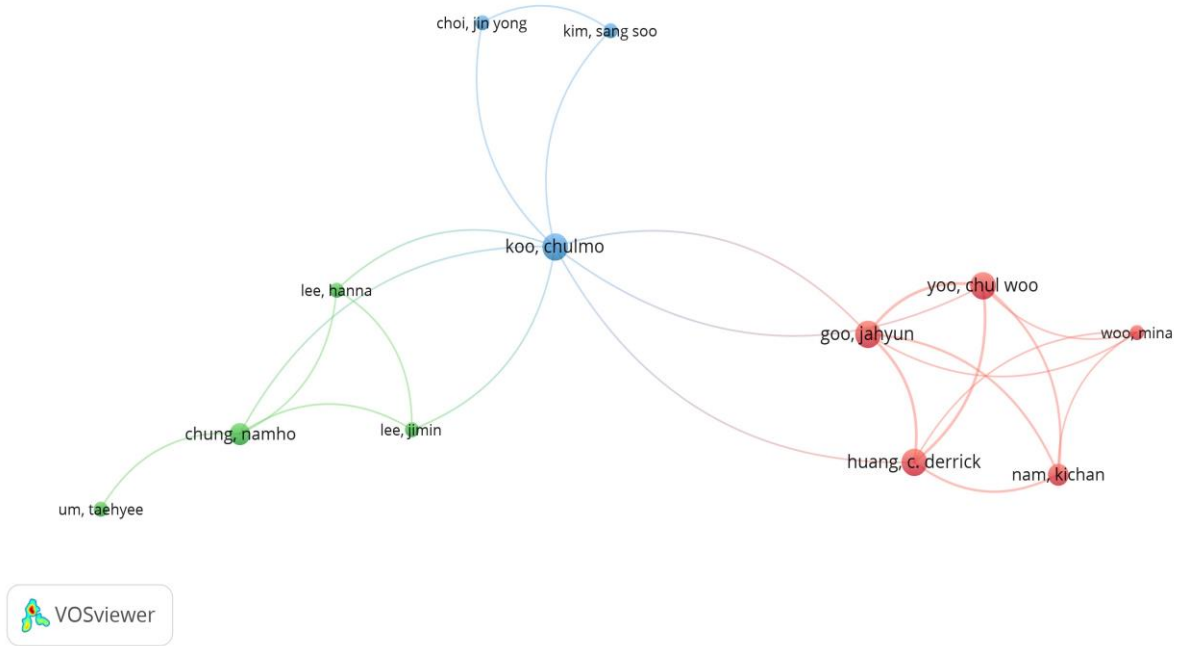
Mistilis vd. (2014), e-destinasyon kavramını pazarlama stratejileri üzerinden değerlendirmiştir. Makale, gelecekteki e-destinasyon pazarlamasını Avustralya turizm paydaş ağı perspektifinden keşfetmeyi amaçlamaktadır. Paydaş ağları ve gelecek teorileri üzerine inşa edilen makale, her ikisinin sonuçlarını eleştirel bir şekilde analiz ederek, geleneksel hükümet yaklaşımlarıyla karşılaştırıldığında gelecekteki paydaş ağı yönteminin değerini ortaya koymaktadır.

Ortak yazar analizi, araştırmacıların bilimsel makaleler üzerinde iş birliği yaparak oluşturdukları sosyal ağı inceler. Bununla birlikte ortak yazarlık, bir yayın yazmanın, yapılan işten sorumlu olmakla eş anlamlı olduğunu varsayar (Gülmez, Özteke, ve Gümüş, 2020, s. 6; Zupic ve Čater, 2015, s. 435). Şekil 3 ve Şekil 4'te 377 makale içerisinde yer alan ortak yazarlık haritası verilmiştir.

Şekil 3 incelendiğinde 3 farklı kümenin olduğu görülmektedir. Yeşil, mavi ve kırmızı renklerde görülen bu üç kümede her renk grubu birbirleriyle daha çok çalışma yapan kişileri göstermektedir. Chulmo Koo bu kümelerin ortasında görülmekte ancak "Jahyun Goo, C. Derrick Huang ve Chull Woo Yoo" totalde 10 bağlantı ile en çok yazar bağlantısı olan yazarlardır. Şekil 3, bu üç yazarın kırmızı kümede yer aldığını göstermektedir. Yazarların kendi aralarında ve diğer kümeler ile ilişkisi olması en çok bağlantıya sahip yazarlar olmasının şartıcı olmadığını göstermektedir.

**Şekil 3.** Ortak Yazar Analizi (Network Görünümü)





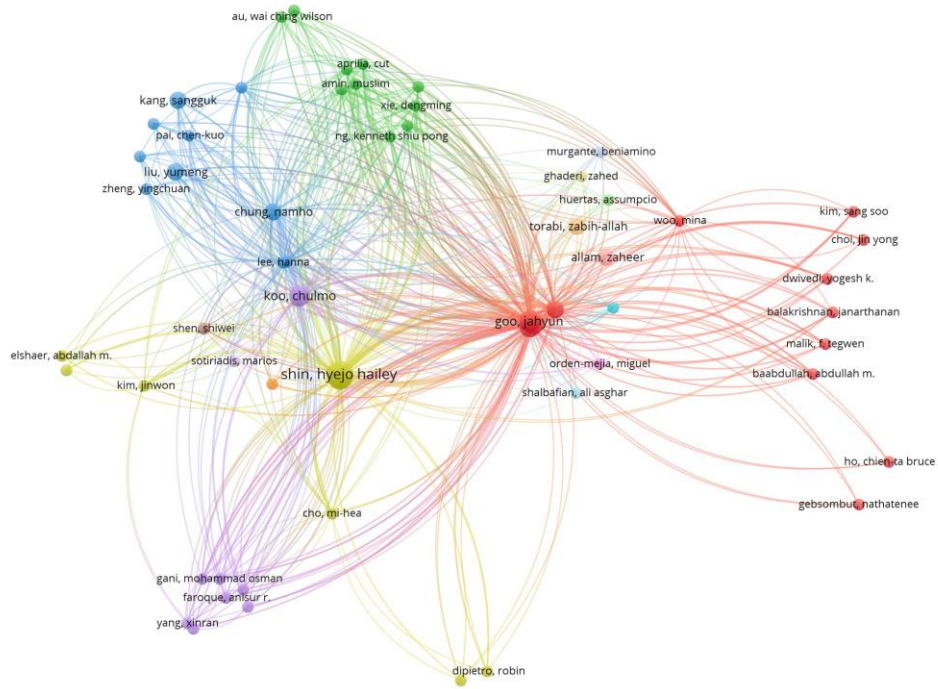
VOSviewer programı üzerinde ortak yazarlık analizi yapılırken programda bir yazara ait en az bir makale olması ve bir yazarın en az bir atıf almış olması kriterleri girilmiş ve Şekil 2'deki harita ortaya çıkmıştır. Program 105 yazar arasında ilişki olduğunu ancak bunların güçlü ilişkiler olmadığını belirtmiş ve 12 yazarın güçlü bir ilişki içerisinde çalışmalar yaptığını belirlemiştir. Ortak yazar analizine göre en çok yayını 6 çalışma ile "Hyejo Hailey Shin" yapmış ve yazarın çalışmalarının ağırlıklı olarak turizm ve teknoloji ilişkisi üzerine olduğu belirlenmiştir. Ancak yazar, ortak yazar analizinde belirlenen kümeler içerisinde yer almaktadır. Yazarın yaptığı yayınlar Tablo 3'te verilmiştir.

**Tablo 3.** "Hyejo Hailey Shin" Teknoloji ve Turizm İlişkili Çalışmalar

Yazarlar	Yayın Başlığı	Atıf Sayıları
(Shin, Jeong, So ve DiPietro, 2022)	Consumers? Experience with Hospitality and Tourism Technologies: Measurement Development and Validation	6
(Shin, Jeong ve Cho, 2021)	The Impact of Smart Tourism Technology and Domestic Travelers' Technology Readiness on Their Satisfaction and Behavioral Intention: A Cross-Country Comparison	25
(Shin, Shin ve Gim, 2022)	Looking Back Three Decades of Hospitality and Tourism Technology Research: A Bibliometric Approach	135
(Jeong ve Shin, 2020)	Tourists' Experiences with Smart Tourism Technology at Smart Destinations and Their Behavior Intentions	113
(Shin, Kim ve Jeong, 2023)	Memorable Tourism Experience at Smart Tourism Destinations: Do Travelers? Residential Tourism Clusters Matter	3
(Shin ve Jeong, 2021)	Travelers' Motivations to Adopt Augmented Reality (AR) Applications in a Tourism Destination	12

Şekil 4, 377 makale içerisinde yer alan yazarlardan en çok atıf alan yazarları göstermektedir. Yazar atıf analizi yapılırken VOSviewer programına en az bir makalesi bulunan ve en az bir atıf almış yazarların belirlenmesine yönelik kriterler girilmiştir. Yapılan analiz sonucunda çalışmadaki 105 verinin birbiri ile ilişkisi olmadığı, 60 verinin birbiri ile ilişkili olduğu sonucuna ulaşılmış ve Şekil 4'teki haritalandırma ortaya çıkmıştır.

## Şekil 4. Yazar Atıf Analizi



VOSviewer

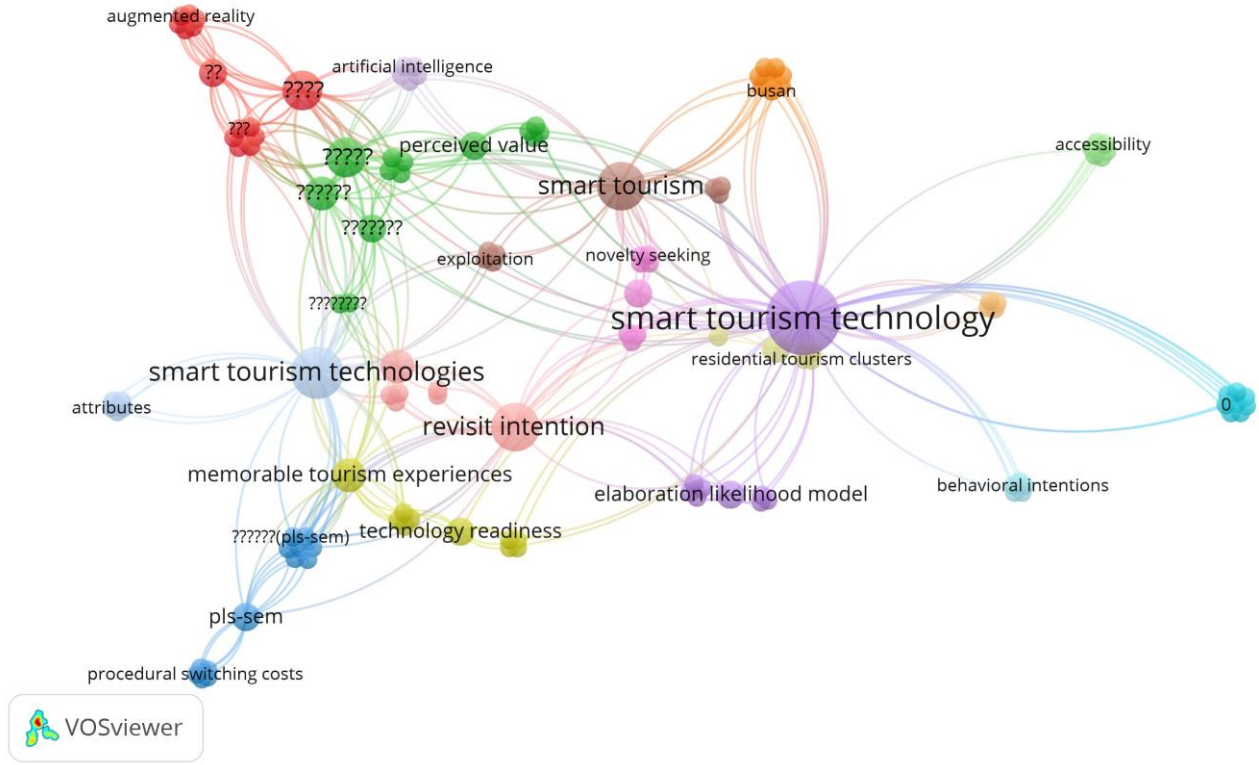
Şekil 4 incelendiğinde 21 adet kümenin ortaya çıktığı belirlenmiştir. Bunun nedeni bazı makalelerin yüksek atıf sayısına sahip olması olarak açıklanabilir. Örneğin Şekil 4'te kırmızı küme ile ön plana çıkan "Jahyun Goo" (Huang vd., 2017) "Smart tourism technologies in travel planning: The role of exploration and exploitation" (Goo, Huang, Yoo ve Koo, 2022) "Smart Tourism Technologies' Ambidexterity: Balancing Tourist's Worries and Novelty Seeking for Travel Satisfaction" (Yoo, Goo, Huang, Nam ve Woo, 2017) "Improving travel decision support satisfaction with smart tourism technologies: A framework of tourist elaboration likelihood and self-efficacy" isimli makalelerine toplam 277 atıf almıştır. Sarı küme ile ön plana çıkan "Hyejo Hailey Shin" ise Tablo 3'te yer alan çalışmaları ile toplam 294 atıf almıştır. Aynı yazar toplamda 121 bağlantı ile "Miyoung Jeong" adlı yazarla birlikte haritada öne çıkan kişiler olarak göze çarpmaktadır.

Şekil 5, araştırmanın içerisinde yer alan 377 makalede kullanılan anahtar kelimelere ait bibliyometrik haritayı göstermektedir. VOSviewer'da yapılan analiz esnasında en az bir kez kullanılan anahtar kelimenin görsele eklenmesi istenmiştir. Toplamda 220 anahtar kelimenin ortaya çıktığı belirlenmiş ancak en güçlü bağlantıya sahip 131 anahtar kelime analize dahil edilmiş ve 14 farklı küme ortaya çıkmıştır.

Şekil 5, incelendiğinde "smart tourism technology" (akıllı turizm teknolojisi) ve "smart tourism Technologies" (akıllı turizm teknolojileri) kavramlarının ayrı ayrı anahtar kelime olarak kullanıldığı ortaya çıkmıştır. Bu iki kavram en çok kullanılan anahtar kelimelerdir (smart tourism technology – 79 kez, smart tourism Technologies – 48 kez). Yine bu kavrama ek olarak smart tourism kavramı da tek başına kullanılmaktadır. Bibliyometrik harita incelendiğinde bazı kavramların analiz sonucunun "soru işareti" işareti şeklinde görüldüğü belirlenmiş bunun nedeninin dil seçeneği İngilizce olarak seçilse de bazı araştırmacıların anahtar kelimeleri Latin alfabesi dışında alfabelerle yazmaları olduğu sonucuna varılmıştır. Smart turizm içerikli anahtar kelimelerin haricinde en çok kullanılan anahtar kelimelerin ise revisit intention (tekrar ziyaret etme niyeti), memorable tourism experiences (hatırlanabilir turizm deneyimi), tourist satisfaction (turist memnuniyeti), perceived value (algılanan değer), tourism technology (turizm teknolojisi) vb. kavramlardan oluştuğu görülmektedir. Bu anahtar kelimeler

irdelendiğinde, en çok atıf alan makalelerin de bu anahtar kelimeler çerçevesinde kurgulanıp, araştırma yapıldığı sonucu çıkarılabilir.

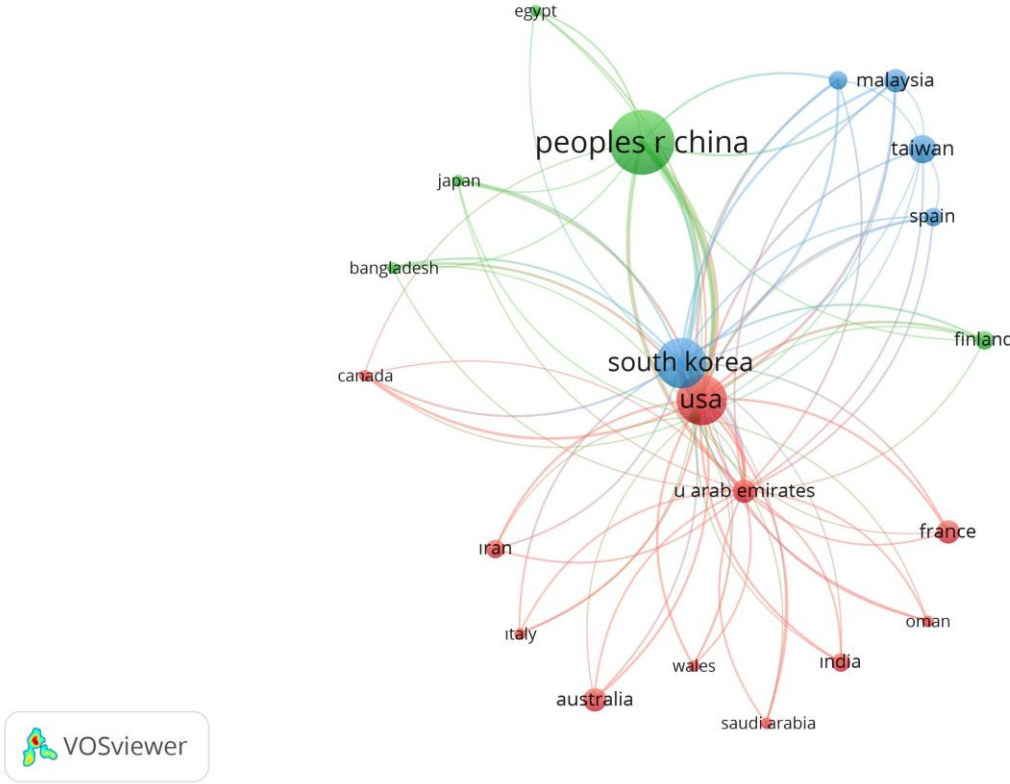
Şekil 5. Anahtar Kelime Analizi



Şekil 6’da ise ülkelere ait atıf analizine yer verilmiştir. Analiz esnasında en az bir makaleye sahip ve en az bir atıf almış ülkelerin analize dahil edilmesi istenmiştir. Toplamda 31 ülkenin atıf aldığı belirlenmiş ancak aralarında bağlantı olan 22 ülke analize dahil edilmiş ve 3 kümenin ortaya çıktığı belirlenmiştir.

Şekil 6 incelendiğinde her bir kümenin öncü ülkeleri görülmektedir. Kırmızı kümede Amerika Birleşik Devletleri (USA), mavi kümede Güney Kore (South Korea) ve yeşil kümede ise Çin Halk Cumhuriyeti (Peoples R. China) ön plana çıkmaktadır. Bu durumun bağlantı sayılarının sürpriz olmadığı gerçektir. Amerika Birleşik Devletleri diğer ülkelerle 120 bağlantıya, Güney Kore 94 bağlantıya ve Çin Halk Cumhuriyeti ise 79 bağlantıya sahiptir. Bu bağlantıların anlamı kendileri hariç diğer ülkelere aldıkları atıftır. Toplam atıf sayıları incelendiğinde ise şaşırtıcı bir durum ortaya çıkmaktadır. Amerika Birleşik Devletleri 434 atıf, Birleşik Arap Emirlikleri (U. Arap Emirates) 313 atıf, Güney Kore 310 atıf, Çin Halk Cumhuriyeti ise 165 atıf almıştır. Şaşırtıcı olan Birleşik Arap Emirlikleri’nin atıflarda ikinci sırada yer almasıdır. Birleşik Arap Emirlikleri’nin 55 bağlantıya sahip olması, bu durumun nedeni olarak ortaya çıkmaktadır. Yani Birleşik Arap Emirlikleri daha çok kendi bulunduğu küme içerisindeki ülkelere atıf alırken, bağlantı anlamında onu geçen Güney Kore diğer kümelere de atıf almaktadır.

Şekil 6. Ülke Atf Analizi



## Sonuç ve Öneriler

Turizm teknolojilerinin, turizm sektörü ve turizm alanında çalışmalar yapan bilim insanları için ne kadar önemli olduğu aşikardır. Özellikle akıllı uygulamalar, turistlerin deneyimlerini geliştirmekte ve hizmet üreten işletmelerin işlerini kolaylaştırmakta önemli araçlardır. Özellikle COVID-19 Pandemisi sonrası teknolojik gelişmeler, turizm endüstrisinin ayakta kalabilmesi için önemli değerlerdir. Bununla birlikte hem turistler hem de araştırmacılar hızla gelişen bu yeniliğe çok çabuk ayak uydurmak zorunda kalmışlardır. Araştırma içerisinde yer alan 377 makalenin 27 adetinin başlığında ya da anahtar kelimelerinde “COVID-19” ya da “Pandemic” kavramlarının geçmesi bu argümanı desteklemektedir. Örneğin; Leung, Cheung, Chang, Shi, Tse ve Yusrini (2022), VR teknolojisinin turistlerin hatırlanabilir deneyimlerindeki etkisini COVID-19 bölgelerinde araştırmıştır. Farklı bir çalışmada Jouybari, Ghorbani, Mousazadeh, Golafshan, Almani, Denes ve Krisztian (2023), salgın döneminde akıllı telefonların turizm dinamiklerinin yönetimindeki rolünü belirlemek amacı ile çalışma gerçekleştirmiştir. Bu örnekler artırılabilir örneklerdir. Ayrıca bu çalışmanın bulguları içerisinde yer alan Şekil 1’de de 2019 ve 2023 yılları arasında turizm ve teknoloji ilişkisi içerisindeki araştırmaların pik yaptığı görülmektedir. Yapılan 377 araştırmanın 307 (Yaklaşık %81,5) adedi bu dönemde gerçekleştirilmiştir.

Ülkelere ait dağılımların incelendiği Şekil 2’de en yüksek yayın yapan ülkenin Portekiz, ikinci ülkenin Amerika Birleşik Devletleri çıkması şaşırtıcı görünse de ülkelerin 2021 yılı itibariyle GSYİH’ları ve toplam istihdam oranları göz önüne alındığında daha kabul edilebilir sonuçlar ortaya çıkmaktadır. Ayrıca Tablo 1’de yer alan ülkelerin nüfus yoğunlukları göz önüne alındığında turizm sektöründe istihdam edilenlerin azımsanmayacak düzeyde olduğu görülmektedir. Bu duruma gelen turist miktarları da eklenince araştırmacılar için uygun koşulların oluştuğu söylenebilir. Kısacası ilk sırada yer alan ülkelerin turizm potansiyelleri bilimsel araştırmalar için uygun koşulları sağlamaktadır.

En çok atıf alan 10 çalışma ve içerikleri şunu göstermektedir; Çalışmalar özellikle akıllı turizm uygulamaları üzerine yoğunlaşmakta ve akıllı turizm uygulamalarının diğer değişkenlerle (tekrar satın

alma niyeti, müşteri memnuniyeti, deneyim, seyahat planlaması vb.) etkileşimi üzerinde durmaktadır. Akıllı turizm uygulamaları dışında Bogicevic vd. (2019) sanal gerçeklik üzerine, Ivanov vd. (2019), robotik sistemler üzerine yapılan çalışmalara, (Razzaq vd., 2021), turizm teknolojilerinin karbon emisyonuna etkisini incelemiştir.

Bu araştırmada bibliyometrik haritalama analizlerinden yararlanılmış ve turizm-teknoloji ilişkisi içerisinde bulunan yazarlar ve atıflar hakkında bilgi veren analizler yapılmıştır. Şekil 3'te yer alan ortak yazar analizi ile bu konu hakkında birbirleri ile iletişimde olan ve çalışmalar gerçekleştiren bilim insanlarına ait kümeler belirlenmiştir. Üç farklı kümenin ortaya çıktığı haritada en çok yayın yapan araştırmacı "Hyejo Hailey Shin" kümeler içerisinde bulunmamaktadır. Bunun nedeni analizin, bağlantılı çalışmaları ve bu çalışmalarda yer alan yazarların birbirleri ile bağlantısını incelemesidir. Kırmızı kümede yer alan "Jahyun Goo, C. Derrick Huang ve Chull Woo Yoo" adlı araştırmacılar diğer üç kümede bulunan 12 araştırmacının onuyla da en az bir çalışma yapmıştır. Bu durum, farklı araştırmacılar ile çalışmanın daha fazla okuyucuya ulaşmayı sağlayacağı ve daha fazla atıf alabileceği yorumunu ortaya çıkarmıştır. Bunun nedeni Tablo 2'de en çok atıf alan yayında bu üç yazarın da birinci sırada yer alan makalelerinde farklı yazarlar ile yer almasıdır.

Yazar atıf sayıları incelendiğinde ise en çok yayına sahip "Hyejo Hailey Shin" sarı kümede ön plana çıkmaktadır ve en çok atıf alan yazardır. "Jahyun Goo" ise kırmızı kümede yer almakta ve en çok atıf alan ikinci yazar olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu noktadan hareketle iki yazarın da en çok yayına sahip yazarlar olması elbette bu haritada ön plana çıkmalarına etken olmuştur. Turizm-teknoloji ilişkisinde bulunan yayınların artması ve değerlerinin özellikle son dönemde iyice anlaşılması bu iki yazarın ön plana çıkmalarını sağlamıştır.

Şekil 5'te, 377 makalede kullanılan anahtar kelimelere ait bibliyometrik harita bulunmaktadır. Bulgular sonucu smart tourism technology ve smart tourism technologies ön plana çıkan ve en çok kullanılan kelimeler olarak ortaya çıkmaktadır. Bu kavramlar farklı kavramlar ile ilişkili olarak çalışmaların konusu olmaktadır. Ancak araştırmacıların turizm-teknoloji ilişkisini daha spesifik hale getirmeleri ve çalışmaları bu yönde ilerletmelerinin daha faydalı olacağı düşünülmektedir. Özellikle turistlerin bu kavramları başka kavramlarla nasıl anlamlandırdıkları üzerine yapılan çalışmaların sayısının artması önemlidir. Çalışmalar göstermektedir ki turistler ve işletmeler teknolojiyi benimseme yolunda hızlı reaksiyonlar göstermekte ve araştırmacılar da bu hızlı reaksiyonların sonuçlarını ve alana katacağı değerleri merak etmektedir. Son olarak Şekil 6'da ise ülkelerin aldıkları atıflar ve birbirleri ile ilgili ilişkileri incelenmiş, bağıntı ve atıf sayısı olarak Amerika Birleşik Devletleri ön sırada görülmüştür. Üç kümenin ortaya çıktığı analizde Amerika Birleşik Devletleri kırmızı kümenin, Güney Kore mavi kümenin ve Çin Halk Cumhuriyeti yeşil kümenin önde gelen ülkeleri olarak görülmektedir. Bağlantı sıralaması da bu şekilde gelişmiştir. Bu noktada atıf sayıları incelendiğinde Birleşik Arap Emirlikleri şaşırtıcı bir şekilde Güney Kore'yi geçerek ikinci sırada yer almıştır. Birleşik Arap Emirlikleri'nin daha fazla atıf alması kendisine ait bir kümenin oluşmasını sağlamamıştır. Bunun en önemli nedeni son on yıl da Birleşik Arap Emirlikleri'nin az yayın yapmış olması ve atıfları genel olarak kendi kümesi içerisinde almış olmasıdır.

Elde edilen bulgular ve yapılan analizler sonucu turizm ve teknoloji ilişkili çalışmaların yıllara göre dağılımında COVID-19 sonrası bir artış olduğu görülmektedir. Bu tarz araştırmaların, turizm sektörüne yön verebileceği ve sektörün teknolojik gelişmeleri daha yakından takip etme olanağı sağlayacağı düşünüldüğünden, özellikle günümüzde, araştırmacıların bu konuya farklı bakış açılarıyla yaklaşmaları önerilmektedir. Bununla birlikte araştırmalarda kullanılan anahtar kelimelerin daha spesifik olması ve çeşitlendirilmesi, çalışmaların keşfedilebilmesi ve okuyucular tarafından bulunabilmesi için önemlidir. Bu yüzden çalışmalarda kullanılan anahtar kelimelerin diğer çalışmalardan farklı olarak daha spesifik seçilmesi diğer bir öneridir. Son olarak ülkemizde yapılan turizm-teknoloji ilişkili yayınların uluslararası alanyazında az olduğu görülmüştür. Ülke ekonomisinde öncü olan bir sektöre ait turizm çalışmalarının teknoloji tabanlı çalışmalarının daha fazla olması ve

araştırmacıların bu konu üzerine eğilmesi ve diğer araştırmacılarla yazar ağı kurması bu çalışmanın bir diğer önemli çıktısıdır.

Sonuç olarak turizm-teknoloji ilişkisi gün geçtikçe tüm alanların ilgisini çekmeye başlamış ve en az politika yapımcıların, çeşitli sektörlerin ilgisini çektiği kadar bilim insanlarının da ilgisini çekmiştir. Teknolojinin hızına yetişilemeyecek oranda gelişim içerisinde olduğu düşünüldüğünde, bu alandaki araştırmacıların farklı değişkenlerle birlikte alanyazına katkı sağlamaya devam edeceği bir gerçektir.

### Sınırlılıklar ve Gelecek Araştırmalara Öneriler

Bu araştırma WoS veri tabanı üzerinden ve yalnızca İngilizce dilinde yazılmış makaleler dikkate alınarak yapılmıştır. Araştırmanın birinci sınırlılığı bu gösterilebilir. Daha fazla veri tabanının eklendiği bir çalışmanın daha ayrıntılı sonuçlar elde edebileceği aşikardır. İkinci olarak ise araştırma on yıl gibi bir süre ile sınırlandırılmıştır. Daha geniş bir periyotta örneğin veri tabanlarının ilk yayın yaptığı dönemden itibaren yapılması araştırmanın gelişimi için daha iyi olacaktır. Son olarak tek bir program üzerinden çalışılması bir sınırlılık olarak gösterilebilir. Farklı bibliyometrik analiz programları ile karşılaştırılmalı analizler daha güçlü sonuçlara sahip olunmasını sağlayabilir.

Turizm teknolojileri konusunun yer aldığı daha fazla araştırma yapılması gerektiği açıktır. Bilim insanları çalıştıkları alana yol gösteren kişilerdir. Özellikle daha sürdürülebilir yöntemlerin önerildiği, tüm paydaşların yararlanabileceği, turistik destinasyonlarda uygulanabilecek ampirik çalışmaların artması çok önemlidir. Son olarak bu çalışma bibliyometrik bir çalışma olduğu ve zaman içerisinde yenilenmesi gerektiği için gelecekte araştırmacıların bu çalışmayı daha güncel bir halde çalışmalarını önerilmektedir.

### Etik Beyan

“Turizm Teknolojileri ile İlgili Araştırmalarının Kavramsallaştırılması: VOSviewer ile Bibliyometrik Analiz” başlıklı çalışmanın yazım sürecinde bilimsel kurallara, etik ve alıntı kurallarına uyulmuş; toplanan veriler üzerinde herhangi bir tahrifat yapılmamış ve bu çalışma herhangi başka bir akademik yayın ortamına değerlendirme için gönderilmemiştir.

### Kaynakça

- Aksöz, E. O., & Yücel, E. (2020). Engelli turizmi alanındaki lisansüstü tezlerin bibliyometrik analizi. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4(1), 388-404.
- Ali, F. (2016). Hotel website quality, perceived flow, customer satisfaction and purchase intention. *Journal of Hospitality and Tourism Technology*, 7(2), 213-228. <https://doi.org/10.1108/jhtt-02-2016-0010>
- Alımanoğlu, Ç., & Çolakoğlu, Ü. (2021). Türkiye'deki turizm rehberliği konulu lisansüstü tez çalışmalarının bibliyometrik profili (1998-2018). *Journal of Travel and Tourism Research*, 51-67.
- Altürk, A. (2018). *Türkiye turizm literatürünün durumu: Uluslararası dergi makalelerinin bibliyometrik analizi* [Batman Üniversitesi].
- Balyalı Özuğul, T., & İlhan Akgış, Ö. (2023). Turizm ve Dijitalleşme Konulu Araştırmaların Bilimsel Haritalama Tekniği ile Bibliyometrik Analizi. *Ahi Evran Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 9(1), 117-133.
- Baytok, A., Boyraz, M., & Pelit, E. (2019). Turizm işletmeciliği alanında yapılan yüksek lisans tezlerinin değerlendirilmesi: Afyon Kocatepe Üniversitesi örneği. *Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 21(1), 287-305.
- Bogicevic, V., Seo, S., Kandampully, J. A., Liu, S. Q., & Rudd, N. A. (2019). Virtual reality presence as a preamble of tourism experience: The role of mental imagery. *Tourism Management*, 74, 55-64. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2019.02.009>
- Boyraz, M., Kabakulak, A., & Mutlu, A. S. (2020). Hazırlanmakta olan turizm konulu lisansüstü tezlerin veri görselleştirme tekniği ile bibliyometrik analizi: 2006-2020 yılları örneği. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4(2), 1434-1453.
- Buhalis, D. (2020). Technology in tourism-from information communication technologies to eTourism and smart tourism towards ambient intelligence tourism: a perspective article. *Tourism Review*, 75(1), 267-272. <https://doi.org/10.1108/tr-06-2019-0258>
- Buter, R. K., Noyons, E. C. M., Van Mackelenbergh, M., & Laine, T. (2006). Combining concept maps and bibliometric maps: First explorations. *Scientometrics*, 66(2), 377-387. <https://doi.org/10.1007/s11192-006-0027-y>

- Çavuşgil Köse, B. (2020). Turizm ve Covid-19: Bir bibliyometrik analiz yaklaşımı. *Journal of Humanities and Tourism Research*, 5, 99-111.
- Çelik, A. (2021). Turizmde Teknoloji Çalışmaları. *Journal of Tourism Intelligence and Smartness*, 4(2), 270-295.
- Çiçek, D., & Kozak, N. (2012). Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi'nde yayımlanan hakem denetimli makalelerin bibliyometrik profili. *Türk Kütüphaneciliği*, 26(4), 734-756.
- Cobo, M. J., Lopez-Herrera, A. G., Herrera-Viedma, E., & Herrera, F. (2011). An approach for detecting, quantifying, and visualizing the evolution of a research field: A practical application to the Fuzzy Sets Theory field. *Journal of Informetrics*, 5(1), 146-166. <https://doi.org/10.1016/j.joi.2010.10.002>
- De Bellis, N. (2009). *Bibliometrics and citation analysis: from the science citation index to cybermetrics*. Scarecrow Press.
- Göç, A. C., & Gökdemir, S. (2021). Türkiye'de turist rehberliği alanında yapılan teknoloji konulu çalışmaların bibliyometrik analiz ile belirlenmesi. *Sivas İnterdisipliner Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4(1), 35-49.
- Gök, H. S. (2021). Gönüllü turizm konusunda yapılan araştırmaların bibliyometrik analizi: Scopus örneği. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 5(2), 1546-1567.
- Goo, J., Huang, C. D., Yoo, C. W., & Koo, C. (2022). Smart Tourism Technologies' Ambidexterity: Balancing Tourist's Worries and Novelty Seeking for Travel Satisfaction. *Information Systems Frontiers*, 24(6), 2139-2158. <https://doi.org/10.1007/s10796-021-10233-6>
- Gözen, E. (2020). Rekreasyon bilim dalının geçmişten günümüze bibliyometrik analizi. *Gaziantep University Journal of Social Sciences*, 19(2), 572-588.
- Gülmez, D., Özteke, İ., & Gümüş, S. (2020). Uluslararası dergilerde yayımlanan Türkiye kaynaklı eğitim araştırmalarının genel görünümü: Bibliyometrik analiz. *Eğitim ve Bilim*, 46(206), 1-27.
- Gupta, A., Dogra, N., & George, B. (2018). What determines tourist adoption of smartphone apps?: An analysis based on the UTAUT-2 framework. *Journal of Hospitality and Tourism Technology*, 9(1), 48-62. <https://doi.org/10.1108/jhtt-02-2017-0013>
- Guttentag, D. (2019). Progress on Airbnb: a literature review. *Journal of Hospitality and Tourism Technology*, 10(3), 233-263. <https://doi.org/10.1108/jhtt-08-2018-0075>
- Henderson, M., Shurville, S., & Fernstrom, K. (2009). The quantitative crunch: The impact of bibliometric research quality assessment exercises on academic development at small conferences [Article]. *Campus-Wide Information Systems*, 26(3), 149-167. <https://doi.org/10.1108/10650740910967348>
- Huang, C. D., Goo, J., Nam, K., & Yoo, C. W. (2017). Smart tourism technologies in travel planning: The role of exploration and exploitation. *Information & Management*, 54(6), 757-770. <https://doi.org/10.1016/j.im.2016.11.010>
- Ivanov, S., Gretzel, U., Berezina, K., Sigala, M., & Webster, C. (2019). Progress on robotics in hospitality and tourism: a review of the literature. *Journal of Hospitality and Tourism Technology*, 10(4), 489-521. <https://doi.org/10.1108/jhtt-08-2018-0087>
- Jeong, M., & Shin, H. H. (2020). Tourists' Experiences with Smart Tourism Technology at Smart Destinations and Their Behavior Intentions. *Journal of Travel Research*, 59(8), 1464-1477, Article 0047287519883034. <https://doi.org/10.1177/0047287519883034>
- Jouybari, H. M., Ghorbani, A., Mousazadeh, H., Golafshan, A., Almani, F. A., Denes, D. L., & Krisztian, R. (2023). Smartphones as a Platform for Tourism Management Dynamics during Pandemics: A Case Study of the Shiraz Metropolis, Iran. *Sustainability*, 15(5), Article 4051. <https://doi.org/10.3390/su15054051>
- Leung, W. K. S., Cheung, M. L., Chang, M. K., Shi, S., Tse, S. Y., & Yusrini, L. (2022). The role of virtual reality interactivity in building tourists' memorable experiences and post-adoption intentions in the COVID-19 era. *Journal of Hospitality and Tourism Technology*, 13(3), 481-499. <https://doi.org/10.1108/jhtt-03-2021-0088>
- Mistilis, N., Buhalis, D., & Gretzel, U. (2014). Future eDestination Marketing: Perspective of an Australian Tourism Stakeholder Network. *Journal of Travel Research*, 53(6), 778-790. <https://doi.org/10.1177/0047287514522874>
- Pai, C. K., Liu, Y. M., Kang, S., & Dai, A. N. (2020). The Role of Perceived Smart Tourism Technology Experience for Tourist Satisfaction, Happiness and Revisit Intention. *Sustainability*, 12(16), Article 6592. <https://doi.org/10.3390/su12166592>
- Razzaq, A., Sharif, A., Ahmad, P., & Jermittiparsert, K. (2021). Asymmetric role of tourism development and technology innovation on carbon dioxide emission reduction in the Chinese economy: Fresh insights from QARDL approach. *Sustainable Development*, 29(1), 176-193. <https://doi.org/10.1002/sd.2139>
- Shin, H. H., & Jeong, M. (2021). Travelers' motivations to adopt augmented reality (AR) applications in a tourism destination. *Journal of Hospitality and Tourism Technology*, 12(2), 389-405. <https://doi.org/10.1108/jhtt-08-2018-0082>
- Shin, H. H., Jeong, M., & Cho, M. H. (2021). The impact of smart tourism technology and domestic travelers' technology readiness on their satisfaction and behavioral intention: A cross-country comparison. *International Journal of Tourism Research*, 23(5), 726-742. <https://doi.org/10.1002/jtr.2437>

- Shin, H. H., Jeong, M., So, K. K. F., & DiPietro, R. (2022). Consumers' experience with hospitality and tourism technologies: Measurement development and validation. *International Journal of Hospitality Management*, 106, Article 103297. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2022.103297>
- Shin, H. H., Kim, J., & Jeong, M. (2023). Memorable tourism experience at smart tourism destinations: Do travelers' residential tourism clusters matter. *Tourism Management Perspectives*, 46, Article 101103. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2023.101103>
- Shin, H. H., Shin, S., & Gim, J. (2022). Looking back three decades of hospitality and tourism technology research: a bibliometric approach. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*. <https://doi.org/10.1108/ijchm.03.2022.0376>
- Sünnetçioğlu, A., Yalçinkaya, P., Olcay, M., & Mercan, Ş. O. (2017). Turizm alanında yazılmış olan gastronomiye ilişkin tezlerin bibliyometrik profili. *Journal of Tourism & Gastronomy Studies*, 5(Special Issue 2), 345-354. <https://doi.org/10.21325/jotags.2017.136>
- Sürme, M., Olcay, A., & Karaçil, G. (2018). Helal turizm alanının bibliyometrik profili. *Iğdır Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*(15), 389-408.
- Tayfun, A., Küçükergin, F. N., Aysen, E., Ayşe, E., & Özekici, Y. K. (2016). Turizm alanında yazılan lisansüstü tezlere yönelik bibliyometrik bir analiz. *Gazi Üniversitesi Turizm Fakültesi Dergisi*(1), 50-69.
- Tayfun, A., Ülker, M., Gökçe, Y., Tengilimoğlu, E., Sürücü, Ç., & Durmaz, M. (2018). Turizm alanında yiyecek ve içecek ile ilgili lisansüstü tezlerin bibliyometrik analizi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 6(2).
- Tekeli, M., Tekeli, E. K., & Kemer, E. (2022). Turizm ve hizmet robotları: Görsel haritalama tekniği ile bibliyometrik bir analiz. *Journal of New Tourism Trends*, 3(1), 22-38.
- Üzümçü, T. P. (2019). Turizm eğitimi alanına yönelik bibliyometrik bir çalışma. *TÜRK TURİZM ARAŞTIRMALARI DERGİSİ*, 3(4), 1433-1449.
- Varkaris, E., & Neuhofer, B. (2017). The influence of social media on the consumers' hotel decision journey. *Journal of Hospitality and Tourism Technology*, 8(1), 101-118. <https://doi.org/10.1108/jhtt-09-2016-0058>
- Vidal-Serrano, L., Rodriguez-Anton, J. M., Rubio-Andrada, L., & Narbona-Reina, B. (2022). Information and communication technologies (ict) as a tool for sustainable tourism management: a bibliometric analysis. *Cuadernos De Turismo*(50), 97-117. <https://doi.org/10.6018/turismo.541881>
- Wang, D., & Fesenmaier, D. R. (2013). Transforming the travel experience: The use of smartphones for travel. Information and Communication Technologies in Tourism 2013: Proceedings of the International Conference in Innsbruck, Austria, January 22-25, 2013,
- Yılmaz, İ., Karakuş, Y., Çamlıca, K., & Toprak, L. S. (2017). Turizm alanındaki bibliyometrik çalışmalar: türkiye örneği. *Turan: Stratejik Araştırmalar Merkezi*, 9(36), 83-88. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.15189/1308-8041>
- Yoo, C. W., Goo, J., Huang, C. D., Nam, K., & Woo, M. (2017). Improving travel decision support satisfaction with smart tourism technologies: A framework of tourist elaboration likelihood and self-efficacy. *Technological Forecasting and Social Change*, 123, 330-341. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2016.10.071>
- Zencir, E., & Kozak, N. (2012). Sosyal bilimler enstitü dergilerinde yayımlanan turizm makalelerinin bibliyometrik profili (2000-2010). *VI. Lisansüstü Turizm Öğrencileri Araştırma Kongresi*, 12(15), 673-682.
- Zupic, I., & Čater, T. (2015). Bibliometric Methods in Management and Organization. *Organizational Research Methods*, 18(3), 429-472. <https://doi.org/10.1177/1094428114562629>



**Araştırma Makalesi – Research Article**

DOI: 10.54493/jgtr.1363123

**Diaspora ve Kültürel Miras Turistlerinin Seyahat Motivasyonları Üzerine Bir Değerlendirme\*****An Evaluation on Travel Motivations of Diaspora and Cultural Heritage Tourists**Berna PALA<sup>1\*\*</sup>, Emrullah TÖREN<sup>2</sup>**MAKALE BİLGİSİ****Makale Geçmişi:**

Başvuru tarihi:19/09/2023

Kabul tarihi:26/10/2023

Yayın tarihi: 28/10/2023

**Anahtar Kelimeler:**

Diaspora Turisti, Kültürel

Miras Turisti, Seyahat

Motivasyonu

**ÖZET**

Atalar, kökler ve aidiyet gibi motivasyonlar ile anavatanlarına seyahat eden diasporalar diaspora turisti; farklı kültürlerin mirasını motivasyon edinip turistik destinasyonlara seyahat eden bireyler ise kültürel miras turisti olarak isimlendirilmektedir. İki turist türünün oluşturduğu turizm hareketliliği diaspora turizmi ve kültürel miras turizmi olarak ifade edilmektedir. Bu turizm türlerinin, kültüre dayalı turizm çeşitleri içerisinde yer alması turistlerin seyahatlerinde ortak motivasyonlarının olduğunu göstermektedir. Bu araştırmanın amacı, diaspora ve kültürel miras turistlerinin seyahat motivasyonlarının arasındaki benzerlikleri ve farklılıkları ortaya koymaktır. Araştırma yöntemi olarak nitel araştırma geleneği benimsenmiştir ve doküman analizi ile içerik analizi tekniklerinden faydalanılmıştır. Araştırmada, diaspora ve kültürel miras turistlerinin motivasyonlarının benzerlikleri ve farklılıkları incelenerek bulgular elde edilmiştir. Araştırmanın sonucunda, diaspora ve kültürel miras turistlerinin motivasyonlarının benzerlik gösterdiği fakat benzerliklerin kendi içinde farklılaşabildiği ortaya çıkmıştır. Sunulan önerilerin ise turizm araştırmacılarına ve endüstrisine katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

**ARTICLE INFO****Background:**

Received: 19/09/2023

Accepted: 26/10/2023

Published: 28/10/2023

**Keywords:**

Diaspora Tourist,

Cultural Heritage Tourist,

Travel Motivation

**ABSTRACT**

Diasporas who travel to their homeland with motivations such as ancestors, roots and belonging are called diaspora tourists; Individuals who are motivated by the heritage of different cultures and travel to touristic destinations are called cultural heritage tourists. The tourism mobility created by two types of tourists is expressed as diaspora tourism and cultural heritage tourism. The fact that these types of tourism are among the types of culture-based tourism shows that tourists have common motivations for their travels. The aim of this research is to reveal the similarities and differences between the travel motivations of diaspora and cultural heritage tourists. Qualitative research tradition was adopted as the research method and document analysis and content analysis techniques were used. In the research, findings were obtained by examining the similarities and differences in the motivations of diaspora and cultural heritage tourists. As a result of the research, it was revealed that the motivations of diaspora and cultural heritage tourists are similar, but the similarities can differ within themselves. It is thought that the suggestions presented will contribute to tourism researchers and industry.

1 Yüksek Lisans Öğrencisi – Kırklareli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm Rehberliği Tezli Yüksek Lisans Programı

palaberna@gmail.com ORCID: 0000-0003-4384-5743

2 Dr. Öğr. Üyesi - Kırklareli Üniversitesi Turizm Fak. Rekreasyon Yönetimi Bölümü emrullahtoren@klu.edu.tr ORCID: 0000-0002-3897-7912

\* Bu çalışma "Diasporaların Seyahat Motivasyonlarında Kültürel Miras Varlıklarının Önemi: Bulgaristan Örneği" başlıklı yüksek lisans tezinden türetilmiştir.

\*\* Sorumlu yazar/Corresponding author.

Önerilen Atıf/ Cited as: Pala, B. ve Tören, E. (2023). Diaspora Turistlerinin ve Kültürel Miras Turistlerinin Seyahat Motivasyonları Üzerine Bir Değerlendirme. *Journal of Global Tourism And Technology Research*, 4(2): 129-141.

## Giriş

Dünyanın her yerine uzanarak geniş bir yelpazeye sahip olma özelliği taşıyan diaspora turizmi, turizm için kısmen yeni bir araştırma konusu sayılan, anlamı ve tanımı sorunlu kalan bir alandır. Grekçe’de saçılan tohumlar anlamına gelen diaspora kavramı, göç veya sürgün gibi politik veya ekonomik gerekçelerle anavatanından ayrılıp farklı bölgelerde yaşamlarını devam ettiren ve anavatanlarına bağlılıklarını sürdüren toplulukları ifade etmektedir (Cohen, 1997; Mitchell, 1997; Wilkoszewski, 2010; Iorio ve Corsale, 2013; Li, Mckercher ve Chan, 2019). Diasporalar anavatanından uzakta yaşamlarını sürdüren ve Diaspora ve turizm anavatanına seyahat, kökleri araştırma, tarihi bağlar, anavatan vatandaşlarının diaspora topluluklarını ziyareti, diasporaların kültürel miraslarını merak etmesi gibi birçok noktada örtüşmektedir. Diasporalar, hatırlama kültürünü benimseyerek anavatanları ile bağlantıları oluşturmak (Schlosser, 2011), topluluk içindeki ve ulus ötesindeki bağlantılarını sürdürmek (Tsagarousianou, 2004), anavatan olarak benimsedikleri ata toprakları ile ilişkiler kurmak (Coles, 2012), gelecek nesillere aile bağlarını aktarmak ve aile olma duygusunu kazandırmak (Mand, 2015), bireysel ve duygusal ilişkilerini korumak ya da güçlendirilmek, anavatanlarını yeniden keşfetmek, öz vatanlarını yaşamak, öz kimliklerini ve köklerini yeniden bulmak (Iorio ve Corsale, 2013) gibi motivasyonlar ile anavatanlarına seyahat ederek turizm hareketliliğini oluşturmaktadırlar. Diaspora turizmi, farklı ülkelerde yaşayan azınlık halkların anavatanlarına gerçekleştirdikleri turistik seyahatlerdir. Bu turistik seyahatlere katılan turistler ise diaspora turisti olarak isimlendirilmektedirler.

Kültür, belirli bir bölgeye özgü geçmişten günümüze gelen ve sürdürülebilirliği sağlanan örf, adet, inanç, dil, yaşam biçimi, tarihi değer, sanat ve mimari yapı gibi maddi ve manevi değerlerin bütünüdür ifade eden bir kavramdır (Uygur ve Bakan, 2007; Diker ve Deniz, 2017). Miras, TDK (2023) tarafından “bir neslin kendisinden sonraki nesle bıraktığı şey” olarak tanımlanmıştır. Kültür ile miras kavramlarının bir araya gelip bütünleşmesiyle olan kültürel miras ise Kültür ve Turizm Bakanlığı (2009) tarafından, “geçmişten miras alınan ve farklı nedenlerle geleceğe miras bırakılmak istenen, fiziksel olarak var olan ve insanlar tarafından yapılmış her türlü eserler ile bir topluma ait değerler bütünü” şeklinde ifade etmektedir. Pala (2005) kültürel mirası atalardan miras kalan, bireysel ve toplumsal açılardan anlama sahip olduğu için korunan eserleri ve ifadeleri olarak tanımlamaktadır. Kültürel miras, atalardan miras olarak alınan ve gelecek nesillere miras olarak bırakılmak istenen eserler ve değerler bütünüdür (Pala, 2022). Kültürel miras turizmi ise turizm endüstrisi içinde hızla büyüyen bir niş pazar olan, turistlerin seyahat edecekleri destinasyonlarda tarihi ve kültürel bölgelerin ziyaret edilmesi, destinasyonda yer alan faaliyetlere katılması ve o kültürü derinlemesine deneyimlemesinin fırsatı sunan bir turizm türüdür (Yıldırım, Deniz ve Dalkılıç, 2022). Kültürel miras turizm kapsamında seyahat eden turistler ise kültürel miras turisti olarak isimlendirilmektedirler. Seyahat motivasyonu da kişilerin seyahate çıkmadan önce onları yapacakları seyahate hazırlayan ihtiyaçları olarak tanımlanmaktadır. Pizam ve Mansfeld (1999), seyahat motivasyonunu bireyi turistik faaliyetlere katılmaya teşvik eden ihtiyaçlar bütünü olarak tanımlamaktadır.

Diaspora ve kültürel miras turistlerinin seyahat motivasyonlarını konu edinen bu araştırmanın amacı, iki turist tipinin motivasyonları arasındaki benzerlik ve farklılıkları ortaya koyarak literatüre katkıda bulunmaktır. Yapılan bu araştırmanın turizm literatürü ve turizm endüstrisi açısından önemli olacağı düşünülmektedir.

## Literatür

### Seyahat Motivasyonu

Etimolojik kökeni incelendiğinde Latince “movere” sözcüğünden türeyen (Kramer, 2011) ve Türkçeye Fransızca “motivation” sözcüğünden çevrilen motivasyon kavramı “isteklendirme, güdüleme” olarak ifade edilmektedir (TDK, 2023). Motivasyon, bireyi tatmin edilmesi yüksek birtakım faaliyetlere yönlendiren (Moutinho, 2000); bireyin davranışlarını ve faaliyetlerini uyandıran ve bütünleştiren hem psikolojik hem biyolojik ihtiyaçlar ve istekler olarak tanımlanmaktadır (Uysal ve Hagan, 1993). Turizm açısından incelendiğinde insanların davranış nedenleri olarak kabul edilen

(Mook, 1996), bireyin tüm davranışlarının ardındaki itici ve çekici faktörler olarak tanımlanan motivasyon, turist davranışını açıklamada da önemli bir değişken olarak ifade edilmektedir (Crompton, 1979; Iso-Ahola, 1982). Dann (1977), motivasyonu bir bireyi veya bir grubu seyahat etmeye hazır hale getiren ve yönlendiren zihni bir durum olarak açıklanmaktadır. Seyahat motivasyonu ise bireyleri seyahat deneyimi yaşamaya yönlendiren faktörler olarak tanımlanmaktadır (Harman, 2014). Pizam ve Mansfeld (1999), seyahat motivasyonlarını bireyi turistik faaliyetlere katılmaya teşvik eden ihtiyaçlar bütünü olarak kavramsallaştırmıştır. Pearce ve Lee'ye (2005) göre de seyahat motivasyonu, insani motivasyonlar içerisinde bulunan özel bir alt kümedir ve bireyin seçimine, davranışına ve deneyimine yön veren biyolojik ve kültürel güç ağıdır.

Literatürde seyahat motivasyonlarının iç uyaranlar (itici faktörler) ve dış uyaranlar (çekici faktörler) olarak sınıflandırılmasında geniş bir görüş birliği vardır (Uysal ve Jurowski, 1994; Baloğlu ve Uysal, 1996; Kim, Lee ve Klenosky, 2003; Harman, Çakıcı ve Akatay, 2013; Wang, 2016). Seyahat motivasyonları konusunda yapılan ilk çalışmalar incelendiğinde yaşam alanının sıradanlığından kaçmak, kendini keşfetmek ve değerlendirmek, rahatlamak, saygınlık, yenilenmek, akrabalık ilişkilerini geliştirmek, sosyal etkileşimi kolaylaştırmak ve yenilikler olarak sıralanan yedi sosyopsikolojik, iki kültürel olmak üzere dokuz tane motivasyon faktörü ortaya çıkmıştır (Crompton, 1979). Yapılan bir diğer çalışmaya göre ise turistlerin seyahat motivasyonları kalıbı genişletilerek kişisel gelişim, statü kazanma, kültürel faktörler, fiziksel faktörler, duygusal faktörler ve kişisel faktörler olmak üzere altı başlık önerilmiştir (Swarbrooke ve Horner, 2007).

### **Diaspora Turistlerinin Seyahat Motivasyonu**

Anavatanından talihsiz sebeplerle ayrıldığı halde anavatanına ve vatandaşlarına karşı bağlılığını koruyan ve kendi kimliğinin de bilincinde olan göçmenler diaspora olarak adlandırılmaktadır (Safran, 1991). Diaspora turizmi ise doğdukları coğrafyalardan göç eden kimselerin birtakım motivasyonlarla anavatanlarına gerçekleştirdikleri seyahatlerdir (Otoo, Kim ve Choi, 2021). Scheyvens'e (2007) göre diaspora turizmi "*Pasifik ve Karayip Adaları'ndan Filipinler'e, Çin'den Gana'ya, Bangladeş'ten Hindistan'a kadar geniş bir yelpazeye sahip olan önemli bir turizm çeşidi*" olarak; Tören'e (2021, s.52) göre ise, "*günümüzde Türkiye'den Japonya'ya, Rusya'dan Güney Afrika'ya, Meksika'dan Galler'e kadar uzanan çok geniş bir coğrafyada, göçün olduğu her yerde turizm hareketliliğinin artmasına katkı sağlayan kültüre dayalı bir turizm türü*" olarak ifade edilmiştir. Diaspora turizmine katılan turistler ise diaspora turisti olarak isimlendirilmektedirler.

Anavatanlarına seyahat eden diaspora turistlerinin kimlikleriyle bağlantılı benzersiz motivasyonları vardır ve edinmek istedikleri deneyimler, boş zamandan bireysel keşiflere kadar değişiklikler göstermektedir. Diaspora turistlerinin öne çıkan seyahat motivasyonlarını kökler, kimlik bilinci, atalar, anavatanı bağlılık, aile ve arkadaş ziyareti, tarihi bağlar, aidiyet, miras, anavatanı keşif isteği, anavatan ile ilgili anlatılanlara duyulan merak, öğrenme isteği, inanç, ibadet, deneyim, tatil, anavatanında gerçekleşen etkinlikler, gastronomi ve kültürel miras olarak ifade etmek mümkündür (Baldassar, 2001; Tören, 2012; Tören, 2014; Arık Yüksel, 2018; Murdy, Alexander ve Bryce, 2018; Tören, 2018; Çıkmı, 2020; Çıkmı ve Kızanıklı; 2021; Çıkmı ve Kızılırmak, 2021; Pala ve Tören, 2021; Tören, 2021; Pala, 2022). Iorio ve Corsale (2013), diaspora turistlerinin anavatanı seyahat motivasyonları nesilden nesile farklılık gösterdiğini, ilk nesillerin nostalji arayışında olduğunu, ikinci nesillerin ise kökenleriyle ve kültürel kimlikleriyle bağlantı kurma çabası içinde olduğunu ifade etmişlerdir. Diasporaların zaman içerisinde göç ettikleri coğrafyalara sağladıkları uyum ve nesiller arası seyahat motivasyonları farklılığı diaspora turistlerinin seyahate çıkma olasılıklarını da etkilemektedir. Öz kimlikleriyle ve kültürleriyle daha güçlü bağları olan bireylerin yeniden bağlanma ve aidiyet motivasyonlarıyla seyahatlere çıkma olasılığına daha yüksek oranda rastlanırken göç ettikleri coğrafyalarla bütünleşmiş ve çok kültürlü bireyler haline gelmiş olan kişilerin bu motivasyonlarla seyahate çıkma olasılığına daha az rastlanmaktadır (Li, McKercher ve Chan, 2019). Diğer uluslararası turistlerle karşılaştırıldığında, diaspora turistleri anavatan veya ata toprağı olarak gördüğü coğrafyalara daha güçlü bağlar kurma eğilimindedirler. Bu durum diaspora turistlerinin seyahat deneyimlerinin kişiselleştirilmesini de beraberinde getirmektedir (Ben-Rafael, 2013). Uluslararası turistler genellikle hedef ülke ya da hedef

şehir belirleyerek seyahat ederken, diaspora turistleri ise anavatanlarına seyahat etmektedirler. Diasporaların anavatanlarına gerçekleştirdikleri seyahatler ülke geneline yayılarak daha yerel alanları kapsamaktadır (Huang, Hung ve Chen, 2018). Diaspora turistleri bilgi paylaşımı ve kişisel iletişim yoluyla yerel topluluklarla etkileşim kurmak istediklerinden, sosyal etkileşim ve yerel kültür diasporik seyahat motivasyonlarında önemli yer tutmaktadır (Alexander, Bryce ve Murdy, 2017). Diaspora turistleri yalnızca temel turistik alanları ziyaret etmekle kalmayıp ikincil bölge olarak düşünülebilen daha yerel alanları da ziyaret etmekte olup yerel halkın ve yerel işletmelerin sunduğu yerel ürünleri ve hizmetleri tüketerek turizm hareketine katılmaktadırlar (Seraphin, Korstanje ve Gowreesunkar, 2020). Böylelikle diaspora turistleri, yerel kalkınmaya ve kültürel mirasın korunmasına da katkı sağlamaktadırlar (Iorio ve Corsale, 2013; Huang, Hung ve Chen, 2018). Diaspora turistlerinin atalarına bağlılığından kaynaklanan ve onları yerel turizm hareketlerine katılmaya yönlendiren seyahat motivasyonları anavatanlarında bulunan kültürel miras varlıklarını öğrenme isteğini de beraberinde getirmektedir (Pala, 2022).

### **Kültürel Miras Turistlerinin Seyahat Motivasyonu**

Kültür ve turizm insanları ve toplumları buluşturan, bir araya getiren, geçmişin ve bugünün kültür ve sanat ürünleri ile birbirlerini anlamalarını, kültür yoluyla diyalog kurmalarını sağlayan (Pekin, 2011) ve birbirlerine ayrılmaz şekilde bağlı olan iki olgudur (Richards, 2018). Kültürün somut ve somut olmayan kaynakları kültürel miras kavramını ortaya çıkmasını sağlamıştır. Kültürel miras atalardan miras kalan, bireysel ve toplumsal anlam yüklendiği için korunan, insanlar arası iletişimlerinin ve insan davranışlarının eserleri ve ifadeleri olan kültürel değerlerin kuşaktan kuşağa aktarımı ve kültürlerin etkileşimi sonucu ortaya çıkmıştır (Hereduc, 2005; Çınar ve Aydın, 2000). Zaman içerisinde kültür turizminin ön plana çıkması ve bu kapsamda kültürel miras verilen önemin artması kültürel miras turizmi kavramının ortaya çıkmasını sağlamıştır. Kültürel miras turizmi ise ilk nesiller tarafından oluşturulan ve evrensel değerlere sahip olduğu düşünülen “tarihi eserler, mimari eserler, sanatsal açıdan önemli anıtlar ve arkeolojik yapılar ile destanlar, törenler, festivaller” gibi tüm somut ve somut olmayan kültürel miras varlıklarının tamamının turistik bir ürün olarak turistlere sunulması ile ortaya çıkan bir turizm türüdür (Öter ve Özdoğan, 2005). Kültürel miras motivasyonu temelinde gerçekleştirilen seyahatler ile turizm hareketliliğine katılan turistler ise kültürel miras turisti olarak isimlendirilmektedirler. Keskin, Furat ve Güler (2020, s.52) kültürel miras turistlerinin; tarihi, kültürel ve doğal turistik destinasyonları da içine dahil edecek biçimde; geçmiş ve günümüz hikâyelerini, kurumlarını ve insanların anımsatan yerleri ve etkinlikleri deneyimleme amacıyla seyahat ettiklerini belirtmişlerdir. Jovicic (2014) kültürel miras turistlerini; yüksek motivasyonlu kültürel miras turisti, ana turistik yerleri ziyaret etmeyi hedefleyen turistik turist, günlük düzenlenen kültürel turizm etkinliklerine katılım gösteren, kültürel değerlerin sürdürülebilirliği için onlara sahip çıkan kültürel miras turisti, ana ilgisi kültür olmayan ve kültürel deneyimi yüzeysel olan tesadüfi kültürel miras turisti ve kültür ilgi alanı olmamasına karşın deneyimleri ile kültür birikimi yapan kazara kültürel miras turisti olarak beş başlık altında tanımlamaktadır. Bu beş tür kültürel miras turisti, iki temel grupta değerlendirilebilir. Birinci grup temel seyahat motivasyonları kültür olan başka bir deyişle kültürü tüketen kültürel miras turistleri; ikinci grup ise kültürün temel seyahat motivasyonu olmadığı yalnızca bir tamamlayıcı ve tesadüfi olduğu kültürel miras turistleri olarak ifade edilmektedir (Triarchi ve Karamanis, 2017). Literatürde kültürel miras turistlerinin seyahat motivasyonlarına yönelik yapılan çalışmalarda kültürel değerlerin hem temel motivasyon kaynağı olabileceğine hem de temel motivasyon kaynağı olmayıp ikincil bir aktivite olabileceği konusunda yoğun bir görüş hakimdir (Silberberg, 1995; Stebbins, 1996; Foo ve Rosetto, 1998; Shifflet ve Associates, 1999; Kozak, 2000; Poria, Butler ve Airey, 2001; Hughes, 2002; McKercher, 2002; Kızılırmak ve Kurtuldu, 2005; Nyaupane, White ve Budruk, 2006; Espelt ve Benito, 2006; Hausmann, 2007; Altunel ve Kahraman, 2012; Özel ve Kozak, 2012; Nyaupane ve Andereck, 2014; Aydın ve Sezerel, 2017).

Literatür incelendiğinde kültürel miras alanlarını ziyaret eden kültürel miras turistlerinin temel motivasyonlarını miras alanlarını tecrübe etmek ve deneyimlemek (Hargrove, 2002; Poria, Butler ve Airey, 2004; Nguyen ve Cheung, 2014; Fernández, PérezGálvez ve López-Guzmán, 2016) olarak ifade etmek mümkündür. Kültürel miras turistleri kültürel değerlerin yanı sıra Keskin, Furat ve Güler’e

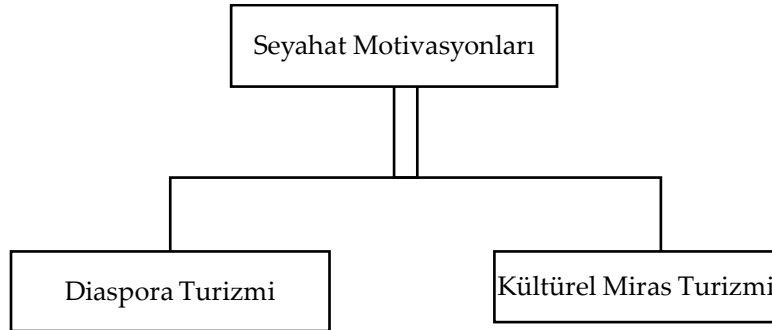
(2020) göre hem doğal ve kültürel cazibe merkezlerini hem hikâyeleri, kurumları ve insanları temsil eden fiziki yerleri hem de etkinlikler deneyimleme motivasyonları ile de seyahat etmektedirler. Hughes'a (2002) göre, kültürel miras turistleri, sıklıkla seyahat eden, yüksek eğitim ve gelir düzeyinde olan bireylerdir ve kültür turizmi pazarında büyük ölçüde arzu edilen üst düzey turist sınıfını oluşturmaktadırlar. Kültürel miras turistleri seyahatlerinde yeni bilgiler edinme, farklı deneyimler kazanma ve kendini keşfetme gibi motivasyonlara da sahip olabilmektedirler (Hausmann, 2007). Kültürel miras turistlerinin seyahat motivasyonlarını eğitimi, klasik öğrenmeyi, festivallere, tiyatro gösterilerine, resitallere ve sanat etkinliklerine katılmayı, kültürel deneyim kazanmayı, turistik faaliyetlere katılmayı ve iş seyahatleri sırasında kültürel etkinliklere katılma olanağı bulmayı amaçlayan seyahatler olarak altı madde halinde sıralamak mümkündür (Richards, 2001; Lohmann ve Mundt, 2002; Uygur ve Baykan, 2007; Saçlı ve Ersöz, 2019; Dilek, 2020).

### Yöntem

Bu araştırma, diaspora ve kültürel miras turistlerinin seyahat motivasyonlarındaki benzerlikleri ve farklılıkları ortaya koyup motivasyon faktörlerini betimlemeyi hedefleyen nitel bir araştırmadır. Araştırmanın verileri iki şekilde elde edilmiştir.

Diaspora turistlerinin seyahat motivasyonları faktörlerini belirlemek için ilgili literatürün incelenmesinin yanı sıra 14 katılımcı ile yapılan yarı yapılandırılmış görüşmelerden elde edilen verilerin içerik analizi yapılmıştır ve analiz sonucunda ortaya çıkan motivasyon faktörlerinden yararlanılmıştır. Yapılan görüşmelerin içerik analizi sonucunda anlam ifade eden 42 adet kavram ortaya çıkmıştır. Ortaya çıkan kavramlar analiz edilirken, birbiri ile benzer durumları ifade eden ve yakın anlamlar taşıyan kavramlar birleştirilmiştir ve kodlanmıştır. Kodlama sonucunda 13 adet kod ortaya çıkmıştır. Elde edilen kodlar kendi içerisinde kategorize edilerek diasporaların seyahat motivasyonlarıyla ilgili 2 tema belirlenmiştir. Belirlenen temalar Şekil 1'de gösterilmiştir.

Şekil 1. Temalar



**Kaynak:** Pala, 2022'den derlenmiştir.

Kültürel miras turistlerinin seyahat motivasyonları belirlemek için ise ilgili literatürde yer alan araştırmalar incelenerek doküman analizi tekniğinden faydalanılmıştır. Araştırma konusunun güncelliği göz önünde bulundurularak, 2019 yılı itibariyle yapılan çalışmalar araştırmaya dahil edilmiştir. İlgili literatürün analizi gerçekleştirilirken, metin içinde geçecek şekilde "kültürel miras turisti" kavramı Türkçe olarak Google Scholar veri tabanında aranmıştır ve bu arama sonucunda kavramın içinde geçtiği 2 çalışmaya rastlanılmıştır. Ayrıca kültürel miras ve kültür turizmi alanında Türkçe yazılan ve basılan kitaplar tarandığında 2 kitapta "kültürel miras turisti" kavramına rastlanılmıştır ve ilgili bölümler incelenmiştir. Rastlanılan bu çalışmalar ve kitap bölümleri araştırmaya dahil edilmiştir. Bunun yanı sıra, daha verimli sonuçlar elde etmek ve gelecek araştırmacılara daha belirgin öneriler sunmak adına, ilgili literatürde yer alan ve içerisinde hem diaspora turizminin hem de kültürel miras turizminin birlikte yer aldığı ve kültüre dayalı turizm türlerinin ortak motivasyon faktörlerinin içerik analizini gerçekleştiren 1 derleme makale de araştırmaya dahil edilerek araştırmanın kapsamı genişletilmiştir. Araştırmaya dahil edilen çalışmalar Tablo 1'de sunulmuştur.

**Tablo 1. Araştırmaya Dahil Edilen Çalışmalar**

Çalışma Adı	Çalışma Türü	Çalışmanın Yazarı/Yazarları	Çalışmanın Yılı
“Batı Karadeniz Bölümü Antik Kentlerinin Kültürel Miras Turizmi Açısından Değerlendirilmesi”	Araştırma Makalesi	Türker, N. ve Yaşar, Z.	2019
“Kültürel Miras Turizminin Neden Arşivlere İhtiyacı Var?”	Araştırma Makalesi	Keskin, İ., Furat, M. F. ve Güler, C.	2020
“Kültürel Miras ve Turizm (Disiplinlerarası Yaklaşım)” isimli kitabın içerisinde “Kültürel Miras Turisti ve Tipolojisi” bölümü	Kitap Bölümü	Editörler: Gümüş, M. ve Dilek, S. E. Bölüm Yazarı: Dilek, S. E.	2020
“Kültür Turizmi Motivasyonları” isimli kitabın içerisinde “Kültürel Miras Turizmi ve Motivasyonları” bölümü	Kitap Bölümü	Editör: Tören, E. Bölüm Yazarı: Türkmen, E.	2021
“Kültüre Dayalı Turizm Çeşitlerinin Motivasyon Faktörlerinin İçerik Analizi”	Derleme Makale	Tören, E.	2023

Bu araştırma ile, içerik analizi sonucunda ortaya çıkan temaların bir diğer deyişle diaspora turistlerinin seyahat motivasyonlarının ve sınırları çizilerek gerçekleştirilen literatür taraması sonucunda araştırmaya dahil edilen makalelerin ve kitap bölümlerinin ortaya koymuş olduğu kültürel miras turistlerinin seyahat motivasyonları değerlendirilmiştir. Bu değerlendirme ile de diaspora ve kültürel miras turistlerinin seyahat motivasyonları benzerlikler ve farklılıklar bakımlarından karşılaştırılmıştır.

Tüm araştırmaların taşıdığı etik ilkeler dahilinde geçerli ve güvenilir bilgi üretme kaygısı, nitel araştırma geleneği de taşımaktadır. Bu nedenle araştırmanın geçerliğinin ve güvenilirliğinin, nitel araştırma geleneğinde isimlendirildiği şekilde ifade edildiğinde ise inandırıcılığının ve tutarlılığının sağlanması için kategorizasyon ve kodlama aşamalarında uzman görüşlerine başvurulmuştur. Uzman görüşlerine başvurularak şekillendirilen bu araştırmanın inandırıcılığı ve tutarlığı bu yöntem ile sağlanmaya çalışılmıştır.

### **Bulgular ve Tartışma**

Diaspora turistlerinin seyahat motivasyonlarını belirlemek için 14 kişi ile yapılan yarı yapılandırılmış biçimde hazırlanan, yüz yüze ve çevrimiçi olmak üzere iki şekilde gerçekleştirilen görüşmelerle elde edilen veriler içerik analizine tabi tutulmuştur ve anlam ifade eden 42 kavram elde edilmiştir. Elde edilen kavramların her biri, birer kod olarak kabul edilip kategorize edilmiştir ve 13 koda indirgenmiştir. Kodların her biri, bir seyahat motivasyonu faktörü olarak kabul edilmiştir ve tekrar bir kategorizasyon işlemine tabi tutulup 2 tema ortaya çıkarılmıştır. Ortaya çıkarılan temaların

her biri ise bir seyahat motivasyonu olarak kabul edilmiştir. Araştırma sonucu elde edilen temalar ve kodlar bir diğer deyişle seyahat motivasyonları ve motivasyon faktörleri Tablo 2’de gösterilmiştir.

**Tablo 2.** Temalar ve Kodlar

Temalar	Kodlar
Diaspora Turist Motivasyonları	<ul style="list-style-type: none"><li>• Aile</li><li>• Aidiyet</li><li>• Anavatan</li><li>• Atalar</li><li>• Deneyim</li><li>• Etkinlik</li><li>• İş seyahati</li><li>• Keşif</li><li>• Kökler</li><li>• Kültür</li><li>• Kültürel miras</li><li>• Referans etkisi</li><li>• Turistik seyahat</li></ul>
Kültürel Miras Turist Motivasyonları	<ul style="list-style-type: none"><li>• Aidiyet</li><li>• Deneyim</li><li>• Etkinlik</li><li>• İş seyahati</li><li>• Keşif</li><li>• Kültür</li><li>• Kültürel miras</li><li>• Referans etkisi</li><li>• Turistik seyahat</li></ul>

**Kaynak:** Pala, 2022’den derlenmiştir.

Diaspora turistlerinin seyahat motivasyonlarını hem ilgili literatür incelendiğinde hem de yapılan görüşmeler analiz edildiğinde, genel hatlarıyla Tablo 2’de sunulduğu gibi diasporik bilinç, referans etkisi, etkinlik ve kültürel miras olarak sıralamak mümkündür.

Kültürel miras turistlerinin seyahat motivasyonlarını inceleyen ve araştırmaya dahil edilen çalışmalar incelendiğinde ise kültürel miras turistlerinin seyahat motivasyonları kültürel miras, deneyim, merak, etkinlik, turistik ziyaretler, bilgi edinme, kendini keşfetme, turistik faaliyetlere katılma, kültür, eğitim, iş seyahatleri sırasında kültürel etkinliklere katılma, festivallere ve etkinliklere katılma olarak sıralanmaktadır.

Diaspora ve kültürel miras turistlerinin seyahat motivasyonları incelendiğinde her iki turist türünün motivasyonlarının temel farklılıkları olsa da ortak motivasyonlarının da var olduğu ifade edilebilmektedir. Diaspora ve kültürel miras turistlerinin benzer seyahat motivasyonları Tablo 3’te gösterilmiştir. Tablo 3’te sunulan benzer motivasyon faktörleri kendi içlerinde benzerlikler gösterebildiği gibi farklılıklar da gösterebilmektedirler. Örneğin, referans etkisi motivasyonu seyahat eden diaspora ve kültürel miras turistleri benzer olarak araştırmalarını, dizileri, filmleri ve edebi eserleri kendilerine motivasyon edinirler; fakat diaspora turistlerinin bu benzerliklerin yanı sıra aile büyüklerinin hikayelerini ve anlatılarını, kültürel miras turistlerinin ise benzerlikleri merak duygusu ile hareket ederek deneyimlemeyi kendilerine motivasyon edindikleri ifade edilebilmektedir.

**Tablo 3.** *Diaspora ve Kültürel Miras Turistlerinin Benzer Seyahat Motivasyonları*

Benzer Seyahat Motivasyonları		
Aidiyet	Deneyim	Etkinlik
İş Seyahati	Keşif	Kültür
Kültürel Miras	Referans etkisi	Turistik seyahat

**Kaynak:** Türker ve Yaşar, 2019; Dilek, 2020; Keskin, Furat ve Güler, 2020; Türkmen, 2021; Pala, 2022; Tören, 2023'ten derlenmiştir.

Diaspora ve kültürel miras turistlerinin seyahat motivasyonları incelendiğinde her iki turist türünün benzer motivasyonları olsa da farklı motivasyonlarının da olduğu görülmektedir. Diaspora ve kültürel miras turistlerinin farklı seyahat motivasyonları Tablo 4'te gösterilmiştir. Tablo 4'te sunulan farklı motivasyon faktörlerinin tamamının kültürel miras turistleri için pek anlam ifade etmese de bu faktörlerin diaspora turistleri için anlam ifade eden temel motivasyon faktörleri olduğu söylenebilmektedir. Diaspora turistlerinin seyahat motivasyonlarını kültürel miras turistlerinin seyahat motivasyonlarından ayırtıran bu faktörler, diasporaların anavatanlarından göç edip farklı bölgelerde hayatlarını yeniden kurmuş olduğu için ortaya çıkmaktadır. Kültürel miras turistleri farklı kültürlerin yer aldığı destinasyonları görme ve farklı kültürlere ait aile yapılarını tanıma motivasyonlarıyla merak ettikleri coğrafyalara seyahat ederken diaspora turistleri kendi ailelerine, atalarına ve köklerine ait bağları nedeniyle anavatanlarına seyahat etmektedirler.

**Tablo 4.** *Diaspora ve Kültürel Miras Turistlerinin Farklı Seyahat Motivasyonları*

Farklı Seyahat Motivasyonları	
Aile	Anavatan
Atalar	Kökler

**Kaynak:** Türker ve Yaşar, 2019; Dilek, 2020; Keskin, Furat ve Güler, 2020; Türkmen, 2021; Pala, 2022; Tören, 2023'ten derlenmiştir.

Araştırma sonucunda elde bulgular ve ilgili literatürde yer alan çalışmaların bulguları değerlendirildiğinde hem diaspora hem de kültürel miras turistlerinin seyahat motivasyonlarının benzerliği ve farklılığı konusunda literatürde geniş bir fikir birliği olduğunu ifade etmek mümkündür. Araştırmanın bu bölümünde her iki turist türü için bir değerlendirme yapılarak ilgili literatür ile araştırma sonucunda elde edilen bulgular tartışılmıştır.

Diaspora turistlerinin seyahat motivasyonlarını konu edinen çalışmaların sonucunda elde edilen bulgular incelendiğinde turistlerin kökler, kimlik bilinci, atalar, anavatana bağlılık, aile ve arkadaş ziyareti, tarihi bağlar, aidiyet, miras, anavatana keşif isteği, anavatan ile ilgili anlatılanlara duyulan merak, diziler, filmler, öğrenme isteği, inanç, ibadet, deneyim, tatil, iş seyahati, nostalji, özlem, anavatanda gerçekleşen etkinlikler, gastronomi ve kültürel miras motivasyonlarıyla anavatana seyahat ettiği belirlenirken (Baldassar, 2001; Tören, 2012; Iorio ve Corsale, 2013; Tören, 2014; Arık Yüksel, 2018; Murdy, Alexander ve Bryce, 2018; Tören, 2018; Çıki, 2020; Çıki ve Kızanlıklık, 2021; Çıki ve Kızılırmak, 2021; Pala ve Tören, 2021; Tören, 2021; Pala, 2022), yapılan bu araştırmanın sonucunda elde edilen bulgulara göre ise turistlerin aile, aidiyet, anavatan, atalar, deneyim, etkinlik, iş seyahati, keşif, kökler, kültür, kültürel miras, referans etkisi ve turistik seyahat motivasyonlarıyla anavatana seyahat ettiği belirlenmiştir. Yapılan araştırma sonucunda elde edilen bulgular ile literatürde yer alan çalışmaların bulguları karşılaştırıldığında her ikisinde de diaspora turistlerinin seyahat motivasyonlarının benzer olduğu tespit edilmiştir. Diaspora turistlerinin seyahat motivasyonlarının benzerlikleri değerlendirildiğinde ise aynı motivasyonların farklı biçimlerde isimlendirildiğini söylemek mümkündür. Örneğin literatürde yer alan çalışmalarda anlatılanlara duyulan merak, diziler ve filmler olarak isimlendirilen motivasyonlar bu çalışmada referans etkisi olarak isimlendirilmiştir.

Kültürel miras turistlerinin seyahat motivasyonlarını konu edinen çalışmaların sonucunda elde edilen bulgular incelendiğinde turistlerin doğal, tarihi ve kültürel miras alanlarını tecrübe etme ve deneyimleme motivasyonlarıyla seyahat ettiği belirlenirken (Hargrove, 2002; Poria, Butler ve Airey, 2004; Nguyen ve Cheung, 2014; Fernández, PérezGálvez ve López-Guzmán, 2016; Keskin, Furat ve



Güler, 2020), yapılan bu araştırmanın sonucunda elde edilen bulgulara göre ise kültürel miras turistlerinin aidiyet, deneyim, etkinlik, iş seyahati, keşif, kültür, kültürel miras, referans etkisi ve turistik seyahat motivasyonlarıyla seyahat ettiği belirlenmiştir. Hem bu araştırmanın hem de literatürde yer alan diğer çalışmaların sonuçlarında elde edilen bulgular değerlendirildiğinde temel benzerlikler olsa da bulguların birtakım farklılıklar gösterdiği söylenebilmektedir. Bulgular deneyim, kültür, turistik seyahat ve referans etkisi motivasyonlarıyla benzerlikler gösterirken iş seyahati ve aidiyet motivasyonlarıyla farklılaşmaktadır.

## Sonuç ve Öneriler

Diaspora turistlerinin ve kültürel miras turistlerinin seyahat motivasyonlarını benzerlikler ve farklılıklar açısından değerlendirmeyi hedefleyen bu araştırmanın, turizm literatüründe konu ile ilgili var olan boşluğu doldurmaya yönelik oluşu ve literatüre katkı sağlayışı açısından önemli olduğu düşünülmektedir. Bu araştırmanın gerçekleştirilen doküman analizi ve içerik analizi ile elde ettiği 2 tema diaspora turistlerinin seyahat motivasyonlarını; araştırmaya birtakım sınırlandırmalar ile dahil edilen araştırmaların doküman analizi ile ise kültürel miras turistlerinin seyahat motivasyonları ortaya konmuştur.

Diaspora turistlerinin seyahat motivasyonlarının kökler, atalar, aile, anavatan, aidiyet, keşif, referans etkisi, etkinlik ve kültürel miras olduğu; kültürel miras turistlerinin seyahat motivasyonlarının ise kültürel miras, deneyim, merak, etkinlik, turistik ziyaretler, bilgi edinme, kendini keşfetme, turistik faaliyetlere katılım, kültür, eğitim, iş seyahatleri sırasında kültürel etkinliklere katılım, festivallere ve etkinliklere katılım olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Araştırma kapsamında konu ile ilgili literatür incelendiğinde hem diaspora hem de kültürel miras turizminin, kültüre dayalı turizm çeşitlerinden biri olduğu tespit edilmiştir. Bu nedenle diaspora turistlerinin de kültürel miras turistlerinin de temel farklılıklar olsa da çoğunlukla benzer seyahat motivasyonlarına sahip olacağı düşünülmüştür. Bu düşünceden yola çıkılarak gerçekleştirilen araştırmada her iki turist türünün de seyahat motivasyonları olarak ifade edilen benzerliklerin ve farklılıkların varlığı saptanmıştır. Diaspora ve kültürel miras turistlerinin ortak seyahat motivasyonlarının aidiyet, deneyim, etkinlik, iş seyahati, kaçış, keşif, kültür, kültürel miras, merak, öğrenme, referans etkisi ve turistik seyahat olduğu sonucu elde edilmiştir. Ortak seyahat motivasyonlarının her biri kendi içerisinde değerlendirildiğinde motivasyonunun temel olarak benzediği fakat detaylandırıldıkça farklılaştığı görülmüştür. Bir örnek ile açıklanacak olursa, her iki turist türü de kültür ve kültürel miras motivasyonlarıyla seyahat ederken, diaspora turistleri atalarının ve ailelerinin kültürlerini yani kendi kültürlerini duygusal ve tarihi bağlar ile hareket ederek merak ettiği, keşfettiği, öğrendiği ve deneyimlediği kültürel miras turistlerinin ise tüm bunları merak duygusu ile farklı kültürleri tanımak ve keşfetmek için gerçekleştirdiği saptanmıştır. Bir diğer ortak seyahat motivasyonu olan aidiyet, diaspora turistlerinde duygusal, kültürel ve tarihi aidiyet olarak diasporaları turizm hareketliliğine katılmaya motive ederken kültürel miras turistlerinde farklı kültürlerle ve topluluklara ait olup keşif ve deneyim yaşama hedefleriyle kişileri motive etmektedir. Kültürel miras turistlerinin gerçekleştirdikleri seyahatlerinde öncelikli olarak turistik çekicilikler ile motive oldukları diaspora turistlerinin ise öncelikli olarak anavatanı ziyaret hedefi ile motive oldukları sonrasında ise diğer turistik çekicilikleri seyahatlerine dahil ettikleri sonucu elde edilmiştir.

Hem diaspora hem de kültürel miras turistlerinin, turist profilleri değerlendirildiğinde diaspora turistlerinin anavatanlarından göç ettikleri bölgelerde kurdukları eğitim, çalışma ve aile hayatı düzenleri ile anavatanlarında gerçekleşen ve diasporaları seyahat etmeye iten etkinliklere göre seyahat ederek tatillerini değerlendiren bir turist profili çizdiği; kültürel miras turistlerinin ise daha sık seyahat eden, eğitim ve gelir düzeyleri yüksek olan ve üst düzey turist sınıfında yer alan bireylerden oluşan bir turist profili çizdiği sonucuna ulaşılmıştır.

Bu araştırmanın yapılmasının, ilgili literatürdeki boşluğu doldurmaya katkı sağlaması hedefiyle ileride konu ile ilgili araştırma yapmayı planlayan araştırmacılara, diaspora ve kültürel miras turistlerinin yanı sıra kültüre dayalı diğer turizm çeşitlerine katılan inanç turisti, hüznü turisti, etnik turisti, gastro turisti, festival turisti ve şehir turisti gibi turist türlerinin seyahat motivasyonlarının da

değerlendirilmesi önerilmektedir. Ayrıca konu ile ilgili, nitel görüşmelerden faydalanıp alan araştırmasının yapılarak bu çalışmada yer alan diaspora ve kültürel miras turizmleri veya kültüre dayalı turizm çeşitlerinin tamamının yer aldığı yeni bir araştırma ile seyahat motivasyonları ve turist profilleri değerlendirilerek deneysel bir çalışma yapılması da sunulan bir diğer öneridir. Sunulan öneriler doğrultusunda gerçekleştirilecek araştırmaların ise turist davranışı için önemli olduğu düşünülmektedir. Bu araştırma, gelecek araştırmalara sunduğu öneriler dışında turizm endüstrisi için de birtakım öneriler geliştirmiştir. Turizm endüstrisinin paydaşlarından biri olan seyahat acenteleri yapılan bu akademik araştırma doğrultusunda diaspora ve kültürel miras turistlerinin seyahat motivasyonlarını baz alarak bu kapsama uygun tur programları oluşturup turizm hareketliliğine katkıda bulunabilirler. Bunun yanı sıra yerel yönetimler ve sivil toplum kuruluşları gibi resmi kurumlar tarafından diasporaların turizm hareketliliğine dahil olmalarını sağlamak adına festivaller ve anma etkinlikleri gibi organizasyonlar düzenlenebilir ve düzenlenen organizasyonlar kültürel miras turistleri bakımından da çekiciliği sağlanabilir.

### Etik Beyan

"Diaspora ve Kültürel Miras Turistlerinin Seyahat Motivasyonları Üzerine Bir Değerlendirme" başlıklı çalışmanın yazım sürecinde bilimsel kurallara, etik ve alıntı kurallarına uyulmuş; toplanan veriler üzerinde herhangi bir tahrifat yapılmamış ve bu çalışma herhangi başka bir akademik yayın ortamına değerlendirme için gönderilmemiştir.

### Not

Bu çalışmada, Dr. Öğr. Üyesi Emrullah TÖREN danışmanlığında Berna PALA tarafından 2022 yılında hazırlanan "Diasporaların Seyahat Motivasyonlarında Kültürel Miras Varlıklarının Önemi: Bulgaristan Örneği" başlıklı yüksek lisans tezinin verilerinden faydalanılmıştır.

### Kaynakça

- Alexander, M., Bryce, D. ve Murdy, S. (2017). Delivering the past: Providing personalized ancestral tourism experiences. *Journal of Travel Research* 56(4), 543-555.
- Altunel, M. ve Kahraman, N. (2012). Kültür turisti tipolojilerinin belirlenmesi: İstanbul örneği. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi* 23(1), 7-18.
- Arik Yüksel, T. (2018). Köken Turizmi: Mardin Süryanileri Üzerine Bir Araştırma. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Batman: Batman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Aydın, S. ve Sezerel, H. (2017). Seyahat Motivasyonlarına İlişkin Bir Yazın İncelemesi. *Neveşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi SBE Dergisi*, 7(2), 118-140. Retrieved from <https://dergipark.org.tr/tr/pub/nevsosbilen/issue/33522/330982>
- Baldassar, L. (2001). *Visits Home: migration experiences between Italy and Australia*. Melbourne, Australia: Melbourne University Press.
- Baloğlu, S. ve Uysal, M. (1996). Market segments of push and pull motivations: A canonical correlation approach. *International Journal of Contemporary Hospitality Management* 8(3), 32-38.
- Ben-Rafael, E. (2013). Diaspora. *Current Sociology* 61(5-6), 842-861.
- Cohen, R. (1997). *Global diasporas: An introduction*. London: UCL press.
- Coles, T. (2012). Diaspora, Cultural Capital ve the Production of Tourism Lessons From Enticing Jewish-Americans to Germany. T. C. (Ed.) (Dü.) içinde, *Tourism, Diasporas ve Space* (s. 217-232). New York: Routledge.
- Crompton, J. L. (1979). Motivations for pleasure vacation. *Annals of tourism research* 6(4), 408-424.
- Çıki, K. (2020). *Diaspora Turizmi Kapsamında Göçmen Türklerin Seyahat Motivasyonlarının ve Anavatana Bağlılıklarının İncelenmesi*. Yüksek Lisans Tezi. Ankara: Ankara Hacı Bayram Veli Ü.
- Çıki, K. ve Kızanlıklı, M. (2021). Almanya'da Yaşayan İkinci Kuşak Göçmen Türklerin Seyahat Motivasyonlarının ve Anavatana Bağlılıklarının Diaspora Turizmi Kapsamında İncelenmesi: Köln Örneği. 115-132. Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü.

- Çıki, K. ve Kızılırmak, İ. (2021). İkinci Kuşak Türk Diasporasının Anavatan Seyahatlerinde Gastronomi Faktörünün İncelenmesi. *Uluslararası Turizm, Ekonomi ve İşletme Bilimleri Dergisi* 5(2), 101-112.
- Çınar, K. ve Aydın, D. (2000). The Sustainability of Cultural Heritage: Two Sample Houses in Konya, Earthquake Safe Lessons to be Learned from Traditional Construction? On The Seismic Performance of Traditional Buildings International Conference UNESCO, ICOMOS. İstanbul.
- Dann, G. M. (1977). Anomie, Ego-Enhancement ve Tourism. *Annals of Tourism Research* 4(1), 84-94.
- Diker, O. ve Deniz, T. (2017). Coğrafya ve Tarih Perspektifinden Somut Kültürel Miras ve Türkiye. İstanbul: Pegem Akademi Yayıncılık.
- Dilek, S. (2020). Kültürel Miras Turisti ve Tipolojisi. M. Gümüş ve S. E. Dilek içinde, Kültürel Miras ve Turizm (Disiplinlerarası Yaklaşım) (s. 35-50). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Espelt, N. G. ve Benito, J. A. D. (2006). Visitors' Behavior in Heritage Cities: The Case of Girona. *Journal of Travel Research*, 44(4), 442-448.
- Fernández, G.A.M., Pérez-Gálvez, J.C. ve López-Guzmán, (2016) T. Tourist motivations in a heritage destination in Spain. *European Journal of Tourism, Hospitality and Recreation*, 7(3),1- 10. DOI: 10.1515/ejthr-2016-0024.
- Foo, L. ve Rossetto, A. (1998). Cultural Tourism in Australia: Characteristics and Motivations. BTR Occasional Paper no.27. Canberra: Bureau of Tourism Research.
- Gümüş, M. ve Dilek, S. E. (2020). Kültürel Miras ve Turizm (Disiplinlerarası Yaklaşım). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Hargrove, C. M. (2002). Heritage tourism. CRM-WASHINGTON-, 25(1), 10-11.
- Harman, S. (2014). Bağımsız Seyahat Eden Yerli Gezginlerin Seyahat Motivasyonları Üzerine Bir Araştırma. *Uluslararası Yönetim, İktisat ve İşletme Dergisi* 10(21), 107-128.
- Harman, S., Çakıcı, A. C. ve Akatay, A. (2013). İstanbul'a gelen sırt çantalı turistlerin seyahat motivasyonları üzerine bir araştırma. *Selçuk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi* 13(25), 267- 300.
- Hausmann, A. (2007). Cultural tourism: Marketing challenges and opportunities for German cultural heritage. *International Journal of Heritage Studies* 13(2), 170-184.
- Hereduc. (2005). Heritage in the classroom: A practical manuel for teachers. Şubat 5, 2021 tarihinde <http://www.hereduc.net/hereduc/> adresinden alındı.
- Huang, W., Hung, K. ve Chen, C. (2018). Attachment to the home country or hometown? Examining diaspora tourism across migrant generations. *Tourism Management*, 68, 52-65.
- Hughes, H. (2002). Culture and tourism: a framework for further analysis. *Managing Leisure* 7(3), 164-175.
- Iorio, M. ve Corsale, A. (2013). Diaspora ve Turizm Transylvanian Saxons Visitng the Homeland. *Tourism Geographies* 15(2), 198-232.
- Iso-Ahola, S. E. (1982). Toward a Social Psychological Theory of Tourism Motivation: A Rejoinder. *Annals of Tourism Research* 9(2), 56-62.
- Jovicic, D. (2014). Cultural tourism in the context of relations between mass and alternative tourism. *Current Issues in Tourism* 19(6), 605-612.
- Keskin, İ., Furat, M. ve Güler, C. (2020). Kültürel miras turizminin neden arşivlere ihtiyacı var?. *Bilgi ve Belge Araştırmaları Dergisi*, 14, 43-84.
- Kızılırmak, İ. ve Kurtuldu, H. (2005). Kültürel Turizmin Önemi ve Tüketici Tercihlerinin Belirlenmesine Yönelik Bir Çalışma. *Ticaret Turizm ve Eğitim Fakültesi Dergisi*, 1, 100-120.
- Kim, S. S., Lee, C. K. ve Klenosky, D. B. (2003). The influence of push ve pull factors at Korean national parks. *Tourism Management*, 24(2), 169-180.
- Kozak, M. (2000). Comparative Analysis of Tourist Motivations by Nationality. *Tourism Management*, 23, 221-232.
- Kramer, A. M. (2011). Mediatizing memory: History, affect and identity in who do you think you are. *European Journal of Cultural Studies* 14(4), 428-445.
- Kültür ve Turizm Bakanlığı. (2009). *Kültürel Miras ve Müzecilik*. Ankara: Kültür ve Turizm Bakanlığı.

- Lee, H. (2004). Second Generation Tongan Transnationalism: Hope for the Future. *Asia PasificViewpoint*, 235-254.
- Li, T., Mckercher, B. ve Chan, E. (2019). Towards a conceptual framework for diaspora tourism. *Current Issues in Tourism* 23(17), 1-18.
- Lohmann, M. ve Mundt, J. (2002). Tourism in western Europe: A collection of case histories. R. Voase içinde, *Maturing markets for cultural tourism: Germany and the demand for the 'cultural' destination* (s. 213-227). Licoln, UK: CABI.
- Mand, K. (2015). Childhood, Emotions and the Labour of Transnational Families. *Journal of Childhood and Adolescence Research Heft 1*, 25-39.
- McKercher, B. (2002). Towards a classification of cultural tourists . *International Journal of Tourism Research* 19(4), 95-107.
- Mitchell, K. (1997). Different diasporas ve the type of hybridity. *Environmental ve Planning D: Society ve Space*, 15(5), 533-553.
- Mook, D. (1996). *Motivation: the Organization of Action*. Norton: New York.
- Moutinho, L. (2000). Trends in tourism. *Strategic Management in Tourism*, 3-16.
- Murdy, S., Alexander, M. ve Bryce, D. (2018). What pulls ancestral tourists 'home'? An analysis of ancestral tourist motivations. *Tourism Management*, 64, 13-19.
- Nguyen, T. H. H., ve Cheung, C. (2014). The classification of heritage tourists: A case of Hue city, Vietnam. *Journal of Heritage Tourism*, 9(1), 35-50.
- Nyaupane, G. P., White, D. ve Budruk, M. (2006). Motiva-based tourist market segmentation: An application to native American cultural heritage sites in Arizona, USA. *Journal of Heritage Tourism* 1(2), 81-99.
- Nyaupane, G. ve Andereck, K. (2014). Visitors to cultural heritage attractions: An activity-based integrated typology. *Tourism, Culture and Communication*, 14(1), 17-26.
- Otoo, F., Kim, S. ve Choi, Y. (2021). Developing a Multidimensional Measurement Scale for DiasporaTourists' Motivation. *Journal of Travel Research*, 60(2), 417-433.
- Öter, Z. ve Özdoğan, O. (2005). Kültür Amaçlı Seyahat Eden Turistlerde Destinasyon İmajı: Selçuk-Efes Örneği. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 16(2), 127-138.
- Özel, Ç. ve Kozak, N. (2012). Motive Based Segmentation of the Cultural Tourism Market: A Study of Turkish Domestic Tourist. *Journal of Quality Assurance in Hospitality ve Tourism*, 13(3), 165-186.
- Pala, B. ve Tören, E. (2021). The Evaluation of the Motivations of Diaspora Visit to the Homeland Within the Scope of Cultural Heritage Assets. *International Joint Conference On Hospitality And Tourism*. Pulau Pinang: International Joint Conference On Hospitality And Tourism.
- Pala, B. (2022, Mayıs 27). Diasporaların Seyahat Motivasyonlarında Kültürel Miras Varlıklarının Önemi: Bulgaristan Örneği. *Yüksek Lisans Tezi*. Kırklareli, Türkiye: Kırklareli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Pearce, P. L. ve Lee, U. (2005). Developing the travel career approach to tourist motivation. *Journal of Travel Research* 43, 226-237.
- Pekin, F. (2011). *Çözüm: Kültür Turizmi*. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Pizam, A. ve Mansfeld, Y. (1999). *Consumer Behavior in Travel ve Tourism*. Engleve: Haworth Press.
- Poria, Y. Butler, R., ve Airey, D. (2001). Clarifying heritage tourism. *Annals of Tourism Research* 28(4), 1047-1049.
- Poria, Y., Butler, R. ve Airey, D. (2004) 'Links between Tourists, Heritage, and Reasons for Visiting Heritage Sites', *Journal of Travel Research*, 43(1), 19-28.
- Richards, G. (2001). Innovations in cultural tourism. J. Butcher içinde, *Cultural tourists or a culture of tourism? developments in the European cultural tourism market* (s. 1-19). Tilburg, Netherlands: Atlas.
- Richards, G. (2018). Cultural tourism: A review of recent research and trends. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 36(1), 12-21.
- Saçlı, Ç. ve Ersöz, B. (2019). Şeb-i Arus törenlerine katılan yerli turistlerin kültür tipolojileri. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 41, 84-95.
- Safran, W. (1991). Diasporas in modern societies: Myths of homelve ve return. *Diaspora: A Journal of Transnational Studies*, 1(1), 83-99.

- Scheyvens, R. (2007). Poor cousins no more: Valvind the development potential of domestic ve diaspora tourism. *Progress in Development Studies*, 7(4), 307-325.
- Schlosser, J. (2011). Der Verlust Der Identität zu den Romanen von Siegfried Lenz. *Nordlit* 27, 83-93.
- Seraphin, H., Korstanje, M. ve Gowreesunkar, V. (2020). Diaspora ve ambidextrous management of tourism in post-colonial, post-conflict ve post-disaster destinations. *Journal of Tourism ve Cultural Change*, 18(2), 13-132.
- Shifflet, D. ve Associates. (1999). Pennsylvania heritage tourism study. Mart 24, 2021 tarihinde [https://gala.gre.ac.uk/id/eprint/19518/7/19518ve20NGUYEN\\_The\\_Classification\\_of\\_Heritage\\_Tourists\\_2013.pdf](https://gala.gre.ac.uk/id/eprint/19518/7/19518ve20NGUYEN_The_Classification_of_Heritage_Tourists_2013.pdf) adresinden alındı
- Silberberg, T. (1995). Cultural tourism and business opportunities for museums and heritage sites. *Tourism Management*, 165, 361-365.
- Stebbins, R. (1996). Cultural tourism as serious leisure. *Annals of Tourism Research* 23(4), 948-950.
- Swarbrooke, J. ve Horner, S. (2007). *Consumer Behaviour in Tourism*. Burlington, USA.
- TDK. (2023). *Türk Dil Kurumu Sözlükleri*. 04.09.2023 tarihinde <https://sozluk.gov.tr/> adresinden alındı.
- TDK. (2023). *Türk Dil Kurumu Sözlükleri*. 03.09.2023 tarihinde <https://sozluk.gov.tr/> adresinden alındı.
- Tören, E. (2012). Ata Toprağı Ziyaretlerinin Turizm Kapsamında Değerlendirilmesi. VI. Lisansüstü Turizm Öğrencileri Araştırma Kongresi, 550-566. Antalya.
- Tören, E. (2014). Diasporaların Anavatan Ziyaretleri: Almanya Türk Federasyon Türkiye Kültür Gezisi 2013 Üzerine Bir Alan Araştırması. Yüksek Lisans Tezi. Eskişehir.
- Tören, E. (2018). Tarihi Bağlarla Seyahat Eden Kültür Turistlerinin Motivasyonlarına Yönelik Bir Ölçek Geliştirme: Balkanlar Örneği.
- Tören, E. (2021). Kültür Turizmi Motivasyonları. Ankara: Gazi Kitabevi.
- Tören, E. (2021). Travel Motivations of Diaspora Tourists. N. Vatansever Toylan(Ed.) içinde, *Contemporary Issues in Tourism and hospitality: A Systematic Approach* (s. 50-66). Lyon: Livre de Lyon.
- Triarchi, E. ve Karamanis, K. (2017). The evolution of alternative forms of tourism: a theoretical background. *Business ve Entrepreneurship Journal*, 6(1), 39-59.
- Tsagarousianou, R. (2004). Rethinking the concept of diaspora: Mobility, connectivity ve communication in a globalised world. *Westminster Papers in Communication ve Culture* 1(1), 52-66.
- Türker, N. ve Yaşar, Z. (2019). Batı Karadeniz Bölümü Antik Kentlerinin Kültürel Miras Turizmi Açısından Değerlendirilmesi. *Karabük Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 9 (1), s. 1-26.
- Türkmen, E. (2021). Kültürel Miras Turizmi ve Motivasyonları. E. Tören içinde, *Kültür Turizmi Motivasyonları* (s. 7-24). Ankara: Gazi Kitabevi.
- Uygur, S. M. ve Baykan, E. (2007). Kültür Turizmi ve Turizmin Kültürel Varlıklar Üzerindeki Etkileri. *Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi* 2, 30-49.
- Uysal, M. ve Hagan, L. (1993). Motivation of pleasure travel ve tourism. *Encyclopedia of Hospitality ve Tourism* 21, 798-810.
- Uysal, M. ve Jurowski, C. (1994). Testing the push ve pull factors. *Annals of Tourism Research*, 21(4), 844-846.
- Wang, C. (2016). University Students' Travel Motivation, Memorable Tourism Experience ve Destination Loyalty for Spring Break Vacation. Doctoral dissertation. Auburn University.
- Wilkoszewski. (2010). Dönüşmekte olan Siyasi Kimlikler: Türkiye'deki Doğu Türkistan-Uygur Diasporası. Ç. M. Ed: B. Pusch ve T. Wilkoszewski içinde, *Türkiye'ye Uluslararası Göç* 7 (s. 251-280). İstanbul: Kitap Yayınevi.
- Yıldırım, İ., Deniz, G. ve Dalkılıç, F. (2022). Kültürel Miras Turizmi Kapsamında Yapılan Yayınların Bibliyometrik Analizi. L. Altnay, O. M. Karatepe ve M. Tuna içinde, *Daha İyi Bir Dünya İçin Turizm Sayı* 2 (s. 1-16). Florida: University of South Florida (USF) M3 Publishing.