



Turizm alanında yayımlanan kitapların disiplinler arası perspektiften incelenmesi

An interdisciplinary examination of books published in the field of tourism

Ebru DÜŞMEZKALENDER^{1*} (orcid:0000-0001-6197-1394)

¹Eskişehir Osmangazi Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü, Eskişehir, Türkiye

Özet

Amaç: Turizmin insan odaklı, emek yoğun ve çok boyutlu yapısı diğer akademik disiplinlerle olan ilişkisini güçlendirmekte ve disiplinler arası çalışmaların sayısının artmasına katkı sağlamaktadır. Bu çalışmada turizm alanında yayımlanmış olan kitapların disiplinler arası bağlamda incelenmesi amaçlanmaktadır.

Yöntem: Araştırma kapsamında turizm alanı; gastronomi ve mutfak sanatları, turizm işletmeciliği, turizm/turist rehberliği ve rekreasyon yönetimi gibi alt alanlar çerçevesinde değerlendirilmiştir. Araştırma nitel yöntemle tasarlanmış, veriler doküman incelemesi yoluyla toplanmıştır. Elde edilen veriler betimsel analiz ve bibliyometrik analiz teknikleri kullanılarak incelenmiştir. Bu kapsamda ilgili yayınevinin internet sitesinden turizm alanındaki kitaplara ulaşılmış ve söz konusu kitaplar belirlenen kriterler doğrultusunda analiz edilmiştir.

Bulgular: Araştırma bulgularına göre, turizm alanında yayımlanmış kitap sayısının yıllar itibarıyla artış gösterdiği tespit edilmiştir. Kitapların editörlü veya yazarlı olma durumları arasında belirgin bir fark bulunmamakla beraber, yazarlı kitap sayısının daha fazla olduğu görülmüştür. Ayrıca gastronomi ve mutfak sanatları ile turizm işletmeciliği alanlarında yayımlanan kitapların, diğer turizm alt alanlarına kıyasla daha fazla olduğu belirlenmiştir. Yayımlanan turizm kitaplarının ağırlıklı olarak işletme, pazarlama, bilişim teknolojileri, çevre, psikoloji, sosyoloji, ekonomi, sağlık gibi akademik disiplinlerle ilişkili olduğu saptanmıştır. Buna karşın sanat, hukuk, tarih, eğitim gibi akademik disiplinlerle ilişkili turizm kitaplarının diğer alanlara göre daha sınırlı sayıda olduğu görülmüştür.

Tartışma: Turizm alanının birçok farklı disiplinle ilişkili olduğu ve bunun turizm literatürüne yansıdığı görülmüştür. Araştırmanın yalnızca tek bir yayınevinin yayınlarıyla sınırlandırılmış olması önemli bir kısıt olarak değerlendirilmekle birlikte elde edilen bulguların, turizm alanındaki disiplinler arası eğilimlerin anlaşılmasına katkı sunduğu ve gelecekte gerçekleştirilecek araştırmalar için yol gösterici nitelikte olduğu düşünülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Turizm Literatürü, Turizm İşletmeciliği, Gastronomi, Turizm

Abstract

Purpose: The human-centered, labor-intensive, and multifaceted nature of tourism strengthens its relationship with other academic disciplines and contributes to an increase in the number of interdisciplinary studies. This study aims to examine published books in the field of tourism within an interdisciplinary context.

Design/methodology/approach: Within the scope of the research, the field of tourism was evaluated within the framework of sub-fields such as gastronomy and culinary arts, tourism management, tourism/tourist guiding, and recreation management. The research was designed using a qualitative method, and data were collected through document analysis. The obtained data were analyzed using descriptive analysis and bibliometric analysis techniques. In this context, books in the field of tourism were accessed from the relevant publisher's website, and these books were analyzed according to the determined criteria.

Results: According to the research findings, it was determined that the number of published books in the field of tourism has increased over the years. While there was no significant difference between books being edited or authored, it was observed that the number of authored books was higher. Furthermore, it was determined that the number of books published in the fields of gastronomy and culinary arts and tourism management was higher compared to other sub-fields of tourism. Furthermore, it was found that published tourism books are predominantly related to academic disciplines such as business, marketing, information technology, environment, psychology, sociology, economics, and health. In contrast, tourism books related to academic disciplines such as art, law, history, and education were found to be more limited compared to other fields.

* Sorumlu yazar: earslaner@ogu.edu.tr

DOI: 10.33083/joghat.2026.652

Discussion: It was found that the field of tourism is related to many different disciplines, and this is reflected in the tourism literature. While the limitation of the research to publications of only one publishing house is considered a significant constraint, it is believed that the findings contribute to understanding interdisciplinary trends in tourism and will be guiding for future research.

Keywords: Tourism Literature, Tourism Management, Gastronomy, Tourism

Giriş

Turizm günümüzde insanların çok farklı amaçlarla gerçekleştirdikleri ve çok sayıda farklı faaliyeti kapsayan bir olgudur. Seyahat eden ve turizm faaliyetlerine katılan insanların gün geçtikçe artış göstermesi turizmin sosyal, ekonomik, kültürel etkisini artırmış ve turizme çok boyutlu bir alan olma özelliği kazandırmıştır. Yaşanan gelişmeler ve tüketicilerin değişen beklentileri turizm faaliyetlerini daha geniş bir perspektiften incelemeyi gerekli kılmıştır. Turizmin sadece gelir getiren boyutuyla değil, farklı insan gruplarının etkileşim halinde olduğu çok kapsamlı ve çok boyutlu bir yapıda değerlendirilmesinin gerekliliği de ortaya çıkmıştır.

Turizm, temelinde insan unsurunu barındırması ve çok boyutlu bir yapıya sahip olması nedeniyle işletme, ekonomi, hukuk, sosyoloji ve psikoloji gibi insan ve toplum odaklı birçok disiplinle yakın ilişki içerisinde. Bu yönüyle turizm, disiplinler arası bir araştırma alanı ve çok disiplinli bir olgu olarak değerlendirilmektedir (Rozycki ve Korbiel, 2022: 142). Örneğin psikoloji; davranış, duygu, düşünce, tutum, algı ve motivasyon gibi bireysel ve sosyal süreçleri inceleyen bir bilim dalı olarak turizm alanıyla güçlü bir etkileşim içerisinde. Turizm çalışanlarının ve turistlerin davranışlarının, beklentilerinin ve motivasyonlarının anlaşılması, psikoloji biliminin sunduğu kuramsal ve yöntemsel yaklaşımlardan yararlanılmasını gerekli kılmaktadır. Bu doğrultuda çalışan davranışları, turist motivasyonları ve turizm işletmelerindeki performansın belirleyicileri gibi konuların açıklanmasında psikolojik yaklaşımlar önemli bir rol oynamaktadır. Nitekim turizm literatüründe bu konulara odaklanan çok sayıda araştırma bulunmaktadır (Açıkgöz ve Saltık, 2025; Shehawy, 2022; Khan, Khan, Moin ve Pitafi, 2021; Gürdoğan ve Yavuz, 2013). Turizmin disiplinler arası yapısı yalnızca psikoloji ile sınırlı değildir. Turizm araştırmaları sosyoloji (Cohen ve Cohen, 2019; Polat ve Polat, 2016; Mantecon ve Huete, 2011; Wickens, 2002), pazarlama (Kee, Sirajudeen, Hizer, Nasir ve Rau, 2024; Kunt ve Hassan, 2021) ve çevre çalışmaları (Sharpley, 2020; Saarinen, 2006) gibi farklı bilim alanlarıyla da yoğun etkileşim içerisinde. Ayrıca ekonomi, bilişim teknolojileri, sanat, edebiyat, sağlık ve spor gibi çeşitli disiplinler de turizm araştırmalarına konu olmakta ve turizm alanının gelişimine katkı sağlamaktadır. Bu durum, turizmin farklı disiplinlerden beslenen ve aynı zamanda bu disiplinlere katkı sunan dinamik bir araştırma alanı olduğunu göstermektedir.

Turizmin farklı disiplinlerle olan yoğun etkileşimi hem araştırma konularının çeşitlenmesine hem de turizm eğitiminin dönüşümüne yansımıştır. Özellikle 2010 yılı sonrası turizm alanında eğitim-öğretim faaliyeti yürüten yükseköğretilerin fakülteye dönüştürülmesi, turizm akademisinin kurumsal gelişiminde önemli bir dönüm noktası olmuştur. Bu dönüşümle birlikte fakültelerde Turizm İşletmeciliği, Turist Rehberliği, Rekreasyon Yönetimi ve Gastronomi ve Mutfak Sanatları bölümleri yaygınlaşmış, bu alanlarda yürütülen akademik çalışmaların sayısı da artmıştır. Turizm eğitimi ve araştırmalarındaki bu gelişmeler turizmin disiplinler arası boyuttaki görünürliğini de olumlu etkilemiştir. Her ne kadar daha önceki çalışmalarda turizmin işletme, pazarlama, ekonomi, psikoloji, sosyoloji ve benzer disiplinlerle ilişkileri çeşitli bağlamlarda incelenmiş (Zhu, Yu, Airey ve Zhang, 2025; Vargas-Sanchez, 2018; Font ve McCabe, 2017; Skavronskaya vd., 2017) olsa da; turizmin disiplinler arası gelişimin bütüncül şekilde incelendiği çalışmalar sınırlı kalmıştır. Ayrıca turizm alanındaki akademik gelişimin eğitim ve yayıncılık faaliyetlerine nasıl yansıdığı kitaplar üzerinden incelendiği araştırmaların da oldukça sınırlı olduğu görülmüştür. Bu doğrultuda çalışma, turizm alanında yayımlanmış kitapları inceleyerek, turizmin hangi akademik disiplinlerle ilişkilendirildiğini ve bu ilişkilerin hangi disipline ne düzeyde yansıdığını ortaya koymayı amaçlamaktadır. Bu yönüyle araştırmanın turizm literatüründeki disiplinler arası eğilimlerin anlaşılmasına katkı sağlaması, alanın gelişim seyrine ışık tutması ve gelecekte gerçekleştirilecek çalışmalar için araştırmacılara yol gösterici olması beklenmektedir.

Kavramsal Çerçeve

Turizm

Turizme ilişkin net ve herkes tarafından kabul edilen bir tanım olmamasıyla birlikte, Tribe (1997) turizmi anlamak için turizme geniş bir perspektiften bakmak gerektiğine vurgu yapmaktadır. Yazar turizm ile bağlantılı tanımlarda ortaya çıkan bazı temel boyutları motivasyon (seçim, memnuniyet, pazarlama, etkileşim), turist (ulaşım, konaklama, yerel halkla iletişim), ev sahibi topluma yönelik algılar (turizmin ölçülmesi, planlama ve politika) ve turist ağırlayan ülkeye yönelik algılar (ekonomik, sosyal, kültürel) şeklinde gruplandırmaktadır. Türk Dil Kurumu (TDK) (2026a) turizmi; dinlenme, eğlenme, görme ve tanıma gibi

amaçlarla yapılan çalışmaların tümü olarak tanımlarken; Gül (2021: 8), para kazanma amacı olmaksızın bir yerden başka bir yere görmek, eğlenmek, dinlenmek amacıyla belirli bir süreliğine gidip geçici bir süre kalıp sonra geri dönmek şeklinde tanımlamaktadır. Çallı (2015: 137) da turizmin tanımları konusunda sürekli yaşanan yer dışına çıkılması, en az bir gün süreyle gerçekleşmesi ve para kazanma amacı olmaması gibi hususları içermesi gerektiğine dikkat çekmektedir.

Turizm tek boyutlu bir yapı olmayıp, çok yönlü değerlendirilmesi gereken karmaşık bir sistemdir. Turizm, turizm eylemiyle bağlantılı her şeyi kapsadığı için, seyahat başlangıcı ve sonrası süreçlerde birçok paydaşın katılımı ve desteğiyle ilgilidir. Bu anlamda turizm sadece turistlerin gerçekleştirdikleri bir seyahat eyleminden ibaret değildir. Kültür ve Turizm Bakanlığı, İl Kültür Turizm Müdürlükleri, turistler, yerel halk, üniversiteler, yerel otoriteler, turist rehberleri, turizm işletmeleri, yiyecek içecek işletmeleri, rekreasyon işletmeleri gibi çok sayıda paydaşın etkileşim içinde olduğu çok yönlü ve karmaşık bir sistemdir denilebilir. Turizmin bu çok boyutlu yapısı onun disiplinler arası bir alan olduğunun göstergesi olmakla birlikte, bu karmaşık ilişki ağı içinde paydaş ilişkilerinin anlaşılması ve yönetilmesi sürecinde farklı bilim alanlarından yararlanılmasını gerekli kılmaktadır. Bu bağlamda turizm çeşitli disiplinlerin bilgi birikiminden yararlanan çok disiplinli bir araştırma alanıdır denilebilir. Örneğin coğrafya, bir turistik destinasyonun fiziki ve beşeri özelliklerinin incelenmesine katkı sağlarken, tarih disiplini turizm için çekicilik unsuru olan tarihi yapıların anlaşılması ve yorumlanmasına imkân tanımaktadır. Eğitim bilimleri, turizm alanında nitelikli insan gücü yetiştirmeye, psikoloji ise turizm çalışanlarının ve turist davranışlarının anlamlandırılmasına katkı sağlamaktadır. Diğer taraftan yerel halk ve yerel halk-turist ilişkisinin çözümlenmesi noktasında da turizm, sosyoloji alanından beslenmektedir. Bu noktada turizmin pazarlama, coğrafya, antropoloji, hukuk, sosyoloji, ekonomi, psikoloji, davranış bilimleri, işletme bilimi, siyaset bilimi, çevre bilimleri, eğitim gibi çok sayıda akademik disiplinle ilişkili ve çok disiplinli bir yapıda olduğu söylenebilir.

Turizm ve Psikoloji

Psikoloji; davranışın ve zihinsel deneyimin doğasını, işlevlerini ve olgularını inceleyen bir bilim dalıdır (Colman, 2004: 1). Kişiyi fiziksel ve psiko-sosyolojik olarak her açıdan ele almaktadır (Çam ve Çelik, 2022: 21). Bireyler psikoloji sayesinde, hem kendisinin hem de başkalarının duygu, düşünce ve davranışlarını anlamlandırabilirler. Psikolojide insan davranışları incelenirken, biyolojik, sosyal ve psikolojik özellikler gibi insan davranışlarına yön veren birçok unsur bir bütün olarak ele alınmaktadır. Yani psikoloji sadece içsel zihinsel deneyimlerle değil, fiziksel davranışlarla da ilgilidir (Colman, 2004: 1-2). Bu fiziksel ve zihinsel süreçlerin açıklanması ve yorumlanması noktasında psikoloji; kişilik, algı, tutum, davranış, motivasyon, gruplar, iletişim, çatışma gibi konulardan yararlanmaktadır.

Psikolojinin temel kavramları arasında yer alan algı, tutum, güdüleme, benlik, kişilik, yaşam tarzı ve öğrenme gibi kavramlar hem turisti hem de turizm çalışanlarını anlamada çok önemlidir. Turizmin odak noktası olan psikolojik tatmin arayışı, turizm ile ilgili inceleme ve araştırmalarda psikoloji alanının hemen her noktasında fayda sağlamaktadır (Yıldırım ve Bozkurt, 2022: 57). Çünkü odağında insan olan bir sektörde insan davranışlarını açıklamanın yolu psikolojik süreçlerden geçmektedir. Bir turizm işletmesinde zor çalışma şartlarında çalışanların psikolojik dayanıklılığın tespiti de, bir liderin liderlik etme biçimi de psikolojiyle açıklanmaktadır. Yani bir noktada hem psikolojinin hem de turizmin odak noktası insandır. Bu noktada turist davranışı, çalışan davranışı, yönetici davranışı gibi birçok konu turizm ve psikoloji ilişkisi kapsamında değerlendirilmektedir.

Turizm ve Ekonomi

Ekonomi kıt üretim faktörlerinin çeşitli mal ve hizmetlerin üretiminde kullanılmak üzere seçilip, tüketim amacıyla toplum bireyleri arasında nasıl dağıldığının incelenmesidir (Ünlüönen, Tayfun ve Kılıçlar, 2007: 2). Turizm ekonomisi ise, insanların turistik ihtiyaçlarını karşılamaya yönelik yaptıkları çabalar bütünüdür (Bilgiçli ve Altınkaynak, 2016: 562). Genel anlamda bakıldığında ekonomi; talep, arz, gelir, gayri safi milli hasıla, piyasalar, kârlılık, verimlilik, üretim, tüketim gibi birçok konuyu kapsamaktadır (Ünlüönen vd., 2007). Ekonomi ve turizmin bu konular kapsamında birçok kesişme noktası bulunmaktadır. Turizmin ekonomik etkileri istihdam, gelir, dış ödemeler dengesi, bölgesel kalkınma, enflasyon, vergilendirme konularına yansımaktadır (Roney, 2011). Özellikle turistik talep, turistik arz, turizm gelirleri, gayrisafi milli hâsıla gibi konular ekonomi-turizm ilişkisini en iyi şekilde anlatan başlıca konulardır.

Turizm birçok çalışmada, araştırmacılar tarafından ekonominin sürekli gelişen dinamik bir alanı olarak değerlendirilir ve birçok bölgenin ekonomik kalkınması için önemli kabul edilir (Rozycki ve Korbiel, 2022: 143). Turizmin en önemli olumlu etkilerinden biri turist harcamalarından elde edilen gelirlerdir. Döviz girdisi

sağlayan ve ödemeler dengesine katkı sunan turizm, istihdam olanaklarıyla da ulusal ve uluslararası ekonomiyi canlandıran önemli bir sektördür. Turizm ülkelerin ekonomik olarak zorlandığı dönemlerde önemli bir girdi avantajı sağlar, dış ticaret açığını kapatır, işsizliğe ve enflasyona olumlu katkı sağlayabilir. Turizm-ekonomi ilişkisinde, turizmin olumlu ekonomik etkileri bunlarla sınırlı değildir ve bu iki alanın ilişkisi çok boyutludur. Turizm alanında yapılan bir yatırımın, yapımından hizmet verme aşamasına kadar her noktada turizmin gelir getirici rolü vardır ve bu ekonomiye katkı sağlamaktadır. Ayrıca çarpan etkisinin yüksek olduğu turizm sektörü, birçok farklı sektörle işbirliği içinde olduğu için farklı alanlara da istihdam ve gelir olanağı sağlamaktadır.

Turizm ve ekonomi ilişkisi zaman zaman turizmin olumsuz etkileri bağlamında da açıklanmaktadır. Turizme ve turizm gelirlerine aşırı derecede bağlılık bazı ülkeler için önemli bir sorun haline gelebilmektedir. Özellikle kriz dönemlerinde turizm sektörü zarar görebilmekte ve büyük oranda gelir kaybı yaşanmaktadır. Diğer taraftan son dönemlerde turizmin olumlu ekonomik etkisi aşırı turizm hareketine bağlı olarak yerel halk için kira artışı ve hayat pahalılığı şeklinde olumsuz bir etkiye de dönüşebilmektedir.

Turizm ve Sosyoloji

Sosyoloji, toplum ve toplumları meydana getiren insan gruplarının davranışlarını bilimsel bir bakış açısıyla inceleyen disiplindir (Çam ve Çelik, 2022: 21). Günümüz sosyolojisi, felsefi ve teorik dayanakları ile ampirik öncelikleri açısından son derece çeşitlidir. Bu alan gerçekleri ararken, hem varlıkları kavramsallaştıran hem de sınırları ortadan kaldıran, toplumsal düzenin ilkelerini araştırmaktan toplumsal dönüşümleri incelemeye doğru evrilen bir yapıdadır (Cohen ve Cohen, 2019: 153).

Son dönemlerde ise turizm gibi konular sosyolojik ilginin merkezine daha fazla yerleşmeye başlamıştır. Turizmin marjinal bir konudan öte sosyolojik bir konu olarak görülmeye başlanması ve uzmanlık alanı olarak incelenmesi 1970'li yıllarda Cohen'in (1972) tipoloji makalesi ve MacCannell'in (1973) ilk teorik senteziyle ortaya çıkmıştır. 1970'lerden sonra ise hızla büyümüş ve farklı makalelerde incelenmiştir (Cohen, 1984: 374). Sosyolojik bir olgu olarak turizm, daha önce hiçbir yerde karşılaşmamış iki insanın karşılıklı olarak yüz yüze gelmesi ve etkileşimde bulunmasını ifade etmektedir. Grup düzeyinde ele alınırsa farklı iki grubun, ulusun veya kültürün bir arada etkileşim halinde olması şeklinde açıklanabilir (Gül, 2021: 9). Başka bir tanımla turizm sosyolojisi, turistik hareketlerin hem turistler hem de yerel halk üzerine olan nihai etkilerini belirlemeye çalışan bir disiplindir (Yazgan, 2022: 37).

Turizm-sosyoloji ilişkisi önceleri daha çok özgünlük ve turist bakışı gibi sınırlı teorik perspektifle değerlendirilirken; şimdilerde bu ilişkiye daha modernist ve post modernist bir bakış açısıyla bakılmaktadır (Cohen ve Cohen, 2019: 153). Turizm-sosyoloji ilişkisi içinde turistik destinasyonlarda toplumsal yapı, toplumsal tabaka, turistik destinasyon yaşam modelleri, sosyoloji temelli kuramlar, turist profilleri, yerel halk-turist etkileşimi, turizmin olumlu-olumsuz etkileri, farklı turist kültürleri, turistik toplum özellikleri, toplumsal önyargı ve kalıp yargılar gibi konular ele alınmaktadır (Avcıkurt, 2015). Son teorik gelişmeler ise turizm araştırmalarında, duysal deneyimler, maddiyet, cinsiyet, etik, kimlik ve turizm teorilerininin felsefi boyutları gibi yeni sosyolojik temelli konular üzerine çalışıldığına dikkat çekmektedir (Cohen ve Cohen, 2019: 153). Bu durum turizm sosyoloji ilişkisine artık çok boyutlu bakıldığını da göstermektedir.

Turizm ve Coğrafya

İnsan ve mekân arasındaki karşılıklı ilişkileri inceleyen coğrafya (Bilgili ve Kocalar, 2020: 149) çok eskilerden beri insanların dikkatini çekmekte ve turizmle bağlantılı kabul edilmektedir. Turizm kültürden ve coğrafyadan etkilenmekte, coğrafyayı ve kültürü de etkilemektedir. Son yıllarda turizmin çeşitli yönlerini ele alan turizm coğrafyası, beşeri coğrafya içinde önemli yer edinmeye başlamıştır. Turizm coğrafyası ile ilgili araştırmalar da artış göstermiştir (Emekli, 2006: 56).

Turizmin en önemli çekicilik özelliği coğrafyaya dayanmaktadır. Bölgelerin coğrafi özellikleri, doğal yapısı, daha özelden bölgedeki denizler, dağlar, vadiler, diğer doğal oluşumlar turistler için çekim alanlarıdır. Bölgenin bu coğrafi özellikler açısından zengin bir kaynağa sahip olması, o bölgeyi turizm anlamında da önemli bir noktaya taşımaktadır. Diğer taraftan farklı coğrafyalarda farklı kültürlerin varlığı da son dönemlerde turistler için önemli bir çekicilik unsuru haline gelmiştir. Bir bölgeye ait kılık kıyafetler, el sanatları, yemekler, güzel sanatlar ile ilgili eserler hem kültürel coğrafi görünümün bir parçası hem de kültür, turizm ve coğrafyanın kesiştiği noktalar (Emekli, 2006: 53).

Turizm ve Hukuk

Turizm faaliyetlerinin her paydaŖ için güvenli, sürdürülebilir ve adil bir Ŗekilde yürütülmesi için hukuka ihtiyaç vardır. Turistler, yerel halk, turizm iŖletmeleri, yerel otoriteler, kamu otoriteleri turizm endüstrisinin yapı taşlarındandır ve bu karmaŖık paydaŖ yapısının belirli bir mevzuat dâhilinde yönetilmesi ve yürütülmesi esastır. Turizmi TeŖvik Kanunu, Seyahat Acentaları ve Seyahat Acentaları Birliği Kanunu, Turist Rehberliği Mesleği Kanunu, Milli Parklar Kanunu, Paket Tur Sözlüşmeleri Yönetmeliği, Deniz Turizmi Yönetmeliği gibi rehber, tüketici, iŖletmeci, turist gibi sektörün farklı paydaŖlarını koruma altına alan birçok kanun ve yönetmelik bulunmaktadır.

Tüketici ve iŖletme haklarının korunması, iŖletmelerin denetim faaliyetlerinin yürütülmesi, gerekli belgelerin verilmesi, kültürel varlıkların korunması gibi birçok konu da hukuki düzenlemelere tabidir. Son dönemlerde artan uluslararası turizm hareketliliğiyle birlikte vize uygulamaları, karŖılıklı sözleşmeler, turizm iŖletmeleri-tüketici uyumsuzlukları, diplomatik iliŖkiler ve kişisel verilerin korunması konularında hukukun önemi daha da artmıştır. Turizm mevzuatında önem kazanan konulardan birisi de tüketicinin korunmasıdır. Turistlerin seyahatleri boyunca karŖılaŖtıkları sorunlara karŖı hakları, 6502 sayılı kanun ile güvence altına alınmıştır. Çevre ve doğal hayatın korunmasına iliŖkin konularda turizm mevzuatının üzerinde durduğu önemli konulardandır (Yayla, 2023: 1286).

Turizm ve Pazarlama

Pazarlama, mal ve hizmetlerin üreticiden tüketiciye kadar olan akıŖını sağlayan çeŖitli eylemlerdir. Bu tanıma göre pazarlama sürecinin, mal ve hizmetlerin üretiminden sonra baŖladığı ve müşterinin eline geçmesinden sonra sona ereceği düşünölmektedir. Ancak modern pazarlama anlayıŖına göre, pazarlama daha geniŖ kapsamda değerlendirilmelidir. Üretim aŖamasından önce baŖlayıp, üretim aŖaması sonrası süreçleri de kapsamaktadır (Meydan Uygur, 2007: 3). Bu doğrultuda daha geniŖ kapsamda bir tanımla pazarlama iŖletmenin, müşteri ile ilgili olan kaynakları, politikaları ve faaliyetlerini analiz etme, organize etme, planlama ve kontrol etme sürecidir; bu süreç seçilen müşteri grubunun ihtiyaç ve isteklerini kârlı bir Ŗekilde karŖılamayı amaçlamaktadır (Kotler, 1967: 12). Turizm pazarlaması ise, turizm sektörünün pazarlanma sürecidir (İnce, Gül ve Bozyiğit, 2017: 115).

Turizm ve pazarlama konusu birçok noktada kesiŖmektedir. Pazarlama sürecinde olduğu gibi, turistik ürünlerin ve hizmetlerin tüketiciye ulaŖtırılması, tanıtımının yapılması, tüketim sonrasındaki müşteri memnuniyeti gibi konular turizm ve pazarlamanın ortak konusudur. Örneğin bir turist seyahati boyunca bir deneyim yaşamaktadır. Bu turistik deneyimden duyulan memnuniyet veya memnuniyetsizlik pazarlamanın da konusudur. Bu örnek, pazarlama-turizm iliŖkisinin yalnızca bir boyutunu oluŖturmaktadır. Turistik ürün ve hizmetlerin reklam ve tanıtımının yapılması, halkla iliŖkiler faaliyetlerinin yürütülmesi, müşteriye satıŖ öncesi ve sonrası destek sağlama, dijital mecralardan yapılan turistik ürün ve hizmet satıŖları gibi birçok konuda da turizm-pazarlama iliŖkisi görölmektedir. Diğer taraftan satın alınan turistik ürünler hem satın alım öncesi hem de satın alım sonrası bir turistin pazarlama süreci deneyimini anlatmaktadır. Bu nedenle pazarlama, turistik ürün ve hizmetlerin baŖarılı bir Ŗekilde sunulmasında önemli bir rol oynamaktadır.

Turizm ve Çevre

Çevre bilimleri ve turizmin en önemli kesiŖim noktası Ŗüphesiz ki son zamanlarda sıklıkla araŖtırmalara konu olan sürdürülebilirliktir. Doğal kaynakların bilinçsiz kullanımından kaynaklı sürdürülebilirlik kavramı, her alanda olduğu gibi turizm alanında da önemli görölmektedir. Sürdürülebilir turizm; tüm turizm çeŖitlerinin planlama, geliŖtirme, uygulamalarındaki felsefedir (Pelit, Baytok ve Soybalı, 2015: 40). BaŖka bir anlatımla, sürdürülebilir turizm; gelecekteki fırsatları koruyup geliŖtirirken, bugünkü turistlerin ve turistik destinasyonların gereksinimlerini karŖılayacak turizm olarak tanımlanmaktadır (Roney, 2011: 122).

Turizmde sürdürülebilirliğin sağlanması çevre kirliliği ve diğer sorunlar karŖısında daha duyarlı davranabilmeye bağlanmaktadır. Var olan kaynakların sürdürülebilir Ŗekilde kullanılmaması kaynakların daha sonraki nesiller için kullanımını kısıtlayarak, o çevreyi turistik cazibe merkezi olmaktan hızla uzaklaŖtırmaktadır. Bu anlamda turizme konu olan bir çekim alanının çevresel manada nasıl korunduğu, nasıl sürdürülebilir Ŗekilde yönetildiği turizm açısından önem taşımaktadır. Diğer taraftan turizm faaliyetleri de doğal çevreyi etkileyebilmektedir. Denizler, ormanlar, göller, milli parklar, korunan alanlar turistik cazibe merkezleridir. Çevre bilimleri bu alanların korunması, bu alanlarda eko sistemin nasıl iŖledięinin araŖtırılması, bu alanların kontrol edilmesi ve yönetilmesi konusunda çalışmaktadır. Turizm araŖtırmaları ise bu alanların nasıl sürdürülebilir Ŗekilde ziyaretçi ağırlayacağını ya da bu alanlardaki ziyaretçi memnuniyetini araŖtırmaktadır.

Çevre bilimleri ve turizmin kesişim noktalarından biri de iklim değişikliğidir. Havaaların ısınması, buzulların erimesi, deniz seviyesinin yükselmesi gibi birçok husus farklı alternatif turizm türlerini doğrudan etkileyebilmektedir. Bu alanlardaki çevresel değişimler direkt olarak turist sayısında azalmaya sebebiyet vermektedir. Kar yağışının azalması kış turizmini etkileyebileceği gibi, sıcaklığın aşırı artması da deniz turizmini ve kültür turizmini etkileyebilmektedir. Bu noktada çevre bilimleri araştırmacıları ve turizm araştırmacıları ortak hareket ederek bu sorunlara çözüm üretmektedir.

Turizm ve Eğitim

Eğitim; okul içinde ve dışında gençlerin toplum yaşantısında yerlerini almak için gerekli olan, bilgi, beceri ve anlayış elde etmelerine, kişiliklerini geliştirmelerine doğrudan ve dolaylı olarak yardım etmektir (TDK, 2026b). Lisans düzeyinde turizm eğitiminin amacı da, turizm sektörüne bilgili, yabancı dil bilen, uzman bireyler yetiştirmektir. Daha açık ifadeyle, turizm eğitimi veren kurumlar sektörde faaliyet gösteren işletmeler için yönetici ve yönetici adayları yetiştirmeyi amaçlamaktadır (Akoğlan Kozak, 2009: 2). Yüksekokul ve fakültelerde turizm eğitimi alan öğrenciler alanında yetkin bir turizmci olarak çalışma hayatına atılmaktadır. Turizm emek yoğun ve hizmete dayalı bir sektör olup büyük ölçüde çalışanların bilgi, beceri ve uzmanlığına dayanmaktadır. Elbette bu noktada turizmde eğitimin önemine vurgu yapmak gerekmektedir.

Türkiye’de turizm alanında eğitim-öğretim amacıyla kurulan ilk akademik kurum Ankara Ticaret ve Turizm Yüksek Öğretmen Okulu’dur. 1955 yılında Sekreterlik Öğretmen Yerleştirme Merkezi adıyla kurulan okul, aynı yıl Ticaret Öğretmen Okulu, daha sonra da Ticaret Yüksek Öğretmen Okulu adını almıştır. 1965 yılında okula turizm şubesinin de eklenmesiyle birlikte Ankara Ticaret Turizm Yüksek Öğretmen Okulu adıyla 4 yıllık eğitim veren bir kurum olarak faaliyetine devam etmiştir. İlerleyen yıllarda Türkiye’nin çeşitli illerinde lisans eğitimi için özellikle 1990’lı yıllarda birçok yüksekokul eğitim öğretime başlamıştır. 2000’li yıllarda sayısı 50 üzeri olan yüksekokullar, 2010 yılından sonra Turizm Fakültesi adı altında tekrar şekillenmeye başlamıştır. Turizm Fakülteleri bünyesinde Turizm İşletmeciliği, Turist Rehberliği, Rekreasyon Yönetimi ve Gastronomi ve Mutfak Sanatları bölümleri kurulmuştur (Kozak, 2020b).

Turizm Fakültelerinde yaşanan bu dönüşüm süreci eğitim bilimleri ile turizm sektörü arasındaki organik bağın göstergesidir. Özellikle uygulamalı eğitimde istihdam odaklı müfredat ve eğitim planlaması, emek yoğun ve insan odaklı turizm sektöründe ihtiyaç duyulan eğitimli işgücünün sağlanması konusunu sistematik bir forma dönüştürmektedir. Sonuç olarak, turizm sektöründe eğitimli işgücü nasıl yetişir sorusuna eğitim bilimleri bilimsel bir nitelikte cevap bulmaktadır.

Turizm ve İşletme

Turizm ve işletme arasındaki ilişki hem teorik hem de uygulamalı alan olarak ele alınabilir. Turizm çok karmaşık ve çok boyutlu bir yapıya sahip olmasıyla birlikte, turizm sektörü için turizm işletmeleri önemli yer tutmaktadır. Turizm işletmelerinin ekonomik ve beşeri faaliyetlerinin yürütülmesi noktasında işletme biliminin teorik bilgisinden ve fonksiyonlarından yararlanılmaktadır. Bireylerin seyahatleri boyunca ortaya çıkan konaklama, yeme içme, eğlence ve buna benzer birçok ihtiyacı karşılamak üzere gereken mal ve hizmetleri üreten, pazarlayan, sunan ve ülke ekonomisine katkı sağlayan turizm işletmeleri (Ak ve Soybalı, 2021: 24) faaliyetlerini sürdürebilmek için işletme biliminin yönetim, pazarlama, finans, muhasebe, insan kaynakları, üretim yönetimi gibi fonksiyonlarından beslenmektedir. Özellikle yoğun rekabet ortamında turizm işletmeleri faaliyetini sürdürebilmek, verimliliğini artırmak, müşteri memnuniyeti sağlamak, kaynakları verimli kullanmak ve hızlı değişen çevresel koşullara uyum sağlamak için işletme biliminin ilke ve yöntemlerinden faydalanmaktadır. Bu bağlamda işletme bilimi, turizm işletmelerinin daha planlı, programlı, daha sürdürülebilir bir şekilde faaliyetine devam etmesi noktasında rehberlik etmektedir.

Turizm ve Sağlık

Sağlık ve turizm arasındaki ilişki insanların fiziksel ve ruhsal sağlığını iyileştirmek ve korumak anlamında yaptığı seyahatler noktasında ortaya çıkmaktadır. Günlük hayatın dikkat dağıtıcı unsurlarından uzak kalarak; turizm ürün ve hizmetleri kullanan, müşterilerin sağlık ve refahlarını iyileştirmelerine ve korumalarına olanak sağlayan boş zaman, eğlence ve eğitim faaliyetleri olarak tanımlanan sağlık turizmi (Pollock ve Williams, 2000: 165), sağlık ve turizm alanlarının özellikle sağlık turizmi kavramı etrafında birbiriyle doğrudan etkileşim içinde olduğunu göstermektedir.

Son dönemlerde insanların sağlık hizmetlerinden yararlanmak için şehir hatta ülke değiştirmesi sağlık ve turizm ilişkisini daha da güçlendirmiştir. Bazı ülkelerde sağlık hizmet süreçlerinin hızlı yürütülmesi, gelişmiş tıbbi olanaklar, alanında uzman hekimlerin varlığı ve benzer birçok nedenden dolayı insanlar sağlığını

iyileştirmek için seyahat etmektedir. Bu durumda sağlık sektörünün sunduğu hizmetler ile turizm sektörünün sunduğu hizmetlerin bütünleşmesi gerekir. Sadece hastaneler değil SPA Wellness ve rehabilitasyon merkezleri, termal tesisler, dijital detoks merkezleri de hem sağlık hizmeti sunmakta hem de turizm faaliyetlerine katkı sağlamaktadır. Bu yönüyle sağlık sektörü alternatif bir turizm türü olarak turistik ürün çeşitliliğini artırırken, turizm sektörü de konaklama, yeme içme, seyahat konularında sağlık hizmetlerine katkı sağlayarak, ulusal ve uluslararası pazarlara ulaşmada önemli bir rol üstlenmektedir.

Yöntem

Bu çalışmada turizm alanında yayımlanan kitapların disiplinler arası bağlamda incelenmesi amaçlanmaktadır. Araştırma nitel yöntemle tasarlanmış, veriler doküman incelemesi yoluyla toplanmıştır. Araştırmanın veri toplama aşamasında turizm alanında yayımlanmış kitaplar sistematik olarak taranmış ve belirlenen kriterlere bağlı olarak veri seti oluşturulmuştur. Yayımlanan kitaplara Detay Yayınevi'ne ait internet sitesinden ulaşılmıştır. Türkiye'de turizm alanında en çok kitap yayımlayan yayınevi olması (Kozak, 2020a) sebebiyle araştırma verileri elde etmek için Detay Yayınevi seçilmiştir. İlk olarak yayınevinin internet sitesinden turizm alanı seçilerek ilgili kitaplara ulaşılmıştır. Turizm alanında yayımlanmış olması kitap seçimindeki başlıca kriterdir. Farklı dillerde yazılan kitaplar elenmiş, yalnızca Türkçe dilinde yayımlanan kitaplar incelemeye tabi tutulmuştur. Kitaplar incelenirken yayınevinin belirttiği kitap künyelerinden yararlanılmıştır. Yayımlanma tarihi belirtilmemiş kitaplar incelemeye alınmamış olup, 2010 yılı sonrası yayımlanan ve bu kriterlere uyan toplam 665 kitap değerlendirmeye alınmıştır. Araştırma verilerini kaydetmek için Excel dosyası oluşturulmuş, değerlendirme kriterlerine uygun olan her kitap yayınevinin internet sitesinden ulaşılan bilgiler doğrultusunda veri setine dâhil edilmiştir. Kitaplar incelenirken yalnızca yayınevinin yayınlamış olduğu kitap künye bilgileri dikkate alınmıştır. Kitapların içindekiler kısımları da incelenmiş ancak bütün kitaplarda bu bilgilere ulaşılamamıştır. Çalışmada incelenen kitaplar yayın yılı, editörlü veya yazarlı olma durumu, turizmin alt alanları (gastronomi ve mutfak sanatları, seyahat işletmeciliği ve turizm rehberliği, rekreasyon, turizm işletmeciliği) ve bazı disiplinler bağlamında incelenmiştir. Veri analizi için betimsel ve bibliyometrik analiz tekniklerinden faydalanılmıştır. Betimsel analiz kapsamında turizm kitaplarının hangi disiplinlerle ve bu disiplinlerdeki hangi konularla ilişkili olduğu tespit edilmiştir. Bibliyometrik analiz kapsamında ise turizm kitaplarının zaman içindeki gelişimi ortaya konulmuştur.

Bulgular

Çalışmanın bu aşamasında veri analizinden elde edilen bulgulara yer verilmiştir. Turizm alt alanlarının değerlendirilmesi yapılırken; genel/işletmecilik bağlamında turizm, gastronomi ve mutfak sanatları, rekreasyon yönetimi, turizm/turist rehberliği ve seyahat acentacılığı şeklinde bir sınıflandırma benimsenmiş ve değerlendirmeler bu doğrultuda yapılmıştır. Tablo 1'de turizm alanında yayımlanmış kitapların editörlü ve yazarlı olma durumları ele alınmıştır. Kitaplar değerlendirilirken son basım yılları dikkate alınmıştır. Tablo 1'de 2010-2025 yılları arasında yayımlanan turizm kitaplarının dağılımı ve editörlü/yazarlı olma durumları görülmektedir.

Tablo 1. Yıllara Göre Editörlü ve Yazarlı Kitap Sayıları

Yıl	Kitap Sayısı	Editörlü Kitap Sayısı	Yazarlı Kitap Sayısı
2025	54	24	30
2024	79	37	42
2023	82	46	36
2022	72	38	34
2021	79	48	31
2020	57	36	21
2019	46	23	23
2018	48	24	24
2017	33	12	21
2016	37	17	20
2015	21	6	15
2014	19	6	13
2013	16	4	12
2012	11	1	10
2011	4	-	4
2010	7	2	5
Toplam	665	324	341

Tablo 1'e göre, turizm alanında yayımlanan kitap sayısında 2025 yılında bir azalma olsa da genel itibarıyla bir artış olduğu görülmektedir. Kitap sayısındaki artışın özellikle gastronomi ve mutfak sanatları ile genel turizm (turizm işletmeciliği) alt alanlarında olduğu; turist rehberliği ve rekreasyon alanında yayımlanan kitap sayısının ise diğer turizm alt alanlarında yayımlanan kitap sayısına göre daha az olduğu da belirlenmiştir.

Tablo 2'de turizm alanında yayımlanan kitapların iliŒkili oldukları akademik disiplinler ve bu disiplinler kapsamında ele aldıkları konu başlıkları gösterilmektedir. Sınıflandırma sürecinde kitapların başlıkları ve erişilebilen içindekiler bölümleri esas alınmıştır. Bununla birlikte bazı yayınların içindekiler bölümüne ulaşamadığından yalnızca kitap başlıkları dikkate alınarak değerlendirme yapılmıştır. İncelenen yayınlar arasında birden fazla disiplin ve çalışma alanına iliŒkin konuları birlikte ele alan, dolayısıyla disiplinler arası nitelik taşıyan eserler de bulunmaktadır. Örneğin turizm işletmelerinde dijital pazarlama konusunda yayınlanmış bir turizm kitabı, hem pazarlama hem de biliŒim teknolojileri alanlarıyla iliŒkilendirilebilir. Bu tür eserlerin sınıflandırılmasında, kitap başlığı ile yayınevinin resmi internet sitesinde yer alan içerik bilgilerinden yararlanılmış; kitabın ağırlıklı olarak iliŒkilendirildiđi disiplin belirlenerek ilgili kategori altında değerlendirilmiştir. Ancak içerik bilgilerine ulaşamayan yayınlarda, sınıflandırma yalnızca kitap başlıkları dikkate alınarak yapılmıştır.

Tablo 2. Kitaplarda İncelenen Konular ve İlgili Disiplinler

İlgili Disiplin/Alan	Konular
İŒletme (Yönetim Bilimleri)	Yönetim, yöneticilik, işletmecilik, girişimcilik, organizasyon süreci, işletmecilik yapı, süreç, sorunları, çağdaş yönetim teknikleri, insan kaynakları yönetimi, uluslararası işletmecilik, toplam kalite yönetimi, stratejik yönetim, kriz yönetimi, kalite yönetimi, yönetim stratejileri
Pazarlama	Yiyecek içecek pazarlaması, medya, çağdaş pazarlama yaklaşımları, misafir iliŒkileri yönetimi, ürün çeŒtlendirme, turizm pazarlaması, dijital pazarlama, iletiŒim, tanıtım ve satış geliştirme, pazarlama yaklaşımları, dijital pazarlama stratejileri, marka sadakati, müşteri memnuniyeti, hizmet kalitesi, hizmet telafisi, içsel pazarlama, halkla iliŒkiler ve iletiŒim, pazarlamada yeni yaklaşımlar ve turizmde uygulamalar, e-müşteri memnuniyeti, destinasyon sadakati, marka şehirler, konumlandırma, nöro pazarlama, pazarlamada yeni yaklaşımlar, kurumsal iletiŒim, sosyal medya, marka değeri
Coğrafya	Örnek şehirler, yavaş şehirler, Türkiye turizm coğrafyası, iklim dostu şehirler, flora turizmi, aromatik bitkiler, endemik bitkiler, turizm coğrafyası kavramları, gastro coğrafya, gıda coğrafyası
Sosyoloji	Sosyolojik bakış, sosyolojik bakışla turizmde etik vaka analizleri, turizm sosyolojisine yapısal yaklaşım, damak tadı sosyolojisi, yerel halk yaŒamı, mutfak kültürleri, yemek kültürü, küyerelleŒme, sosyolojik yaklaşımlar, kültür, hediyeleŒme kültürü, yeme-içme kültürü, yaŒam kalitesi, sosyal değişim
Psikoloji	Örgütsel adalet, örgütsel güven, örgütsel değerler, kişilik özellikleri, örgütsel iliŒkilerin karanlık/aydınlık yüzü, psikolojik sözleşme, iş tatmini, negatif/pozitif örgütsel davranışlar, amaç karşıtı iş davranışları, işyerinde romantizm, turizm davranışı, iş doyumu, mesleki tükenmişlik, örgütsel özdeşleşme, duygusal bağlılık, iş tatmini, gıda israfı tutumu, işyeri nezaketsizliği, örgütsel davranışta güncel yaklaşımlar, presenteeism, dönüşümcü liderlik
Ekonomi	Kripto para, ekonomik analizler, turizm ekonomisi, rekabet gücü, turizm ve rekabet, iktisat politikaları, kalkınma, turistik talep, turistik talep analizi, turizm ekonomisinde güncel konular
Tarih	Turizm tarihi, destanlar, Bizans tarihi, tarihsel boyutuyla turizm, gastronomi tarihi, yiyecek tarihi, sanat tarihi değerlendirmeleri
Hukuk	Uluslararası hava hukuku, turizm mevzuatı, vize diplomasisi, turizm hukuku, tüketicinin korunması hakkında kanun, hukuki yönleriyle turizm

Eğitim	Örgün turizm eğitimi
Sağlık	İş sağlığı ve güvenliği, termal turizm, sağlık turizmi, medikal turizm, Türkiye ve Dünya’da sağlık turizmi, sağlık turizminde ileri teknolojiler, sağlık turizmi verileri, mindfulness, sağlık turizminde güncel konular, sağlıklı mutfak, sağlık turizminde disiplinler arası yaklaşımlar, sağlık turizmine yönelik stratejiler, wellness turizmi
Çevre Bilimleri	Sürdürülebilirlik, sürdürülebilir kalkınma, sürdürülebilir turizm, ekolojik turizm, sürdürülebilir kavramlar ve uygulamalar, yeşil otelcilik, atık yönetimi, korunan alanlar, tabiat turizmi, sürdürülebilirlik yaklaşımları ve uygulamaları, enerji tasarrufu, sürdürülebilir destinasyon yönetimi, sürdürülebilir mutfak, sürdürülebilir alternatif turizm, çevre yönetimi, yeşil uygulamalar
Turizm (Genel)	Alternatif turizm, gastronomi turizmi, gastronomi rehberliği, lezzet rotaları, moleküler gastronomi, temel mutfak bilimleri, ileri mutfak bilimleri, Türk mutfağı, denizden gastronomiye, dünya mutfakları, yiyecekler, kat hizmetleri uygulamaları, kongre turizmi, her şey dâhil oteller, Türkiye Turizm Ansiklopedisi, özel ilgi turizmi, deniz turizmi, şehir turizmi, seyahat acentacılığı ve tur operatörlüğü, tur yönetimi, turist rehberliği, turist rehberliği mesleği, uluslararası seyahat ve turizm endüstrisi, rekreasyon animasyon, turizmde güncel yaklaşımlar
Diğer (Muhasebe – finans, sanat- edebiyat, bilişim teknolojileri, araştırma yöntemleri, istatistik vb.)	Turizm araştırmalarında örnekleme, turizm ve bilimsel araştırma yöntemleri, edebiyat turizmi, istatistiksel yöntemler, teknoloji ve turizm, acenta programları, otel otomasyon sistemleri, metaverse, dijitalleşme, maliyet analizleri, finansal yönetim, ses ve müzik yönetimi, finansman sorunları, yönetim bilgi sistemleri, akıllı teknolojiler, tabak tasarımı, büyük veri, bilgi teknolojileri

*Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Tablo 2’de, turizm alanının ilişkili olduğu başlıca akademik disiplinler belirlenmiş ve bu disiplinlerin kapsamına giren konular esas alınarak kitap başlıkları değerlendirilmiştir. Her bir kitap ayrı ayrı incelenmiş olmakla birlikte, benzer veya aynı konuya odaklanan çok sayıda kitap bulunması nedeniyle genel bir sınıflandırma yapılmış ve elde edilen bulgular tablo halinde sunulmuştur. Tablo incelendiğinde, turizm alanında yayımlanan kitapların başta genel turizm alanı olmak üzere, yoğunlukla işletme ve pazarlama disiplinleri kapsamında ele alındığı görülmektedir. Buna karşılık, eğitim, hukuk, tarihle ilişkili konulara odaklanan yayımların sayısının diğer disiplinlere kıyasla daha sınırlı olduğu tespit edilmiştir. Bulgular, turizm alanının disiplinler arası niteliğini ortaya koymakla birlikte, incelenen disiplinlerde hem genel turizm konularına hem de turizmin alt alanlarına yönelik yayımlar olduğu da belirlenmiştir. Örneğin, işletme disiplini kapsamında değerlendirilen yönetim konusuna ilişkin yayımlar yalnızca genel yönetim yaklaşımını ele almamakta; aynı zamanda mutfak yönetimi, rekreasyon yönetimi ve benzeri uzmanlaşmış alanlara odaklanan eserleri de içermektedir.

Sonuç

Bu çalışmada turizm bilim alanıyla ilgili yayımlanmış kitapların disiplinler arası bir bakışla incelenmesi amaçlanmıştır. Çalışmada turizm temel alan; gastronomi ve mutfak sanatları, turizm işletmeciliği, rekreasyon yönetimi, turizm/turist rehberliği ve seyahat acenteciliği ise turizmin alt alanları olarak değerlendirmeye tabi tutulmuştur. Çalışmadan elde edilen bulgular, turizm alanında yayımlanan kitap sayısının son on beş yıllık dönemde belirgin bir artış gösterdiğini ortaya koymaktadır. Söz konusu artışın özellikle Turizm İşletmeciliği ile Gastronomi ve Mutfak Sanatları alanlarında yoğunlaştığı belirlenmiştir. Bu durum, yükseköğretim kurumlarında turizm eğitiminin yapısal dönüşümüyle yakından ilişkilidir. Nitekim bu süreçte Turizm İşletmeciliği, Turist Rehberliği, Rekreasyon Yönetimi ve Gastronomi ve Mutfak Sanatları gibi bölümlerin sayısında önemli bir artış yaşanmıştır. İlgili bölümlerin yaygınlaşması, hem eğitim-öğretim faaliyetlerinde kullanılacak kaynaklara duyulan ihtiyacı artırmış hem de bu alanlarda akademik bilgi üretimini teşvik etmiştir. Buna bağlı olarak, söz konusu alt disiplinlere yönelik ders kitapları, yardımcı kaynaklar ve akademik yayımların sayısında kayda değer bir yükseliş meydana gelmiştir. Özellikle gastronomi ve mutfak sanatları ile turizm işletmeciliği alanlarında gözlenen yayın artışı, bu alanların akademik ve sektörel açıdan giderek daha fazla önem kazanmasının yanı sıra, artan öğrenci ve akademisyen talebinin bir sonucu olarak

değerlendirilebilir. Dolayısıyla turizm eğitiminin çeşitlenmesi ve yeni bölümlerin açılması, ilgili alt alanlarda kitap üretiminin artmasında da önemli bir itici güç olmuştur.

Araştırmada turizm alanında yayımlanan kitapların yıllar itibarıyla yayımlanma sayılarına ve bu kitapların editörlü ya da yazarlı olma durumu incelenmiştir. Bu bulguya göre; turizm alanında yayımlanan kitap sayısının genel olarak arttığı ifade edilebilir. Genel turizm kitapları dışında, yayımlanan kitapların daha çok işletme ve pazarlama disiplinleriyle ilgili olduğu görülmüştür. Tarih, eğitim, hukuk gibi disiplinlerle ilgili yayımlanan turizm kitaplarının sayısının diğer alanlara göre nispeten daha az olduğu tespit edilmiştir. Turizm ve işletme disiplini bağlamında yayımlanmış kitaplarda daha çok yönetim, yöneticilik, girişimcilik, çağdaş yönetim teknikleri gibi konular ele alınmış, pazarlama disiplini bağlamında ise tanıtım ve satış geliştirme, misafir ilişkileri yönetimi, müşteri memnuniyeti, hizmet kalitesi gibi konulara yer verilmiştir. Turizm sektörü konaklama işletmeleri, rekreasyon işletmeleri, yiyecek içecek işletmeleri, sağlık turizmi işletmeleri, seyahat acenteleri gibi birçok farklı işletmeyi kapsamaktadır. Bu işletmelerin yönetilmesi, organizasyonu, tanıtılması, reklamı, daha birçok işletme ve yönetim fonksiyonunun gerçekleştirilmesi bağlamında ihtiyaç duyulan kılavuz yayımlanan kitaplardan karşılanabilir.

İncelenen kitaplar değerlendirildiğinde, psikoloji disipliniyle ilişkili çalışmaların büyük ölçüde örgütsel davranış, çalışan tutumları ve iş yaşamına yönelik konulara odaklandığı görülmektedir. Sosyoloji alanındaki yayınlarda ise yerel halkın yaşam kalitesi, kültürel değerler, toplumsal etkileşimler ve sosyal değişim gibi konuların daha yoğun şekilde ele alındığı belirlenmiştir. Sürdürülebilirlik konusunun son yıllarda sıklıkla vurgulanması her alanda olduğu gibi turizm alanında yapılan çalışmalara ve yazılan kitaplara da yansımıştır. Çevre bilimiyle ilgili kitaplarda en sık çalışılan konu olarak sürdürülebilirlik göze çarpmaktadır. Çalışmada diğer kategorisinde değerlendirilen bir alan olarak bilişim teknoloji konusunda basılan kitapların da azımsanmayacak düzeyde olduğu belirtilmelidir. Sanal turizm, teknoloji ve turizm, akıllı teknolojiler, büyük veri, sosyal medya vb. gibi konulara kitaplarda yer verildiği de tespit edilmiştir. Sağlık disiplininin turizmle en önemli ortak noktası olan sağlık turizmi de son yıllarda araştırmacıların ilgisini çekmiş ve bu alanda yayımlanan kitapların çoğu sağlık turizmi ve alt dalları üzerine yazılmıştır. Ayrıca işletme ve pazarlama alanında yazılan kitaplarda, turizm genellikle uygulama alanı olarak yer almaktadır. Buna örnek olarak turizm pazarlaması, turizm ve sosyal medya, konaklama işletmelerinde hizmet kalitesi, otel işletmelerinde kurumsal iletişim, uluslararası otel yönetimi, turizm destinasyonlarının markalaşması, turizm işletmelerinde iş tatmini, turizmde güncel örgütsel davranış yaklaşımları gibi kitap başlıkları verilebilir.

Sanat, eğitim, tarih, hukuk gibi alanlarda basılan turizm kitaplarının sayısının ise görece az olduğu tespit edilmiştir. Gelecekte özellikle turizm alanında hukuki düzenlemeler konusuna olan ilginin artacağı ifade edilmektedir (Yayla, 2023). Bundan sonra yapılacak çalışmalarda araştırmacılara bu alandaki boşluğun doldurulması adına çalışmalar yapmaları önerilebilir. Ayrıca bu kitap değerlendirmeleri yalnızca bir yayınevi temel alınarak yapılmıştır. Bu durum çalışma için bir kısıt oluştursa da daha sonra yapılacak çalışmalara yol gösterici de olabilir. Araştırmacılar birden fazla yayınevinin yayınladığı kitapları çalışmalarına dâhil edebilirler. Ayrıca disiplinler arası çalışmaların makaleler bazında incelenmesi de araştırmacılara önerilebilir.

Etik Beyan: Araştırmanın arşiv tarama ve doküman analizi odaklı olması insan veya hayvanlar üzerinden (anket, mülakat, odak grup çalışması, insan veya hayvanlar üzerinde deneysel çalışmalar) veriler toplanmaması nedeniyle etik kurul raporuna gerek duyulmamıştır.

Yazar Katkı Beyanı: Yazarın katkı oranı %100'dür.

Çıkar Beyanı: Yazar, herhangi bir çıkar çatışması bulunmadığını beyan etmektedir.

Kaynakça

- Açıkgöz, C. ve Saltık, I. A. (2025). Turizm işletmelerinde hizmetkâr liderin psikolojik sermaye ve iş tatmini üzerinde etkisi, *Journal of Recreation and Tourism Research*, 12(2), 1-23.
- Ak, S. ve Sobalı, H. H. (2021). Turizm İşletmeleri, Pelit, E. (Ed.), Turizm İşletmeciliği (Yapı, Süreç, İşlevler ve Sorunlar, Ankara, Detay Yayıncılık, 23-80.
- Akoğlan Kozak, M. (2009). Akademik turizm eğitimi üzerine bir durum analizi, *Muğla Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 22, 1-20.
- Avcıkurt, C. (2015). Turizm sosyolojisi genel ve yapısal yaklaşım. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Bilgiçli, İ. ve Altınkaynak, F. (2016). Turizm endüstrisinin Türkiye ekonomisi içindeki yeri ve önemi; ekonomi paradigmasıyla yaklaşım, *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, 12(12), 560-580.

- Bilgili, M. ve Kocalar, A. O. (2020). Coğrafya nedir?. *Liberal Düşünce Dergisi*, 25(99), 145-162.
- Cohen, E. (1984). The sociology of tourism: approaches, issues, and findings, *Annual Review of Sociology*, 10, 373-392.
- Cohen, S. A. and Cohen, E. (2019). New directions in the sociology of tourism, *Current Issues in Tourism*, 22(2), 153-172.
- Colman, A. M. (2004). Psychology, Kuper, A. and Kuper, J. (Ed.), *The Social Science Encyclopedia*, London, Routledge, 820-826.
- Çallı, D. S. (2015). Turizm yazınında teorik çerçevede yaşanan tartışmalar ve turizmoloji üzerine nitel bir değerlendirme, *Kastamonu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 7(1), 135-142.
- Çam, O. ve Çelik, C. (2022). Psikoloji, sosyoloji ve turizm alanlarının birbirleri arasındaki ilişkinin değerlendirilmesi, *Kafdağı*, 7(1), 19-38.
- Emekli, G. (2006). Coğrafya, kültür ve turizm: Kültürel turizm. *Ege Coğrafya Dergisi*, 15(1-2), 51-59.
- Font, X. and McCabe, S. (2017). Sustainability and marketing in tourism: Its contexts, paradoxes, approaches, challenges and potential, *Journal of Sustainable Tourism*, 25(7), 869-883.
- Gül, H. (2021). Turizm Olgusu ve Turizmin Gelişimine Yönelik Yaklaşımlar, Arıkan Saltık, I. (Ed.), *Turizm Toplum Kültür*, Ankara, Nobel Yayıncılık, 8-24.
- Gürdoğan, A. ve Yavuz, E. (2013). Turizm işletmelerinde örgüt kültürü ve liderlik davranışı etkileşimi: Muğla İli'nde bir araştırma, *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 24(1), 57-69.
- İnce, M., Gül, H. ve Bozyiğit, S. (2017). Türkiye'de turizm pazarlaması konusunda yazılan lisansüstü tezlerin içerik analizi yöntemiyle incelenmesi: 1990-2016, *MANAS Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 6(5), 113-130.
- Kee, D. M. H., Sirajudeen, S., Hizer, N. H. A., Nasir, N. S. and Rau, S. (2024). Optimizing marketing strategies for enhanced sales performance in the travel and tourism sector, *International Journal of Tourism*, 7(1), 58-70.
- Khan, N. A., Khan, A. N., Moin, M. F. and Pitafi, A. H. (2021). A trail of chaos: How psychopathic leadership influence employee satisfaction and turnover intention via self-efficacy in tourism enterprises, *Journal of Leisure Research*, 52(3), 347-369.
- Kotler, P. (1967). *Marketing Management, Analysis, Planning and Control*, United States of America, Prentice-Hall.
- Kozak, N. (2020a). Detay Yayıncılık, <https://turkiyeturizmansiklopedisi.com/detay-yayincilik>.
- Kozak, N. (2020b). Türkiye'deki Lisans Düzeyindeki Turizm Programları, <https://turkiyeturizmansiklopedisi.com/turkiyede-lisans-duzeyindeki-turizm-programlari>.
- Kunt, S. ve Hassan, A. (2021). Seyahat ve turizmde yeni bir pazarlama yaklaşımı: Etkileyici pazarlama, *Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi Turizm Fakültesi Dergisi*, 24(2), 216-240.
- Mantecon, A. ve Huete, R. (2011). Sociological insights on residential tourism: Host society attitudes in a mature destination, *European Journal of Tourism Research*, 4(2), 109-122.
- Meydan Uygur, S. (2007). *Turizm Pazarlaması*, Ankara, Detay Yayıncılık.
- Pelit, E., Baytok, A. ve Soybalı, H. H. (2015). Sürdürülebilir turizm mi? Turizmde sürdürülebilirlik mi? kavramsal bir tartışma, *Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Elektronik Dergisi*, 6(14), 39-58.
- Polat, S. A. ve Polat, S. (2016). Turizm perspektifinden yabancılaşmanın sosyo-psikolojik analizi: Günlük yaşamdan turistik yaşama yabancılaşma döngüsü, *Sosyoekonomi*, 24(28), 235-254.
- Pollock, A. and Williams, P. (2000). Health Tourism Trends: Closing The Gap Between Health Care and Tourism, Cartner, W. C. (Ed.), *Trends in Outdoor Recreation, Leisure and Tourism*, USA, CABI, 165-175.
- Roney, S. A. (2011). *Turizm Bir Sistemin Analizi*, Ankara, Detay Yayıncılık.
- Rozycki, P. and Korbiel, K. (2022). The theoretical concept of tourist typology in the interdisciplinary structure of tourism, *Sport and Tourism Central European Journal*, 5(3), 141-157.

- Saarinen, J. (2006). Traditions of sustainability in tourism studies, *Annals of Tourism Research*, 33(4), 1121-1140.
- Sharpley, R. (2020). Tourism, sustainable development and the theoretical divide: 20 years on, *Journal of Sustainable Tourism*, 28(11), 1932-1946.
- Shehawy, Y. M. (2022). Current workplace issues and behaviours in tourism and hospitality: Moderating role of empowering leadership, *Current Issues in Tourism*, 25(10), 1627-1648.
- Skavronskaya, L., Scott, N., Moyle, B., Le, D., Hadinejad, A., Zhang, R., ... and Shakeela, A. (2017). Cognitive psychology and tourism research: State of the art, *Tourism Review*, 72(2), 221-237.
- Türk Dil Kurumu (TDK) (2026a). Turizm. <https://sozluk.gov.tr/>.
- Türk Dil Kurumu (TDK) (2026b). Eğitim. <https://sozluk.gov.tr/>.
- Tribe, J. (1997). The indiscipline of tourism, *Annals of Tourism Research*, 24(3), 638-657.
- Ünlüöner, K., Tayfun, A. ve Kılıçlar, A. (2007). Turizm Ekonomisi. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Vargas-Sanchez, A. (2018). The unavoidable disruption of the circular economy in tourism, *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*, 10(6), 652-661.
- Wickens, E. (2002). The sacred and the profane: A tourist typology, *Annals of Tourism Research*, 29(3), 834-851.
- Yayla, İ. (2023). Turizm mevzuatı konulu araştırmaların bibliyometrik analiz ile incelenmesi, *Sosyal, Beſerî ve İdari Bilimler Dergisi*, 6(10), 1284-1299.
- Yazgan, Ç. Ü. (2022). Sosyolojik Perspektiften Turizm, İlhan İ. ve Özkoç, G. (Ed.), *Disiplinler Arası Boyutlarıyla Turizm*, İstanbul, Değişim Yayıncılık.
- Yıldırım, E. ve Bozkurt, İ. (2022). Turizmin Psikoloji Disiplini ile Kesişimi, İlhan, İ. ve Özkoç, A. G. (Ed.), *Disiplinler arası Boyutlarıyla Turizm*, İstanbul, Değişim Yayıncılık, 57-82.
- Zhu, J., Yu, S., Airey, D., and Zhang, H. (2025). Reflexivity in current themes in sociology of tourism, *Current Issues in Tourism*, 28(3), 359-375.