Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi
Van Yüzüncü Yıl University The Journal of Social Sciences Institute
e-ISSN: 2822 - 3136
Yıl / Year: 2025 - Sayı / Issue: 67

Yaratıcı Turizm Araştırmalarının Bibliyometrik Analizi

Bibliometric Analysis of Creative Tourism Research

Ali BOZBEY
Dr.
Orcid: 0000-0001-7574-0562 ali_bozbey@hotmail.com

Article Information/Makale Bilgisi

Cite as/Atıf: Bozbey, A. (2025). Yaratıcı Turizm Araştırmalarının Bibliyometrik Analizi. *Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 67, 10-23

Article Types / Makale Türü: Research Article/Araştırma Makalesi
Received/Geliş Tarihi: December 27, 2024/27 Aralık 2024
Accepted/Kabul Tarihi: March 4, 2025/4 Mart 2025
Published/Yayın Tarihi: March 2025/Mart 2025
Pub Date Season/Yayın Sezonu: March 18, 2025/18 Mart 2025
Issue/Sayı: 67
Pages/Sayfa: 10-23
Plagiarism/İntihal: This article has been reviewed by at least two referees and scanned via a plagiarism software./ Bu makale, en az iki hakem tarafından incelendi ve intihal içermediği teyit edildi.
Published by/Yayıncı: Van Yüzüncü Yıl University of Social Sciences Institute/Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü
Ethical Statement/Etik Beyan: It is declared that scientific and ethical principles have been followed while carrying out and writing this study and that all the sources used have been properly cited/ Bu çalışmanın hazırlanma sürecinde bilimsel ve etik ilkelere uyulduğu ve yararlanılan tüm çalışmaların kaynakçada belirtildiği beyan olunur (Ali BOZBEY).
Conflict of Interest/Çıkar Beyanı
There are no conflicts of interest./Bu çalışma kapsamında herhangi bir kurum, kuruluş, kişi ile çıkar çatışması yoktur.
Declaration of Authors' Contribution/Yazarların Katkı Oran Beyanı
This article has one author and the contribution rate of the author is 100 %/Bu makale tek yazarlıdır ve yazarın katkı oranı yüzde 100'dür.
Copyright & License/Telif Hakkı ve Lisans: Authors publishing with the journal retain the copyright to their work licensed under the CC BY-NC 4.0./Yazarlar dergide yayınlanan çalışmalarının telif hakkına sahiptirler ve çalışmaları CC BY-NC 4.0lisansı altında yayımlanmaktadır

Öz

Bu araştırmada yaratıcı turizm ile ilgili yapılan çalışmaların bibliyometrik incelenmesi gerçekleştirilmiştir. Bu doğrultuda web of science veri tabanında yer alan "creative tourism" kelimelerini içeren çalışmalar araştırmaya dahil edilmiştir. Yapılan tarama sonucunda 470 adet çalışma elde edilmiştir. Elde edilen bu çalışmalara bibliyometrik analiz gerçekleştirilmiştir. Yapılan analiz sonucunda kavrama ilişkin ilk çalışmanın 2005 yılında gerçekleştirildiği belirlenmiştir. Bununla birlikte yayın sayısının en fazla olduğu ülke Endonezya, en fazla yazım dili İngilizce ve en çok atıf alan çalışma Richards ve Wilson tarafından 2006 yılında yayınlanan çalışma olduğu bulgusu elde edilmiştir. Araştırma sonucunda elde edilen bu veriler, araştırmacıların konu ile ilgili farkındalıklarına katkı sağlayacağı ön görülmektedir. Bu farkındalıkları ile birlikte; En çok yayının Endonezya dışında farklı ülkelerin dikkatini çekebileceği, İngilizce dışında farklı dillerde çalışmaların yapılacağı ve faydalı çalışmaların artışında etkili olacağı ön görülmektedir.

Anahtar Kelimeler

Bibliyometrik Analiz, Yaratıcı turizm, Web of Science.

Abstract

In this study, a bibliometric analysis of the studies on creative tourism was carried out. In this direction, studies containing the words 'creative tourism' in the web of science database were included in the research. As a result of the search, 470 studies were obtained. These studies were subjected to bibliometric analysis. As a result of the analysis, it was determined that the first study on the concept was carried out in 2005. In addition, it was found that the country with the highest number of publications is Indonesia, the most written language is English and the most cited study is the study published by Richards and Wilson in 2006. These data obtained as a result of the research are predicted to contribute to the awareness of researchers on the subject. With this awareness; It is predicted that the most publications will attract the attention of different countries other than Indonesia, studies will be carried out in different languages other than English and will be effective in increasing useful studies.

Key Words

Bibliometric Analysis, Creative tourism, Web of Science.

Giriş

Yaratıcı turizm, turistlerin seyahat ettikleri bölgelerdeki kültürel mirasına, gastronomi faaliyetlerine, sanatsal faaliyetlerine ve günlük yaşantılarını doğrudan deneyimlemek ve katılması şeklinde ifade edilmektedir. Yaratıcı turizm, turistlerin kendilerini gittikleri bölgelerde oranın vatandaşı gibi hissetmelerine, oradaki insanların yaptıkları rutin yaşam tarzlarını deneyimlemelerine ve haz almalarını sağlamıştır. Bir turizm destinasyonunda ne kadar çok kültürel unsur, mekân, olay ve turist var ise o bölgede tüm bu unsurların birleşimi kadar çok yaratıcılık ve deneyim ortaya çıkacaktır (Zoğal ve Emekli, 2017, s. 24).

Turizm sektörü yaratıcılığın kullanıldığı alanlar içerisinde önemli bir konuma sahiptir. Bunula birlikte özellikle gelişmekte olan ülkelerin ekonomisinde de turizmin konumu önem arz etmektedir. Bu kapsamda inanç, sağlık ve kültür gibi farklı amaçları olan turizm türlerinde dahi turistlerin çekilebilmesi amaçlanmaktadır. Bunlara ek olarak, gelişen teknolojik ve ekonomik faaliyetlerdeki gelişmeler ile küreselleşme gibi etkenler turistin farklı arayış içerisinde olmasına neden olmaktadır. Bütün bu etkenler turizmin farklı arayış içerisine girmesine neden olmuş ve buna bağlı olarak yaratıcı turizm devreye girmeye başlamıştır (Küpeli, 2017, s. 23). Bu noktada yaratıcı turizm aktiviteleri insanların farklı arayışlara girmelerinde etkili olmuştur. Bun arayışlar; yerel kültür ve yaşantının deneyimlenmesi, yerel zanaat aktivitelerine katılmak, gastronomi ve sanatsal faaliyetlerin içerisinde bulunmak gibi deneyimlerden oluşmaktadır. Ayrıca yaratıcı turizmin yeni aktiviteleri sunması, bölgeye gelin turistlerin tekrar gelmelerini sağlayarak turizmin canlı kalmasını sağlaması büyük önem taşımaktadır. Bu bağlamda yaratıcı turizm turistik destinasyonun sürdürülebilir olmasında da önemli bir rol üstlendiği söylenebilir.

Küreselleşme ve teknolojik gelişmelerdeki değişim insanların istek ve tatmin duygularında da değişimi beraberinde getirmektedir. Bu durumda insanlar aynı şeyleri görmekten ziyade gittikleri bölgelerde farklı arayış içerisinde bulunmaya başlamaktadır. Yaratıcı turizm bu noktada insanların seyahatlerinde farkı fark edebilme farkındalığını uyandırarak yeni ve farklı deneyimlerde bulunmalarını sağlamaktadır. Bu durum yaratıcı turizm anlayışını önemli hale getirmiş ve yaratıcı turizm kavramı içerisinde bulunun aktivite ve deneyimler her geçen gün daha cazip olmaya başlamıştır.

1. Yaratıcılık ve Yenilik Kavramı

Yaratıcılık, insanlara etkileyiciliği, olağanüstülüğü çağrıştıran bir sözcüktür. "Yaratıcılık, yeni fikir üretme yeteneğidir" (Barker, 2002, s. 23). "Yaratıcılık var olan değerden katma değer elde etme yeteneğidir" (Bono, 1996: 72). Yaratıcılık, birey veya gruplar tarafından yeni, uygun ve yararlı fikirlerin üretilmedir. Başka bir ifade ile yaratıcılık; mevcut bilginin kullanılması ile yeni ve yararlı fikirlerin üretilmesi olarak ifade edilebilir. Yaratıcılık, düşünce oluşturma ve fikir üretme olarak ifade edilirken yenilik ise bu düşünce ve fikirlerin maddiyata dönüştürülmesi olarak ifade edilmektedir. Buradan yola çıkarak yeniliğin başlangıcı yaratıcılık olduğu söylenebilir. Örgütler uzun dönemli finansal durum elde etme, tüketicilerin yeni yaklaşımlar istemesi, inovasyonların daha kolay taklit edilmesi ve teknolojik gelişimlerin yenilikçiliğe yönlendirmesi gibi etkenlerden dolayı yaratıcılık yeniliğe gerek duymaktadır. Bu bağlamda temel hedefi başarı olan örgütler, yeni uygulama veya yeni fikirleri sık kullanarak, yenilik sürecini denemektedirler (Amabile, 1983; Özçer, 2005; West ve Farr, 1990; Plsek, 1997' den aktaran Güven, 2016, s. 3). Yaratıcılık var olanı güçlendirme veya var olmayan yeni bir durum ortaya koyabilme, insanda gizli kalmış yetenekler, problemlere karşı duyarlılık, etkileyici ve heyecanlı düşünme, yenilikçi gibi kavramlarla ifade edilebilmektedir (Öncü, 1992).

2. Yaratıcılığın Özellikleri ve Unsurları

Yaratıcılık, beş düzeyde ifade edilebilir. Bunlardan birincisi anlatımsal yaratıcılık, burada özellikle vurgulanan bireyin kendini gösterme biçimidir. İkincisi, üretici yaratıcılık, üretici yaratıcılıkta ortaya çıkan en belirgin özellik yeteneklerin ortaya konulmasıdır. Üçüncüsü tecrübelerin orijinal kullanımı ile değerlendirilen buluşçu yaratıcılık, dördüncüsü, ilerlemede üreticiliğe dönüşen yenilikçi yaratıcılık ve son olarak yeni anlayış ile en iyi hazırlanmış yaratıcılık olarak ifade edilmektedir (Samen, 2008, s. 366).

Yaratıcılık; bilim, moda, sanat, dekorasyon, reklamcılık, ürün gibi pek çok alana yayılmış geniş bir perspektife sahiptir (Öncü, 1992). Yaratıcılık, yaratıcı düşünmeyi gerektirmektedir. Üretilen veya yeni bir fikir yaratıcı olabilir ancak bir fikir yaratıcı olduğu kadar faydalı ve bir getirisinin de olması gerekmektedir. Amabile (1998) yaratıcı düşünceler için; "Bir fikrin yaratıcı olabilmesi için aynı zamanda yararlı, uygun ve uygulanabilir olması gerekir" yani fikrin yaratıcılığı ve özgün olması tek başına yetmediği, bu fikrin aynı zamanda hem uygun ve faydalı hem de uygulanabilirliği büyük önem taşımaktadır. Yaratıcılık ve yaratıcı düşünme ile ilgili yapılan çalışmalar incelendiğinde yaratıcılığın özellikleri şöyle sıralanabilir (Samen, 2008, s. 365-366):

- İlktir, yani daha önce ortaya çıkmamış olanı gerçekleştirir.
- Yeniyi üretmektir (ürün, hizmet).
- Sezgi ve haya gücüne dayanır.
- Daha önce olanın son şekil verilmiş halidir. Değer katar.
- Merak ve sorgu ile elde edilir veya oluşur. Nedir, nasıldır, neden ve nasıl böyledir, nasıl farklı olabilir gibi sorular yaratıcı düşünmeye aracılık eder.
- Dünyadaki gelişmeler yaratıcılığı zorunlu kılmıştır "zorunludur".
- "İhtiyaçtır" insanlar her gün yeni bir sorun ile karşı karşıya kalabilir. Bu durumda sorunların çözümünde yaratıcı düşünmeye ve fikirlere ihtiyaç duyulur.
- Öğretilebilir bir özelliktedir. Örneğin; bir şirketin yaratıcılık kursuna katılanların katılmayanlara oranla daha çok yaratıcı fikir öne sürdükleri görülmüştür (Barker, 1996, s. 13).
- Çalışma ortamı özgür düşünebilmeyi gerektirmektedir.
- Yaratıcılık; akıcılık, esneklik, özgünlük ve ayrıntılama olmak üzere dört temel boyuttan oluşmaktadır.
- Yaratıcılık bazı süreçlere dayanmaktadır. Bu süreçler; ihtiyacın belirlenmesi, mevcut bilgilerin değerlendirilmesi, bilginin özümsenmesi, parıltının sezilmesi, ortaya çıkanların değerlendirilmesi. Bu beş adım başarılı olduğu sürece yaratıcılık ve yaratıcı düşünceler geliştirilebilir (Bentley, 1999, s. 76).

3. Yaratıcı Turizm Kavramı ve Gelişimi

Müze, kültürel sanat galerisi, bale ve konserler gibi seyretme veya izleme eylemlerinin içerisinde yer aldığı kültürel turizm animasyonları yaratıcı turizm kapsamında yer almamaktadır. Çünkü yaratıcı turizm kavramı, bir destinasyonda bulunan kurs ve eğitim gibi faaliyetlere katılarak tecrübe, öğrenme ve katılım gibi deneyimlere dayalı bir aktivitedir. Bu durumda yaratıcı turizm kavramı, kültürel turizme karşı beklenti ve memnuniyetin gittikçe azalması ile birlikte ortaya çıkan bir kavram olduğu söylenebilir (Ohridska ve Ivanov, 2010). Yaratıcı turizm, bir kültürün davranışlarını hem görmek hem de bilmekten ziyade o kültürün davranışları içerisinde bizzat bulunmak anlamını taşımaktadır (Özdaşlı vd., 2010). Yaratıcı turizmde; turistin bulunduğu bölgedeki günlük yaşamın içerisinde bulunması gerekmektedir (Richards ve Wilson, 2007).

Yaratıcı turizm kavramının git gide daha önemli bir kavram haline gelmesinde birçok nedenin yer aldığı vurgulanmaktadır. Bunlar (Richards, 2009a):

- Kültür turizmin kitle turizm haline gelmesi
- Kültür turizmi faaliyetlerine katılan turistlerinin daha deneyimli olması ve buna bağlı olarak daha ilgi çekici deneyimleri istemeleri
- Turizm bölgelerinin var olan turizm türlerine karşı alternatif bulma çabaları

- Büyük şehirlerde kültürel yerleri gezen ve gezdikleri yerlerde resim çeken turistlerin geleneksel turizmin unsuru haline gelmeleri

- Turistlerin paket tur ürünlerden sıkılmış olmaları gibi nedenler bulunmaktadır.

Yaratıcı turizm kavramını birçok tanım ve bakış açısı ile ele alındığı görülmektedir. Farklı bakış açıları ve tanımlamalar ile birlikte genel itibari ile "turistlere yerel insanlar ve onların kültürleri aracılığıyla iletişim kurarak yeteneklerini geliştirme imkânı veren katılımcı ve özgün deneyimler" biçiminde tanımlanmaktadır (Richards ve Raymond, 2000; Richards, 2011). Genel itibari ile kültür turizmin bir çeşidi olarak düşünülen yaratıcı turizm (Ohridska-Olson ve Ivanov, 2010), temelde kültür turizminden farklı bir kavramdır. Yaratıcı turizm 25-27 Ekim 2006 yılında Amerika Birleşik Devletleri'nin New Mexico eyaletinin Santa Fe şehrinde UNESCO tarafından yapılan 'Yaratıcı Turizm İçin Sürdürülebilir Stratejilere Doğru' adlı konferansta "sanata, kültürel mirasa ya da bir yerin özgün değerlerine katılımcı bir öğrenme şekliyle otantik deneyimlere yönlendirilen bir seyahat" olarak ifade edilmiştir. UNESCO Yaratıcı Şehirler Ağı temsilcilerinin de katıldığı bu konferanstaki görüşmelerde; yaratıcı şehirler ağını geliştirmek, yaratıcı turizm kavramına ilişkin tanımlama yapmak, Santa Fe şehrinde 2008 yılında yapılacak olan "Yaratıcı Turizm konulu Uluslararası Konferansı" nı başlatmaya ilişkin planlamaların başlanması amaçlanmıştır (UNESCO, 2006).

UNESCO (2006) konferansında yapılan görüşmeler neticesinde yaratıcı turizm kavramının, bir şehrin gerçek kültürel yaşamıyla ilgilenmeyi, deneyimlemeyi gerektirdiğini ifade etmiştir. Bu deneyimle destinasyondaki kültüre yönelik tecrübe, deneyim kazanan kişiler yaratıcılıklarını geliştirerek o bölgedeki insanlar ile yakınlaşma durumları artar (Raymond, 2009).

Richards ve Raymon (2000) yaratıcı turizm kavramını ilk olarak ortaya atan yazarlar olarak bilinmektedir. Yazarlar çalışmalarında da bu özellikleri yaratıcı turizm tanımında kullanmışlardır. Bu bağlamda yaratıcı turizm, "yaratıcı potansiyellerini geliştirmek isteyen turistlere, bulundukları tatil bölgesinin özelliklerini aktif katılımla öğrenme ve geliştirme fırsatı sunan bir turizm çeşididir". Günümüzde kültürel özellikleri bulunan bölgelerin ekonomik gelişime katkı sağladığı önemli bir faktör olduğu söylenebilir. Bu bağlamda, turizm bölgelerinin gelişmesinde önem taşıyan yaratıcı turizm çerçevesinde, pazar ortamında avantajın elde edilebilmesi ancak kültürel ürünlerin yenilenmesi ile gerçekleşeceği söylenebilir (Richards ve Wilson, 2007).

Yaratıcı turizm, kişisel ihtiyaçlar kapsamında çeşitlendirilebilen müzik, film, tiyatro, tarım, gastronomi, doğa veya imalat gibi birçok aktiviteyi tek çatı altında toplayabilmektedir. Turizm aktiviteleri ekonomik fayda sağlayan endüstrilerin başında yer almaktadır. Dolayısıyla yaratıcı turizm potansiyelinin yapılan her ekonomik faaliyette yer aldığı söylenebilir (Fernandez, 2010). Bu bağlamda yaratıcı turizm konusunun önemi, ekonomik gelişimdeki faydası, UNESCO (2006) konferansında yer alan önemli konulardan biri olarak yerini almıştır. Konferansta ülkeler yaratıcı turizm kapsamında ekonomilerini geliştirmek ve zenginleştirmek için çeşitli fikirler öne sürmüşlerdir. Öne sürülen fikirler aşağıdaki gibi sıralanmıştır;

- Ülkelerin yaratıcı ve özgün ürünler ortaya koymak

- Yaratıcı turizm bünyesinde meslekler geliştirmek

- Rehberlik etmek

- Ulaşım ağlarını geliştirmek

- Yerli zanaatçıları teşvik etmek

- Bölge halkını teşvik etmek

- Alt yapı ve topluluk ekonomisi gelişimini desteklemek

- Politika geliştirmede yaratıcı turizmin güçlenmesine yönelik olmasına dikkat çekmek

- Düşük fiyatla talebi artırarak kaliteye önem vermek

- Özel sektör yatırımcıları ve kamu yöneticileri arasında koordinasyon sağlamak

- Kalite ve mükemmelliği artırmak, şehir kapsamında eş zamanlı hareket etmek
- Yaratıcı turizmi şehir yerleşmesine ilgi duyan insanları çekmek için kullanmak
- Bazı konularda yeni etkileşim fırsatlarını geliştirmek; yemek, müzik, dans ve tasarım gibi

4. Yaratıcılık ve Yaratıcı Turizm

Yapılan araştırmalar turizmde yaratıcılık kavramının sıklıkla kullanıldığını göstermektedir. Örnek vermek gerekirse, mevcut turizm ürün veya faaliyetlerini canlandırmak, yeni ürün geliştirmek ve artırmak için yaratıcı teknolojiden faydalanmak ve destinasyona hareketlilik katmak bunlar arasında yer alan birkaç etkendir. Yaratıcılık ve turizm arasındaki ilişkiye dikkat edildiğinde, yaratıcı kişilerin yaptıkları faaliyetler, yaratıcı şehirler veya destinasyonlar, yaratıcı ürünler gibi birçok yaklaşımın var olduğu görülmektedir (Richards, 2014). Yaratıcılık sanatsal günlük ve entelektüel faaliyetler gibi birçok boyuttan ele alındığından dolayı hem turizm aktivitelerine hem de yaratıcı turizm faaliyetlerine katkısını anlamak oldukça güçlenmektedir (Ivcevic ve Mayer, 2009). Özetlenecek olursa yaratıcılık sadece arka planda görülen bir etken olmaktan ziyade, turistlerin satın aldıkları, öğrendikleri, gördükleri ve tattıkları bir turizm aktivitesi olarak görülmektedir (Tan vd., 2014).

Yaratıcılık, gelecek dönemlerde turizmin yaratıcı yönlerini daha popüler hale getirmesinde önemli rol oynayacağı gibi yaratıcı turizm deneyimi için de birçok fayda sağlayacaktır Richards, yaratıcılığın yaratıcı turizmi kültür turizminde daha ileri seviyeye taşıyacağını birkaç nedenle ifade etmektedir. Bunlar (Güven, 2016, s. 10-11):

- Yaratıcılık, bölgeye özgü olması nedeniyle bir bölgeye değer katabilme niteliği olarak daha kolay süreç sunmaktadır. Ayrıca bölgenin turizm pazarında da ön plana çıkmasını sağlamaktadır.
- Yaratıcılığın olduğu bölgelerin diğer bölgelere oranla daha avantajlı bir rekabet ortamında olduğu ve dolayısıyla diğer bölgelere kıyasla daha hızlı yaratıcı turizm ve ürün üretme olanağı olacaktır. Bu durum ayrıca o destinasyonun ön plana çıkmasını sağlayacaktır.
- Yaratıcılık kaynaklarının daha sürdürülebilir olması için yaratıcılığın bir süreç olması ile ilişkilidir. Örneğin; müze, anıt, tarihi ören yerleri gibi fiziki kültürel kaynaklara kıyasla yaratıcı turizm için "sonsuz yenilenebilir kaynaklardır" denilebilir.
- Yaratıcılık kavramı değişken bir özelliktedir. Örneğin; bir sanat performansı için özel bir alt yapı gereksinimi duyulmadan hemen hemen her ortamda yapılabilecek bir eserdir (Ricards, 2009a).

Yaratıcı turizm aktiviteleri (Binkhorst, 2007), uygulayıcıları olan turistler ve ziyaret ettikleri bölgedeki insanlar ile iletişim ne kadar önemli ise yaratıcılık da turizm için bir o kadar önem teşkil etmektedir ve seyahat etme konusunda da turisti teşvik etme niteliğine sahiptir (Richards, 2009a).

5. Yaratıcı Turizm Ürünlerinin Farklı Tipteki Örnekleri ve Yaratıcı Turizm Modelleri

Yaratıcı turizm aktiviteleri genel olarak günlük yaşam ile ilişkilidir. Yaratıcı turizm kapsamındaki bu aktiviteler ziyaret edilen yerlerin özellikleri, yetenek ve gelenekleri hakkında daha fazla bilgi sahibi olmayı sağlar. Bunlar porselen boyama, gastronomi, zanaat faaliyetleri ve el sanatları (Richards ve Wilson, 2007) veya otantik, dans ve yaratıcı olarak kabul edilen aktivitelerdir (Daniel, 1996). Yaratıcı turizm bu tarz aktivitelere dayalı yerel kültürün bir parçası olarak kabul edilmektedir. Ancak yaratıcı turizmin henüz yeni bir kavram olması onun pazarlama alanında yerel bir ürün olarak ele alınmasını gerektirmektedir. Dolayısıyla birçok ülkenin yaratıcı turizm markası başlatacak vizyonun olmaması yaratıcı turizm ürün veya hizmetlerin yerel halk için henüz yeni olmasından kaynaklanmaktadır (Ohridska-Olson ve Ivanov, 2010). Ancak yaratıcı turizmin gelişme anlayışında olduğunun farkında olan ülkeler yaratıcı turizmi geliştirmeye ilişkin plan ve politikalar düzenlemektedirler (Güven, 2016, s. 14).

Yaratıcı turizmin en önemli unsurlarından birisi de turistlerin o belgeye ait karakteristik özelliklerinden faydalanması ve o özellikleri deneyimlemeleridir (Tablo 1.). Turistlerin bu tarz yaratıcı deneyimlere sahip olabilmeleri ve bu deneyimleri geliştirebilmeleri için yaratıcı kavramların geniş ölçekte kullanılmasının sağlanması gerekmektedir. Bu noktada önemli olan turistlerin destinasyonlardaki yaratıcı etkinliklere katılımda bir nedenin (sanat, tiyatro etkinliği, yiyecek kültürü, doğal yaşam alanları vb.) sunulması gerekmektedir (Raymond, 2009).

Tablo 1. Destinasyonların Özelliklerine Göre Yaratıcı Turizm Aktiviteleri

Yaratıcı Turizm	Yaratıcı Turizm Aktiviteleri	Yaratıcı Turizm Ağları
Yaratıcı Paris	Sanat, müzik, aşçılık, tasarım vb.	http://www.creativeparis.info
Barselona Yaratıcı Turizmi	Sanat icra etmek, tiyatro, gastronomi, müzik, edebiyat vb.	http://www.barcelonacreativa.info
Yaratıcı Yaşam Endüstrileri	Yiyecek kültürü, yaşam eğitimi, doğal ekoloji, iç dekorasyon, tarihi sanat ve zanaat kültürü	www.creativelife.org.tw

Kaynak: Tan vd. 2014

Müzik, aşçılık, sanat, yaşam eğitimi, tasarım, doğal ekoloji, iç tasarım gibi aktiviteler yaratıcı turizmin temelini oluşturmaktadır (Tan vd., 2014). Yaratıcı turizmin üretim ve tüketimindeki temel faktörler olan; sanat, el sanatları, tasarım, gastronomi, sağlık, şifa, diller, manevi değerler, doğal çevre ve spor gibi yaratıcı turizm aktivitelerine katılmak isteyen turistler yerel becerileri, uzmanlık ve gelenekleri öğrenmek isteyebilmektedirler. (Richards ve Raymond, 2000, s. 18).

Bu ürünlerin (Tablo 2.) tamamı yaratıcılığa dayanmakta ve turizm endüstrisinde önemli bir büyüme alanına sahip.

Tablo 2. Yaratıcı Turizm Aktiviteleri

Geleneksel Kültür, Tarih ve Kültürel Miras	El sanatları, antika ve restorasyon	Kuyumculuk, tekstil, seramik, ahşap işleme, antika ve mimari restorasyon
	Geleneksel mutfak	Yemek yapımı, yöresel mutfak
	Tarihi, kültürel ve doğal miras	Müzeler, arşivler, kütüphaneler, anıtlar, doğal parklar, antik kentler, taşınmaz kültür ve tabiat varlıkları
Sanat	Görsel sanatlar	Resim, heykel, fotoğraf, edebiyat
	Performans sanatları	Tiyatro, dans, opera, sirk, kukla
Kültürel Endüstriler	Görsel-işitsel	Film, tv, video, radyo, belgesel
	Müzik	Canlı müzik, albüm, plak
	Yayıncılık	Kitap, dergi, gazete
Yaratıcı Faaliyetler	Tasarım	Moda tasarımı, grafik tasarımı, iç mimari
	Yaratıcı Hizmetler	Mimari, reklam
	Yeni Medya	Yazılım, video oyunları, dijital içerikler

Kaynak: İnteli, 2011: 20

Yaratıcı turizmin uygulanmasında iki model yer almaktadır: birinci model, yaratıcılığı turist aktivitesi olarak kullanma, ikinci model ise; yaratıcılığı turizm için arka plan olarak kullanma olarak ifade edilmektedir.

Birinci model turistlerin yaratıcı turizm aktivitelerine katılmalarından dolayı klasik olan modeldir (Minhua, 2010; Pratt, 2010; Carreau, 2010). İkinci modelde ise aktiviteler haricinde destinasyonun sahip olduğu doğal güzellikler, mekanlar, değerler gibi geniş alanda geliştirebilecek yaratıcı turizm deneyimlerinden bahsetmek mümkün. Bir destinasyonun sadece kültürel değerlerini satmaktan ziyade yaratıcılık tüketimini ve yerel kültürünü canlandırmak ve kimliğini desteklemek için turizmin kullanılması daha önemli olduğu anlaşılmıştır (Richards, 2011).

6. Literatür Taraması

Literatürde yaratıcı turizme ilişkin yapılan çalışmalar incelenmiş ve aşağıda özetlenmiştir.

Richards ve Wilson (2006) yaratıcı turizmi her derde deva veya geleneksel kültürel turizme taban tabana zıt bir alternatif olarak sunmak yerine, turizmde yaratıcılık ve dolayısıyla yaratıcı turizm kavramları, kültürün seri üretimi sorunlarından kaçınmaya çalışan destinasyonlar için diğer birçok seçenek arasında potansiyel bir seçenek olarak görülmesi gerektiğini vurgulamışlardır. Bununla birlikte yaratıcı turizmin faydalarından yararlanabilmek için, yöneticilerin sadece ürün yeniliği açısından değil, aynı zamanda turistlerin yaratıcı potansiyelinin farkına varılması açısından da yaratıcı süreçle daha aktif bir şekilde ilgilenmeleri gerektiğini ifade etmişlerdir.

Richards (2011) yaratıcılık turizm için aktivite, içerik ve atmosfer sağlar ve turizm de yaratıcı faaliyetleri desteklemektedir. Turizmin ve yaratıcılığın artan entegrasyonu, turizmin yaratıcı bir endüstri olarak muamelesinde açıkça görülmektedir. Bu entegrasyon, bazılarının, insanların yerel halk ve kültürle temas yoluyla yaratıcı potansiyellerini ve becerilerini geliştirmelerine izin veren katılımcı, otantik deneyimlerin birlikte yaratılmasını içeren belirli bir yaratıcı turizm biçimini tanımlamasına yol açmıştır. Büyük şehirler ve kırsal alanlardaki sanatsal alanlar da dahil olmak üzere çeşitli yerlerde özel yaratıcı turizm girişimleri ortaya çıkmıştır. Bu tür girişimler genellikle çok sayıda kültürel turizmi etkileyen seri yeniden üretime bir alternatif sağlama fikrine dayanır ve genellikle yaratıcı becerilerinden ekonomik sermaye üretmeye çalışan yaşam tarzı girişimcileri tarafından öncülük ederler.

Ali, Ryu ve Hussain (2016) yaratıcı-turist deneyiminin kaçış ve tanıma, huzur, benzersiz katılım, etkileşim ve öğrenme olmak üzere beş boyuta sahip ikinci dereceden bir faktör olduğu sonucunu elde etmişlerdir. Ayrıca yaratıcı turistlerin deneyimlerinin anılarının, memnuniyetlerinin ve davranışsal niyetlerinin iyi bir yordayıcısı olduğu bulgusu araştırma kapsamında elde edilmiştir.

Richards (2014) yaratıcılık, son yıllarda şehirlerde turizmin gelişmesi için giderek daha önemli hale geldiğini, kentler arasındaki rekabet arttıkça, yaratıcı stratejilerle kendilerini farklılaştırma arayışlarının da arttığını ifade etmektedir. Bununla birlikte yazarın araştırması yaratıcılığa ve yerleşik bilgiye dayalı ilişkisel turizm biçimlerine doğru bir eğilimle birlikte, somut rekabet avantajından soyut rekabet avantajına doğru kayışın devam ettiğini savunmaktadır.

Hung, Lee ve Huang (2016) yaratıcı deneyimler, hatırlana bilirlik ve tekrar ziyaret etme niyetleri arasında önemli ölçüde pozitif ilişkiler olduğu sonucunu elde etmişlerdir. Yapısal eşitlik modelleme analizi, hatırlana bilirliğin yaratıcı deneyimlerin yeniden ziyaret etme niyetleri üzerindeki etkisine tam olarak aracılık ettiğini doğrulamıştır. Çalışma, özellikle yaratıcı faaliyetler söz konusu olduğunda, hatırlana bilirliğin niyetleri yeniden gözden geçirmek için daha uygun bir öngörücü olabileceğini düşündürmektedir.

Chang ve arkadaşları (2015) yapmış oldukları çalışma sonucunda yerinde turizm deneyiminin, standartlaştırılmış katsayının büyüklüğü açısından yaratıcı turizm alanlarına yeniden girme niyetinin en etkili öncüsü olduğunu elde etmişlerdir.

Suhartanto ve arkadaşları (2020) tarafından gerçekleştirilen bu çalışma, deneyim kalitesi, algılanan değer, turist memnuniyeti ve turist motivasyonunun, turistlerin yaratıcı bir cazibe merkezine yönelik sadakatini belirleyen temel faktörler olduğunu ortaya koymaktadır.

Richards (2020)'a göre yaratıcılık, yaratıcı sınıf için çekiciliklerini artırmaya, yaratıcı endüstrileri desteklemeye veya 'yaratıcı şehirler' olmaya çalışan şehirler ve bölgelerle birlikte, yerlerin oluşturulmasında bir strateji haline gelmiştir. Teorik odağın yaratıcı bireylerden yaratıcı bölgelere veya yerlere doğru kayması, gelişmekte olan yaratıcı yerleştirme alanıyla uyumludur. Yaratıcı gelişim vaka çalışmaları, stratejilerin yerel bağlama duyarlı olması ve bazı temel tasarım ilkelerini takip etmesi gerektiğini göstermektedir.

Tan ve arkadaşları (2014) kişisel yaratıcı deneyimin çeşitli tanımlarıyla ilişkili içsel öznelliği ortaya çıkarmak için Q metodolojisi kullanılmışlardır. Analizden beş farklı bakış açısı ortaya çıkmıştır. Bunlar arasında şunlar yer almaktadır: 'yenilik arayanlar', 'bilgi ve beceri öğrenenler', 'seyahat ortaklarının büyümesinin farkında olanlar', 'yeşil sorunların farkında olanlar' ve 'dinlenme ve eğlence tipi'.

Güven, (2016) yapmış olduğu araştırmada yaratıcı turistler hakkında genelde deneyim ve öğrenme konusunda istekli olduklarından bahsetmiştir. Bununla birlikte yaratıcı turistlerin isteklerinin ziyaret ettikleri yerin yaşantısını deneyimlemek için yerel turizm faaliyetlerine katılmak yönünde olduğunu vurgulamıştır. Araştırmada elde edilen bir

başka bulgu ise, yaratıcı turistler kendilerini tatmin edecek ve ilgi alanlarına hitap eden yerleri tercih ettikleri yönünde olduğu tespit edilmiştir.

Richards ve Raymond (2000) yaptıkları araştırmada yaratıcı kalkınma ve yaratıcı turizm, küçük topluluklar için ilginç kalkınma fırsatları sunuyor gibi göründüğünü vurgulamışlardır. Bununla birlikte, modelleri daha büyük yerlerden kopyalamanın 'yaratıcılık tuzağından' kaçınmaları veya 'yaratıcı sınıfın' üyelerini çekmenin sorunlarını çözeceğini varsaymaları gerekir. Büyük şehirleri taklit etmeye çalışmak yerine, küçük şehirlerin ve kırsal alanların yaşam ölçeklerine ve hızlarına daha uygun kendi yaratıcı modlarını ve uygulamalarını geliştirmeleri gerekir. Özellikle yaratıcı turizm, kitle turizminin bir biçimi değildir, ancak kitle kültür turizminin gelişimine bireysel, küçük ölçekli bir alternatif olabilir (Richards, 2016). Az sayıda motivasyonu yüksek ziyaretçileri çekmek, turist kitlelerini çekmeye çalışmaktan çok daha önemli ekonomik, sosyal ve kültürel etkiler üretebilir.

Tan ve arkadaşları (2013) dış etkileşimlerin ve iç yansımaların turistlerin yaratıcı deneyim modelini oluşturduğunu vurgulamışlardır. Birincisi turistlerin çevre, insanlar ve ürün / hizmet / deneyim ile etkileşimlerini belirtirken, ikincisi bilinç / farkındalık, ihtiyaçlar ve yaratıcılık anlamına gelir ve bu boyutlar deneyim boyunca turistlerin kendi içinde etkileşir. Dahası, bilinç / farkındalık, diğer deneyim türlerinden farklılaşarak yaratıcı deneyim için bir ön koşuldur.

7. Yöntem

Yaratıcı turizm kavramı kapsamında yapılan çalışmaların bibliyometrik incelenmesi olarak amaçlanan çalışmada Web of Science veri tabanında taramalar gerçekleştirilmiştir. “creative tourism” kelimeleri seçilmiş ve bu alanda yapılan 470 çalışma tespit edilmiştir. Elde edilen bilgilerin değerlendirilmesinde Web of Science veri tabanı ile birlikte Vosviever yazılım aracılığıyla bilgilerin değerlendirilmesi yapılmıştır. Araştırmada elde edilen çalışmalar yayınlanma yılı, yayınlandığı ülke ve aldıkları atıf sayısı gibi kriterler kapsamında incelenmiştir.

8. Bulgular

8.1. Yaratıcı Turizm Kapsamında Gerçekleştirilen Araştırmalarının Bibliyometrik Analizi

Web of Science veri tabanında yapılan sorgu kapsamında 2005 ve 2024 yıllarına ait yaratıcı turizm kavramı ile ilgili toplamda 470 adet çalışmanın gerçekleştirildiği sonucu elde edilmiştir. Yapılan araştırmaların yıllara göre dağılımı tablo 3’te yer almaktadır. Buna göre yapılan ilk çalışmanın 2005 yılana ait olduğu, en fazla yayının ise 2021 ve 2019 yıllarına ait olduğu görülmektedir.

Tablo 3. Çalışmaların Yıllara Göre Dağılımı

Yıl	N
2021	156
2019	56
2020	52
2023	35
2016	29
2017	24
2022	22
2024	19
2015	14
2014	10
2013	6
2012	5

2007 ve 2009	4
2008, 2010 ve 2011	3
2005 ve 2006	1

Yaratıcı turizm kavramına ilişkin çalışmaların ülkelere göre dağılımı tablo 4'te er almaktadır. Tabloda yaratıcı turizm kavramına ilişkin en fazla yayın yapan 10 ülkeye yer verilmiştir. Yapılan analiz sonuçlarına göre en fazla yayının Endonezya'ya (N: 125) ait olduğu görülmektedir. En az yayın yapan ülkenin ise İngiltere (N: 14) olduğu görülmektedir.

Tablo 4. Çalışmaların Ülkelere Göre Dağılımı

Ülke	N
Endonezya	125
Portekiz	70
Çin	61
İspanya	26
Hırvatistan	20
Malezya	19
Brezilya	17
Tayvan	17
Hollanda	15
İngiltere	14

Çalışmaya dahil olan araştırmaların hangi dillerde yazıldığına dair bilgiler tablo 5'te yer almaktadır. Buna göre en fazla yazım dili olarak İngilizce sonrasında ise İspanyolca olduğu görülmektedir. En az yazılan diller ise Almanca, Slovakça ve Türkçe'nin olduğu sonucu elde edilmiştir.

Tablo 5. Çalışmaların Yazılan Dillere Göre Dağılımı

Dil	N
İngilizce	437
İspanyolca	14
Portekizce	10
Çince, Çekçe ve Hırvatça	2
Almanca, Slovakça ve Türkçe	1

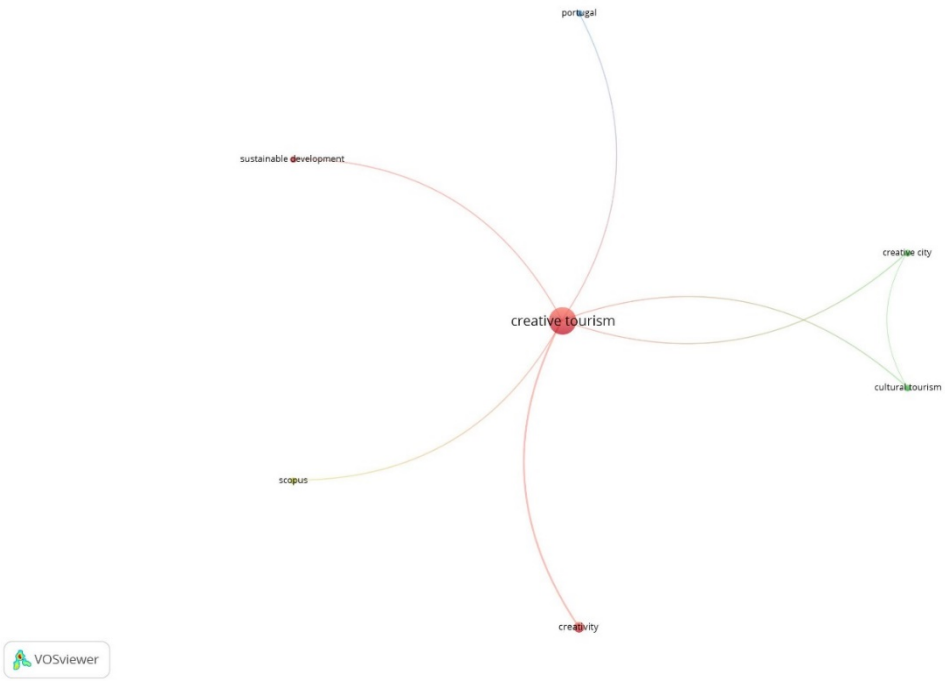
Araştırmaya konu olan çalışmalar incelendiğinde en fazla atıf alan 10 çalışma tablo 6'da yer almaktadır. Tabloya göre Richard ve Wilson tarafından 2006 yılında yapılan araştırma 519 alıntılama ile en fazla alıntı yapılan çalışma olarak görülmektedir. Bu araştırmayı 489 alıntılama sayısı ile Richards tarafından 2011 yılında yapılan araştırmanın takip ettiği sonucu elde edilmiştir. 255 alıntılama ile en fazla atıf alan üçüncü çalışma ise Ali, Ryu ve Hussain tarafından 2016 yılında yayınlanan araştırma olduğu analiz sonucunda tespit edilmiştir.

Tablo 6. En Fazla Atıf Alan 10 Çalışma

Yazar	Başlık	Dergi	Yıl	Alıntı
Richards, Greg; Wilson, Julie	Developing creativity in tourist experiences: A solution to the serial reproduction of	TOURISM MANAGEMENT	2006	519

	culture?			
Richards, Greg	Creatıvıty and Tourısm The State of the Art	ANNALS OF TOURISM RESEARCH	2011	489
Ali, Faizan; Ryu, Kisang; Hussain, Kashif	Influence Of Experıences On Memorıes, Satısfactıon And Behavıoral Intentıons: A Study Of Creatıve Tourısm	JOURNAL OF TRAVEL & TOURISM MARKETING	2016	255
Richards, Greg	Creativity and tourism in the city	CURRENT ISSUES IN TOURISM	2014	187
Tan, Siow-Kian; Kung, Shiann-Far; Luh, Ding-Bang	A Model Of 'Creatıve Experıence' In Creatıve Tourısm	ANNALS OF TOURISM RESEARCH	2013	166
Hung, Wei-Li; Lee, Yi-Ju; Huang, Po-Hsuan	Creative experiences, memorability and revisit intention in creative tourism	CURRENT ISSUES IN TOURISM	2016	165
Chang, Lan-Lan; Backman, Kenneth F.; Huang, Yu Chih	Creative tourism: a preliminary examination of creative tourists' motivation, experience, perceived value and revisit intention	INTERNATIONAL JOURNAL OF CULTURE TOURISM AND HOSPITALITY RESEARCH	2014	151
Suhartanto, Dwi; Brien, Anthony; Primiana, Ina; Wibisono, Nono; Triyuni, Ni Nyoman	Tourist loyalty in creative tourism: the role of experience quality, value, satisfaction, and motivation	CURRENT ISSUES IN TOURISM	2020	149
Richards, Greg	Designing creative places: The role of creative tourism	ANNALS OF TOURISM RESEARCH	2020	131
Tan, Siow-Kian; Luh, Ding-Bang; Kung, Shiann-Far	A taxonomy of creative tourists in creative tourism	TOURISM MANAGEMENT	2014	114

Araştırmalarda kullanılan anahtar kelimelere ilişkin ağ incelendiğinde; creative tourism, scopus, sustainasble development, portugal, creative city, cultural tourism ve creativity kelimelerin ön plana çıktığı görülmüştür. Dolayısıyla bu araştırmada yapılan analizler sonucunda gelecek araştırmalara ilişkin yaratıcı turizm çalışmalarının önceki çalışmalarda hangi konularda ilişkilendirildiğine dair fikir oluşturacağını söylemek mümkün görülmektedir.



Görsel 1. Anahtar Kelime Ağı

Sonuç

Yapılan araştırmalar dünya ekonomisindeki ekonomik faaliyetlerin %10'nun turizm sektörüne ait olması, turizm sektörünün ekonomik açıdan oldukça büyük bir sektör olduğunu göstermektedir. Turizm her ne kadar dinlenme, eğlenme ve rekreasyon işlevleri olarak algılansa da bunların dışında öğrenme işlevine de sahiptir. Bu bağlamda yaratıcı turizm bu işlevin gerçekleşmesinde oldukça önemli bir yere sahiptir. Yaratıcı turizm, mevcut turizm geliştirme modellerini değiştirme ve turist deneyiminin çeşitlendirilmesine ve yenilenmesine katkıda bulunma potansiyeline sahip yeni bir turizm şeklidir. Bu sayede yaratıcı turizm, yerel ekonomik, sosyal ve kültürel kalkınmanın teşvik edilmesine yardımcı olabilir.

Bu çalışma yaratıcı turizm kavramına ilişkin çalışmaların analizini gerçekleştirerek bu kavram üzerinde ne tür çalışma alanlarının yapılabileceğine katkı sağlamak için gerçekleştirilmiştir. Araştırmada web of science veri tabanı ile 470 adet çalışmaya ulaşılmıştır. Çalışmaların en fazla yapıldığı yıllar 2019 ve 2021 yılları olduğu tespit edilmiştir. Bu durum kavrama ilişkin farkındalığın son yıllarda olduğunu göstermektedir. Ayrıca kavrama ilişkin en fazla çalışma Endonezya ve Portekiz olduğu yine yapılan analizler çerçevesinde elde edilmiştir. Diğer ülkelerin bu kavram üzerinde farkındalığın daha az olduğunu göstermektedir. Ülkemiz açısından bakıldığında maalesef ilk on ülke arasında olmadığı görülmüştür. Bu durum Türkiye'de yaratıcı turizme ilişkin faaliyet ve çalışmaların yeterli seviyede olmadığını göstermektedir. Araştırma kapsamında elde edilen veriler arasında en fazla İngilizce ve İspanyolca dillerinde araştırmaların yazıldığı, ayrıca en fazla atıf sayısının da Richard ve Wilson tarafından 2006 yılında yapılan çalışma ve ikinci olarak Richard tarafından 2011 yılında yapılan araştırma olduğu sonucu elde edilmiştir. Bu durum Richard adlı araştırmacının yaratıcı turizm üzerinde durduğunu göstermektedir.

Küpeli (2017) araştırması sonucunda Türkiye'de yaratıcı turizm hakkında hem akademik çalışmaların hem de sektörel faaliyetlerin yetersiz olduğunu, bununla birlikte yaratıcı turizm faaliyetlerinin turizmin gelişimi ile ilgili plan ve politikalarda yer almadığı sonucunu elde etmiştir. Dolayısıyla Türkiye turizmi kapsamında yaratıcı turizme gereken önemin verilmediği ve yaratıcı turizmin ile sektör arasındaki ilişkilerin yeterli seviyede olmadığı söylenebilir.

Akdu (2019) araştırmasında yaratıcılığın günümüzde sürdürülebilir gelişme için önemli bir araç olduğunu vurgulamıştır. Bunula birlikte yaratıcılığın ve kültürün ekonomik fayda sağlama potansiyelinin farkına varılması durumunda yaratıcılığın ve kültürün önem kazanmasının kaçınılmaz olacağı vurgulanmıştır. Ayrıca yaratıcı turizmin faydaları, sürdürülebilirlik yaklaşımı perspektifinde değerlendirildiğinde yaratıcı turizmin sürdürülebilir turizm gelişimini desteklediği yazar tarafından ifade edilmiştir. Son olarak yaratıcı turizmin bir bölgenin veya ülkenin sahip olduğu kültürel ve tarihi değerlerin korunmasında oldukça önemli bir yere sahip olduğu sonucu elde edilmiştir.

Bu araştırma sadece web of science veri tabanından elde edilen bilgiler kapsamında yapılmıştır. Bu bağlamda gelecekte yapılacak araştırmaların diğer veri tabanları ile yapılması kavrama ilişkin bütünsel perspektif oluşmasını sağlayacaktır.

Kaynakça

Akdu, S. (2019) Sürdürülebilir Turizm Gelişimi ve Yaratıcı Turizm. *Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Elektronik Dergisi,* C:10 S: Ek Sayı s.132-139

Ali, F., Ryu, K. ve Hussain, K. (2016). Influence of experiences on memories, satisfaction and behavioral intentions: A study of creative tourism. *Journal of Travel & Tourism Marketing,* 33(1), 85-100. http://dx.doi.org/10.1080/10548408.2015.1038418

Barker, A. (2002) *Yenilikçiliğin Simyası (*Çev: Ahmet Kardam), Türkiye Metal Sanayicileri Sendikası, İstanbul

Bentley, T; (1996) *Takımınızın Yeteneklerini Geliştirmede Yaratıcılık.* (Çev: Onur Yıldırım, 1999), Hayat Yayıncılık, İstanbul

Bono, E. De. (1996) *Rekabetüstü*. (Çev: Oya Özel), Remzi Kitabevi, İstanbul

Carreau, S. (2010) *Montréal"s Presence In Santa Fe, Creative tourism A Global Conversation - How to Provide Unique Creative Experiences for Travelers Worldwide*, Der. Wurzburger R., Aageson T., Pattakos A., ve Pratt S., 108-117, Sante Fe, New Mexico: Sunstone Press

Chang, L.-L., F. Backman, K., ve Chih Huang, Y. (2014). Creative Tourism: A Preliminary Examination of Creative Tourists' Motivation, Experience, Perceived Value and Revisit İntention. *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, 8(4) s.401–419

Güven, A. (2016) *Sürdürülebilir Turizm Kapsamında Yaratıcı Turizm: Antalya İli Örneği* (Tez no. 431227) [Yüksek Lisans Tezi, Akdeniz Üniversitesi]. Yükseköğretim Kurulu Ulusal Tez Merkezi.

Hung, W.-L., Lee, Y.-J., ve Huang, P.-H. (2014). Creative Experiences, Memorability and Revisit Intention in Creative Tourism. *Current Issues in Tourism,* 19(8) s.763–770

Intelı, (2011) Creative-based Strategies in Small and Medium-sized Cities: Guidelines for Local Authorities. s.1-124.

Ivcevic, Z. ve Mayer, J. D. (2009) MappingDimensions of Creativity in The Life Space. *Creativity Research Journal,* 21 (2-3) s.152–165

Küpeli, T. (20174) Yaratıcı Ekonomide Turizm Sektörünün Yeri: Yaratıcı Turizm Faaliyetlerine Yönelik Bir Değerlendirme. *Gazi Üniversitesi Turizm Fakültesi Dergisi* 1 s.22-51

Minhua, J. (2010) *Searching for Our Own „Pueblo" Reflections on a Visit to the Magic City of Santa Fe, Creative tourism A Global Conversation - How to Provide Unique Creative Experiences for Travelers Worldwide,* Der. Wurzburger R., Aageson T., Pattakos A., ve Pratt S., 156-161, Sante Fe, New Mexico: Sunstone Press

Ohridska-Olson, R. ve Ivanov, S. (2010) Creative Tourism Business Model and Its Application in Bulgaria, Proceedings of the Black SeaTourism Forum, Cultural Tourism-The Future of Bulgaria, Varna, Bulgaristan

Öncü, T. (1992) Yaratıcılığın Betimlenmesi ve Yaratıcılık Üzerine Çevresel Etkiler. *Ankara Üniversitesi Dil ve Tarih-Coğrafya Fakültesi Felsefe Bölümü Dergisi,* 14 (1), s.255-264

Özdaşlı, K., Özdaşlı, E., Alparslan, A. M. (2010) Yaratıcı Turizm: Isparta İli Profili ve Uygulama Modeli Önerisi. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi,* 7 (1) s.17-24.

Pratt, S. V. (2010) *Exploring the Cultures of Santa Fe: The Santa Fe Creative Tourism Experiences Track, Creative tourism A Global Conversation - How to Provide Unique Creative Experiences for Travelers Worldwide*, Der. Wurzburger R., Aageson T., Pattakos A., ve Pratt S., 209-217, Sante Fe, New Mexico: Sunstone Press

Raymond, C. (2009) *The Practical Challanges of Developing Creative Tourism, Creative Tourism: A Global Conversation, Wurzburger,* R., Aageson, T., Pattakos, A., ve Pratt, S., Sante Fe, New Mexico: Sunstone Press, s. 145-157

Raymond, C. (2009) The Practical Challenges of Developing Creative Tourism Creative Tourism, *A Global Conversation* s.63-69

Richards, G. (2009a). *Creative Tourism and Local Development", Creative Tourism: A Global Conversation,* Der. Wurzburger, R., Pattakos, A. ve Pratt, S., 78-90, Santa Fe: Sunstone Press

Richards, G. (2011) Creativity and Tourism: The State of the Art. *Annals of Tourism Research*, 38 (4) s.1225-1253

Richards, G. (2014) Creativity and Tourism in the City. *Current Issues in Tourism*, 17 (2) s.119–144

Richards, G. (2020). Designing creative places: The role of creative tourism. *Annals of tourism research,* 85, 102922. https://doi.org/10.1016/j.annals.2020.102922

Richards, G. ve Raymond, C. (2000) Creative Tourism. *Atlas News,* 23 s.16-20

Richards, G. ve Wilson, J. (2006) Tourism, Creativity and Development. *London: Routledge*

Richards, G. ve Wilson, J. (2006). Developing creativity in tourist experiences: A solution to the serial reproduction of culture?. *Tourism management,* 27(6), 1209-1223. https://doi.org/10.1016/j.tourman.2005.06.002

Samen, S. (2008) İşletmelerde Yaratıcılığın Önemi. *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi,* 17 (2), s.363-378

Suhartanto, D., Brien, A., Primiana, I., Wibisono, N. ve Triyuni, N. N. (2020). Tourist loyalty in creative tourism: the role of experience quality, value, satisfaction, and motivation. *Current Issues in Tourism,* 23(7), 867-879.

Tan, S. K. Luh, D. B. ve Kung, S. F. (2014) A Taxonomy of Creative Tourists in Creative Tourism. *Tourism Management,* 42 s.248-259. https://doi.org/10.1016/j.tourman.2013.11.008

Tan, S., Kung, S. ve Luh, D. (2013) A Model Of Creatıve Experıence in Creatıve Tourısm. *Annals of Tourism Research,* Vol: 41 s.153-174

UNESCO (2006) Towards Sustainable Strategies for Creative Tourism, Discussion Report of the Planning Meeting for 2008 International Conference on Creative Tourism. *Santa Fe, New Mexico,* U.S.A., 25-27 Ekim

Zoğal, V. ve Emekli, G. (2017) Yaratıcı Turizme Kavramsal ve Coğrafi Bir Yaklaşım. *Ege Coğrafya Dergisi* 26/1 s.21-34