



## Turizmde Göz İzleme Alanında Gerçekleştirilen Çalışmalara Yönelik Literatür Analizi (A Literature Analysis on Studies in the Field of Eye Tracking in Tourism)

\* Murat ÇUHADAR <sup>a</sup> , Büşra AŞIROĞLU <sup>b</sup> , Sevinç İSAYEVA AKSOY <sup>b</sup>

<sup>a</sup> Süleyman Demirel University, Faculty of Economics and Administrative Sciences, Department of Tourism Management, Isparta/Turkey

<sup>b</sup> Süleyman Demirel University, Institute of Social Sciences, Department of Tourism Management, Isparta/Turkey

### Makale Geçmişi

Gönderim Tarihi: 20.10.2021

Kabul Tarihi: 28.12.2021

### Anahtar Kelimeler

Turizm

Göz izleme

Literatür taraması

### Öz

Son yıllarda pazarlama, turizm gibi sosyal bilim dallarında kullanılmaya başlanan tekniklerden birisi de göz izleme tekniğidir. Göz izleme, bireylerin dış dünyaya yönelik algıları ile ilgili fikir edinilmesinde ve görsel dikkat ve tercihlerinin belirlenmesinde kullanılan etkili tekniklerden biri olarak kabul edilmektedir. Bu çalışmada tıp, pazarlama, nöropazarlama, psikoloji gibi disiplinlerinde sıkça kullanılan, son yıllarda turizm alanında da muhtelif çalışmaların yer aldığı gözlenen “göz izleme” tekniği kullanılarak gerçekleştirilen çalışmaların detaylı literatür analizi sunulmuştur. Araştırma kapsamında değerlendirilen çalışmalar Web of Science (WoS) veri tabanında yer alan kayıtlardan elde edilmiştir. Bu çerçevede, gerçekleştirilen literatür taraması süreci sonunda toplamda 69 adet çalışma (makale, bildiri, kitap bölümü) incelemeye tabi tutulmuştur. Araştırma kapsamında incelenen çalışmalarda çoğunlukla nicel ve nitel yöntemlerin bir arada kullanıldığı, karma yöntem ve bu yöntemlere katılımcılar ile yapılan görüşmelerin de dâhil edilmesiyle gerçekleştirilen metodolojik üçgenleme yaklaşımı kullanıldığı gözlenmiştir. Araştırmada dikkat çeken bir diğer önemli husus ise, turizm alanında göz izleme teknik ve uygulamaları ilgili Türkiye’de yayınlanan herhangi bir çalışmanın olmayışıdır. Bu bulgu, aynı zamanda kaleme alınan bu çalışmanın özgünlüğünü ve literatürdeki boşluğu doldurmaya yönelik çabasını da ortaya koymaktadır. Sağlık, tıp, psikoloji pazarlama vb. muhtelif alanlarda daha önceleri kullanılan, turizmde ise son yıllarda popüler hale gelen göz izleme tekniklerine dayalı araştırmaların yapılmasının sektörel faydaları ile birlikte turizm alanındaki disiplinlerarası bilimsel yazına da katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

### Keywords

Tourism

Eye tracking

Literature review

### Abstract

One of the techniques that has been used in social sciences such as marketing and tourism in recent years is the eye tracking technique. Eye tracking is accepted as one of the effective techniques used in obtaining an idea about individuals' perceptions of the outside world and determining their visual attention and preferences. In this study, a detailed literature analysis of the studies carried out using the "eye tracking" technique, which is frequently used in disciplines such as medicine, marketing, neuromarketing, and psychology, and which has been observed in the field of tourism in recent years, has been presented. The studies evaluated within the scope of the research were obtained from the records in the Web of Science (WoS) database. In this framework, at the end of the literature review process, a total of 69 studies (articles, papers, book chapters) were examined. It was observed that in the studies examined within the scope of the research, quantitative and qualitative methods were mostly used together, mixed method and methodological triangulation approach, which was carried out by including interviews with the participants, was used in these methods. Another important point that draws attention in the research is that there is no study published in Turkey regarding eye tracking techniques and applications in the field of tourism. This finding also reveals the originality of this study and its effort to fill the gap in the literature. It is thought that researches based on eye tracking techniques, which were used in various fields such as health, medicine, psychology and marketing, and which have become popular in tourism in recent years, will contribute to the interdisciplinary scientific literature in the field of tourism, together with the sectoral benefits.

### Makalenin Türü

Araştırma Makalesi

\* Sorumlu Yazar

E-posta: muratcuhadar@sdu.edu.tr (M. Çuhadar)

DOI:10.21325/jotags.2021.933