

# JOSITR

Journal of Sivas Interdisciplinary Tourism Research



**SIVAS CUMHURİYET UNIVERSITY  
TOURISM FACULTY**



# Sivas İnterdisipliner Turizm Araştırmaları Dergisi

(SİTA)

Vol. 7, Issue 2, 2024



## Sivas İnterdisipliner Turizm Araştırmaları Dergisi

(SİTA) ISSN: 2651-2742

Yıl : 2024 Sayı:7 Cilt: 2

### About Us

Sivas İnterdisipliner Turizm Araştırmaları Dergisi 2017 yılında yayın hayatına başlamıştır. Sivas İnterdisipliner Turizm Araştırmaları Dergisi yılda iki kez (Bahar-Güz) yayınlanan ulusal hakemli bir dergidir. Sivas İnterdisipliner Turizm Araştırmaları Dergisi turizm literatürünün geliştirilmesine katkı sağlayacak konularda (Sosyal-Beşeri Bilimler, Turizm, İşletme, Gastronomi ve Mutfak Sanatları, Yiyecek-İçecek, Turizm Ekonomisi, Yönetim, Pazarlama, Turizm Sosyolojisi, Rekreasyon, Turizm Coğrafyası, Sağlık Turizmi, İletişim, Spor, Kültür, Muhasebe, Sanat Tarihi vb.) yapılmış araştırma veya inceleme yazılarını kabul etmektedir.

### Editor

Prof. Dr. Hakan KOÇ

### Editör Yardımcısı

Doç. Dr. Mustafa İŐKIN

### Editorial Board

Prof. Dr. Hakan KOÇ (hakankoc@cumhuriyet.edu.tr)

Prof. Dr. Erkan SAğLIK (esaglik@cumhuriyet.edu.tr)

Doç. Dr. İbrahim Tuğkan ŞEKER (tseker@cumhuriyet.edu.tr)

Doç. Dr. Mustafa İŐKIN (mustafaiskin@cumhuriyet.edu.tr)

Doç. Dr. Emre HASTAOğLU (ehastaoglu@cumhuriyet.edu.tr)

Öğr. Gör. Evrim YILDIZ (muhammedyildiz@cumhuriyet.edu.tr)

### Yayın Kurulu Sekreteri

Arş. Gör. Furkan Atasoy KARACABEY

### İndeksler



## Yayın Kurulu

Prof. Dr. Adnan TÜRKSÖY-Ege Üniversitesi

Prof. Dr. Akin AKSU-Akdeniz Üniversitesi

Prof. Dr. Azize HASSAN-Gazi Üniversitesi

Prof. Dr. Cafer TOPALOĞLU-Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi

Prof. Dr. Cevdet AVCIKURT-Balıkesir Üniversitesi

Prof. Dr. Derman KÜÇÜKALTAN- İstanbul Arel Üniversitesi

Prof. Dr. Füsun İSTANBULLU DİNÇER- İstanbul Üniversitesi

Prof. Dr. Kemal BİRDİR-Mersin Üniversitesi

Prof. Dr. Kurtuluş KARAMUSTAFA-Erciyes Üniversitesi

Prof. Dr. Mithat ÜNER-Atılım Üniversitesi

Prof. Dr. Mithat Zeki DİNÇER-İstanbul Üniversitesi

Prof. Dr. Muammer MESCİ -Düzce Üniversitesi

Prof. Dr. Nuzhet KAHRAMAN-İstanbul Ticaret Üniversitesi

Prof. Dr. Orhan İÇÖZ- Yaşar Üniversitesi

Prof. Dr. Osman Avşar KURGUN-Dokuz Eylül Üniversitesi

Prof. Dr. Şenol ÇAVUŞ-Adnan Menderes Üniversitesi

Prof. Dr. Umut AVCI- Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi

Doç. Dr. Burhan KILIÇ- Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi

Doç. Dr. Duran CANKÜL-Eskişehir Osmangazi Üniversitesi

Doç. Dr. Gökçe YÜKSEK-Anadolu Üniversitesi

Doç. Dr. Hacı Mehmet YILDIRIM- Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi



<b>Contents</b>	
<b>DEĞİŞEN TOPLUMSAL İLİŞKİLER BAĞLAMINDA EVCİL HAYVAN TURİZMİ</b> Sociological Dimensions of Human and Animal Interaction in the Context of Changing Social Relations	1-17
<b>ECONOMIC SECURITY AND MIGRATION WITHIN THE EUROPEAN UNION</b> Avrupa Birliği'nde Ekonomik Güvenlik ve Göç	18-38
<b>EDUCATION PROJECTS IN MUSEUMS AND IMPACT IN TOURISM</b> Müzelerde Eğitim Projeleri ve Turizme Etkisi	39-49
<b>GEÇMİŞTEN GÜNÜMÜZE ORTAOKUL SOSYAL BİLGİLER DERSİ ÖĞRETİM PROGRAMLARINDA SOMUT KÜLTÜREL MİRASIN YERİ</b> The Place Of Tangible Cultural Heritage In Secondary School Social Studies Curricula From Past To Present	50-67
<b>GELENEKSEL MARAŞ KELLE PAÇASININ BAZI ÖZELLİKLERİNİN BELİRLENMESİ</b> Determination of Some Properties of Traditional Maraş Kelle Paça	68-76
<b>İSVEÇ'İN TURİZM POLİTİKASI VE GÖTEBORG DESTİNASYONU</b> Tourism Policy of Sweden and Gothenburg Destination	77-92
<b>KEÇİBOYNUZU UNUNUN ÇİKOLATALI PUDİNG YAPIMINDA KULLANILMASI</b> Using Carob Flour in Making Chocolate Pudding	93-104
<b>KÜMELEME ANALİZİ İLE TURİZM VERİLERİNE GÖRE AKDENİZ ÜLKELERİNİN İNCELENMESİ</b> Examination of Mediterranean Countries According to Tourism Data with Cluster Analysis	105-116
<b>MEDİKAL TURİZM HAREKETLİLİĞİNDE KÜLTÜREL YAKINLIĞA YÖNELİK KAVRAMSAL BİR ÇALIŞMA</b> A Conceptual Study on Cultural Proximity in Medical Tourism Mobility	117-136
<b>SEMBOİZMİN KÖKÜ, ZEVK, ACI ve POLİTİKA İÇİN BİR METAFOR OLARAK: SALVADOR DALÍ'NİN SÜRREALİST YEMEK TABLOLARI</b> The Root of Symbolism as a Metaphor For Pleasure, Pain and Politics: Salvador Dali's Surrealist Food Paintings	137-147
<b>TERMAL TURİZM SEKTÖRÜNDE MÜŞTERİ SAYISININ VE MÜŞTERİ KALIŞ SÜRESİNİN TAHMİNİ: HAMAMÖZÜ TERMAL TURİZM İŞLETMESİ ÖZELİNDE MONTE CARLO SİMÜLASYONU UYGULAMASI</b> Forecasting the Number of Customers and Customer Length of Stay in Thermal Tourism Sector: Monte Carlo Simulation Application in Hamamözü Thermal Tourism Enterprise	148-160

<b>TURİZM, KÜLTÜR TURİZMİ, SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK VE ÇOCUK</b> Tourism, Cultural Tourism, Sustainability and Children	161-171
<b>SİVAS CUMHURİYET ÜNİVERSİTESİ'NDE ÖĞRENİM GÖRMEKTE OLAN YABANCI UYRUKLU ÖĞRENCİLER ÜZERİNE SOSYOLOJİK BİR ÇALIŞMA</b> A Sociological Study On Foreign Students Studying at the Sivas Cumhuriyet University	172-194
<b>TOURISM DEVELOPMENT AND ITS IMPACT IN ECONOMIC GROWTH, EVIDENCE OF NORTH MACEDONIA</b> Turizmin Gelişimi ve Ekonomik Büyümeye Etkisi, Kuzey Makedonya Örneği	195-202
<b>TÜRKİYE'DE TURİZM ALANINDA BLOKCHAIN İLE İLGİLİ YAPILAN ÇALIŞMALARIN BİBLİYOMETRİK ANALİZİ</b> Bibliometric Analysis of Studies on Blockchain in Tourism in Turkey	203-218
<b>KUZEY MAKEDONYA İŞGÜCÜ SERMAYESİ ÜZERİNE BİR DEĞERLENDİRME</b> An Evaluation On Labour Capital In North Macedonia	219-228
<b>SEYAHAT ACENTALARINDA DİJİTALLEŞME: İSTANBUL ÖRNEĞİ</b> Digitalization in Travel Agencies: The Case of Istanbul	229-242
<b>TÜRKİYE'DE VE İRAN'DA YAŞAYAN YEREL HALKIN "TURİZM" KAVRAMINA YÖNELİK BAKIŞ AÇILARININ FENOMENOLOJİK BİR YAKLAŞIMLA KARŞILAŞTIRMASI</b> A Phenomenological Comparison Of The Perspectives Of Local People Living In Turkey And Iran Towards The Concept Of "Tourism"	243-261
<b>AV TURİZMİ VE TABİAT TURİZMİ İLİŞKİSİ</b> The Relationship Of Hunting Tourism And Natural Tourism	262-277
<b>ÖRGÜT KÜLTÜRÜ, ÇALIŞANLARIN ÖRGÜTSEL BAĞLILIK VE MOTİVASYON DÜZEYLERİ İLE PERFORMANS ARASINDAKİ İLİŞKİ ÜZERİNE BİR DEĞERLENDİRME</b> An Evaluation on the Relationship Between Organizational Culture, Organizational Commitment and Motivation Levels of Employees and Performance	278-290
<b>DİYARBAKIR İLİNİN KÜLTÜREL MİRASLARININ TURİZM POTANSİYELİ VE YEREL HALKIN GÖRÜŞLERİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA</b> A Study on the Tourism Potential of Diyarbakır's Cultural Heritage and the Perspectives of the Local Community	291-316
<b>DİJİTAL MÜZECİLİK UYGULAMALARINA YÖNELİK TURİST REHBERİ ALGILARI: ÇATALHÖYÜK TANITIM VE KARŞILAMA MERKEZİ ÖRNEĞİ</b> Tourist Guide Perceptions of Digital Museology Applications: The Case of Çatalhöyük Promotion and Welcome Center	317-337

**TÜRKİYE VE KUZEY MAKEDONYA KÜLTÜR VE TURİZM İLİŞKİLERİ ÜZERİNE BİR  
DEĞERLENDİRME**  
**A Review On The Cultural And Tourism Relations Between Turkey And North Macedonia**

338-349



ISSN: 2651-2742  
2024- Cilt: 7 Sayı: 2  
Sayfa: 1-17.

Dergi Web Sitesi: <http://sita.cumhuriyet.edu.tr/tr/>

Gönderilme Tarihi:31.10.2024

Kabul Tarihi:11.11.2024

Derleme Makalesi (Review Article)

## DEĞİŞEN TOPLUMSAL İLİŞKİLER BAĞLAMINDA EVCİL HAYVAN TURİZMİ

Sociological Dimensions of Human and Animal Interaction in the Context of Changing Social Relations

Ercan ŞAHBUDAK\* 

Sivas Cumhuriyet Üniversitesi,  
Edebiyat Fakültesi

### ÖZ

Hayvanlar, ilk zamanlardan beri insanların hayatlarında önem arz eden canlılar olmuşlardır. Türü fark etmeksizin birçok hayvan, çeşitli konularda insan yaşamına dahil olmuş ve olmaya devam etmektedir. Geçmişte özellikle avlanmak, beslenmek, ısınmak ve güvenlik sağlamak gibi görevler için hayvanlarla ilişki kurulurken son yıllarda bu ilişkinin amacı ve kapsamı genişlemiş; bazı türlerin insan hayatına etkileri farklılaşmıştır.

Evcil hayvan beslemek, sadece bireysel bir tercih olmanın ötesinde, toplumsal ilişkileri ve kültürel normları da şekillendiren önemli bir olgudur. İnsanlar, tarih boyunca hayvanlarla çeşitli şekillerde etkileşimde bulunmuş ve bu etkileşimler, toplumların sosyal yapısını ve kültürel değerlerini derinden etkilemiştir. Günümüzde evcil hayvan sahipliği, bireylerin yaşam kalitesini artırmanın yanı sıra, toplumsal bağları güçlendiren ve sosyal sermayeyi zenginleştiren bir unsur olarak karşımıza çıkmaktadır. Sanayileşmeyle birlikte yaşanan hızlı değişimler, toplumsal ilişkilerde yeni dinamikler yaratmış ve bireylerin sosyal bağlarını zayıflatmıştır. Özellikle de günümüzde yalnızlaşma ve yabancılaşmaya paralel olarak gelişen bir sürü toplumsal ve psikolojik sorunlarla baş etme de evcil hayvanlarla kurulan ilişkiler, bireylerin duygusal ve psikolojik sağlığını olumlu yönde etkileyerek, toplumsal refahın artmasına katkıda bulunmaktadır.

Son zamanlarda hayvanlarla kurulan ilişkiler, sadece evcil hayvan sahipliği ile sınırlı kalmayıp, terapi, eğitim, bilimsel araştırmalar ve çevre koruma gibi birçok alanda kendini göstermektedir. Evcil hayvanlar, insanların duygusal ve fiziksel sağlığını olumlu yönde etkilerken, hayvan destekli terapiler çeşitli rahatsızlıkların tedavisinde kullanılmaktadır.

\* Sorumlu Yazar: esahbudak@cumhuriyet.edu.tr

Önerilen Atıf: Şahbudak E. (2024). Değişen Toplumsal İlişkiler Bağlamında Evcil Hayvan Turizmi, Sivas İnterdisipliner Turizm Araştırmaları Dergisi, 7(2), 1-17.

Ayrıca, hayvan sahiplenme, geniş bir endüstriyi desteklemekte ve ekonomik faaliyetleri canlandırmaktadır. Hayvanlarla ilgili sektörler, önemli bir ekonomik faaliyet alanı oluşturarak istihdam yaratmakta ve ekonomik büyümeye katkı sağlamaktadır. Evcil hayvan turizmi de son zamanlarda gelişmeye ve üzerinde araştırmalar yapılmaya başlanan bir sektör haline gelmiştir.

Bu makalede, evcil hayvan beslemenin toplumsal boyutları ele alınmış ve bu olgunun sosyo-ekonomik ve kültürel unsurları, tarihsel gelişimi göz önüne alınarak, günümüze kadar geniş bir perspektif açısıyla incelenmiştir. Çalışmanın amacı, evcil hayvanların insanların hayatlarında giderek daha merkezi bir rol oynamaya başladıklarını belirtmek ve bunun turizm endüstrisi için etkilerini vurgulamaktır. Bunun yanı sıra makalede, evcil hayvanların turizmdeki konumuna ilişkin yapılan akademik çalışmaların yetersizliğinin de altı çizilmektedir.

**Anahtar Kelimeler:** Evcil Hayvan, Kültür, Tüketim Toplumu, Turizm

## ABSTRACT

Animals are living creatures that have had an important place in people's lives since ancient times. Regardless of their species, many animals have been and continue to be involved in human life in various aspects. While in the past, relationships with animals were established for tasks such as hunting, feeding, warming and providing security, in recent years the purpose of this relationship has expanded and the effects of some species on human life have differed.

Having a pet is more than just an individual choice, it is also an important phenomenon that shapes social dynamics and cultural norms. Throughout history, humans have interacted with animals in various ways, and these interactions have profoundly affected the social structure and cultural values of societies. Today, pet ownership, in addition to improving the quality of life of individuals, emerges as an element that strengthens social ties and enriches social capital. The rapid changes experienced with industrialization have created new dynamics in social relations and weakened the social ties of individuals. Especially in coping with many social and psychological problems that develop in parallel with loneliness and alienation today, relationships established with pets contribute to the increase of social welfare by positively affecting the emotional and psychological health of individuals.

Today, our relationship with animals is not limited to pet ownership, but also manifests itself in many areas such as therapy, education, scientific research and environmental protection. While pets positively affect people's emotional and physical health, animal-assisted therapies are used to treat a variety of ailments. Additionally, animal ownership supports a broad industry and stimulates economic activities. Animal-related sectors constitute an important area of economic activity, creating employment and contributing to economic growth.

In this article, the social dimensions of keeping pets are discussed and the socio-economic and cultural elements of this phenomenon are examined from a broad perspective, starting from its historical development until today. The aim of this article is to highlight that pet dogs are playing an increasingly central role in people's lives and the consequences of this for the tourism industry. In addition, the article identifies a lack of analysis regarding the position of pet dogs in tourism.

**Key Words:** Pet, Culture, Consumer Society, Tourism

## 1. Tarihsel Süreçte Hayvanların Evcilleştirilmesi

Yüzyıllar içerisinde değişim gösteren insan-hayvan ilişkisi; özellikle evcilleşmenin başlamasıyla sosyal ilişkilerin artmasında önemli bir faktör olmuştur (Serpel 2010). Hayvanların insanlarla birlikte yaşaması veya yararlanmak amacıyla hayvanların insanlara alıştırılması olarak tanımlanan evcilleştirme terimi, üç bölümde gruplandırılmaktadır (Köroğlu 2016).

Birinci grup; ürünlerinden faydalanılan sığır, koyun, keçi, deve, domuz, kümes hayvanlarının yanı sıra, av için evcilleştirilen yırtıcı bazı kuşlar, bal arısı ve ipek böceği gibi insanlar tarafından evcilleştirilen hayvanlar iken, İkinci grup; gücünden faydalanılan sığır, at, eşek, deve gibi hayvanlardır. Üçüncü grup dostluklarından faydalanılan kedi, köpek, kuş ve akvaryum balıkları olarak ifade edilmektedir (Köroğlu,2016).

Yaşadığımız dönemde, pek çok insan gündelik yaşamını evcil hayvanı ile paylaşmakta ve onunla yaşlanmaktadır. Bu evcil hayvanlar, geçen zamanla beraber kişilerin yaşı ilerledikçe, sahibine karşı yoldaşlık sunmaktadır (Pamuk, 2015). Dolayısı ile bireylerin hayatında yer alan evcil hayvanlar, bireyle mutualist bir birliktelik yaşamakta; aldıkları bakımın yanında, onlar da sahiplerinin yaşamına birçok yönden katkı sunabilmektedir (Atasoy ve Şen, 2014). Kedi ve köpekler insanlara karşı uyumlu davranışları ile sosyalleşme karakterine sahip beden hareketleri ile sahibiyile iletişim kurabilen canlılardır (Chou, 2012).

## 2. Günümüzde Dünyada ve Türkiye’de Evcil Hayvan Sahipliği

İnsanlar, dünyayı hayvanlarla paylaşmaktadır ve çoğu insan gün içinde hayvanlarla temas halindedir. Hayvanları Koruma Derneği (2008) tarafından yapılan bir çalışmada 93 ülkede tahmini 342 milyon köpek ve 81 ülkede 281 milyon kedi, evlerde insanlarla birlikte evcil hayvan olarak yaşamaktadır (Batson 2008, akt. Melfi, 2014). Çevrimiçi olarak 22 ülkede 27.000’den fazla gönüllü (15 yaş ve üstü) ile yürütülen hayvan sahiplenme ile ilgili küresel çalışmada (Global GfKSurvey, 2016), Türkiye’den 831 katılımcının %50’sinin hayvan sahibi olmadığı, %12’sinin köpek, %15’inin kedi, %16’sının balık, %20’sinin kuş sahibi olduğu tespit edilmiştir (Palaz, 2021:10)

Statista’nın 2020-2021 verilerine bakıldığında dünya genelinde evcil hayvan sahiplenme sayısı özellikle pandeminin hayatımıza girmesi ile birlikte artış göstermiştir. Bununla birlikte evcil hayvan pazarının hacmi her geçen gün daha da büyümektedir. Evcil hayvan sahipliğine bakıldığında The Zebra’nın 2021 yılı için, farklı araştırma şirketlerinin yaptığı birincil araştırmalardan hazırladığı rapora göre dünya genelinde 471 milyon köpek, 370 milyon kedi evcil hayvan olarak beslenmektedir. Dünya çapında, hanelerin %33’ü evcil hayvan sahibidir.

Dünya üzerinde en çok evcil hayvan besleyen ülke Amerika’dır. Amerikan hane halkının yaklaşık %67’si evcil hayvan beslemektedir. Ek olarak Amerika’da evcil hayvan sahibi olan hane halkının %90’ı köpekleri ailenin bir parçası olarak görmektedir

Ülkemizde ise son yıllarda evcil hayvan sahipliği büyük oranda artış göstermiştir. Evcil hayvan besleme oranları özellikle İstanbul, Ankara, İzmir gibi büyük şehirlerde her geçen gün yükselmektedir (Demir ve Uğurlu, 2014). Gerek ithal edilen gerekse üretilen kedi ve köpeklerin sayısı ve çeşitliliği de bunu kanıtlamaktadır (Onur, 2012).

Türkiye’de son dönemde hayvan haklarına dair farkındalığın artmasıyla birlikte evcil hayvanı olan hanelerin sayısında da artış gözlenmiştir. Statista’nın yayımladığı son verilere göre, ülkemizde evlerin %5’inde köpeğin, %15’inde de kedi bulunmasıyla birlikte 19 milyon evcil hayvan olduğu tahmin edilmektedir (www.cumhuriyet.com.tr).

Anadolu Ajansı’nın Tarım ve Orman Bakanlığı’ndan aldığı verilere göre ülkemizde kimliklendirilen hayvan sayısı her geçen gün artmaktadır. 1 Ocak 2021 den 2023 yılına kadar geçen sürede kimliklendirilen hayvan sayısı iki milyona yaklaşmıştır. Bunların 946 bin 296’sı kedi, 638 bin 387’si köpek ve 28’i gelinciklerden oluşmaktadır..

31 Aralık 2022 tarihi itibarıyla ise 855 bin 105’i kedi, 574 bin 240’ı köpek, 25’i gelincik olmak üzere toplam 1 milyon 429 bin 370 ev hayvanı kimliklendirilerek kayıt altına alınmıştır (www.aa.com.tr).

### **3. Kuramsal Çerçeve Evcil Hayvan Sahipliği**

Literatürde insanlar ile hayvanlar arasındaki etkileşimin nedenini açıklayan birden fazla kuramsal çerçeve bulunmaktadır. Kabul görmüş görüşlerden biri “biofili hipotezi”dir (Kruger ve Serpell, 2010). Wilson (1984), “biyofili hipotezi”ni insanın “doğaya ve gerçeğe yakın süreçlere doğuştan gelen odaklanma eğilimi” olarak tanımlamıştır” (Wilson 1984, akt. Gullone, 2000). Biyofili hipotezi, insanların doğaya bağlı olduklarında daha sağlıklı olduklarını savunmaktadır. İnsanların diğer canlılarla temas kurma ve onları görme isteği doğaya olan bağlılığı ile ilişkilendirilmektedir (Gullone, 2000).

Brickel (1985), “öğrenme teorisinde”, terapötik bağlamda hayvanların potansiyel anti-anksiyolitik yararlar sağladığını ifade etmiştir (Brickel 1985, akt. Kruger ve Serpell, 2010). Bir hayvan mevcut olduğunda insanlar kendini daha sakin hissetmektedir. Brickel (1982) insanların ağrı ve rahatsızlık durumunda terapötik bir ortamda hayvanların tampon görevi göreceğini düşünmektedir (Brickel 1982, akt. Kruger ve Serpell, 2010).

Son dönemlerde, evcil hayvan ve sahibi arasındaki ilişkinin Bowlby’nin bağlanma kuramında tanımladığı bakım veren-çocuk veya bakım veren-bebek arasındaki bağlanma yaşantısına paralel olabileceği düşünülmektedir (Marsa- Sambola ve ark., 2017). Birçok insan evcil hayvanlara derinden bağlıdır ve aralarındaki bu bağ gün geçtikçe güçlenmektedir (Herzog, 2010). Bu bağlanmanın insanlar ve hayvanlar için ortak bir ihtiyaç olduğu ileri sürülür (Clements ve ark. 2003). Bu bilgiler doğrultusunda insanlar ve evcil hayvanlarının birbirleri için önemli olduğu ortaya çıkmıştır (Clements ve ark. 2003). Evde beslenen hayvan ailenin bir üyesi olarak kabul edilip, beslenen hayvanın ölümü, aile fertlerinden birinin ölümüne benzer şekilde yasa yol açabilmektedir (Belk,1996).

### **4. Evcil Hayvan Sahibi Olmanın İnsan Yaşamına Etkileri**

Hayvanlarla aynı ortamda bulunmak, bir hayvanla temas etmek fiziksel ve duygusal olarak olumlu etkileşimler yaratabilmekte ve refah seviyesini artırmaktadır (Bouchard ve Landry, 2004, Akt. Akkaya, 2016). Hayvanlarla ilgilenmek, beslemek, temel ihtiyaçlarını gidermek, oyun oynamak (bir kedi veya köpek ile) insanları daha fazla hareket etmeye teşvik ederek, aktifleştirmekte ve hastalıklardaki iyileşme potansiyelini artırmaktadır. Bir hayvanın varlığı insanlar için çok yönlü bir iyilik sağlayıcısı olabilmekte iyileşmekte veya sağlık durumunun korunmasında önemli bir destek sistemi haline gelmektedir (Ballarini , 2003).

Hayvan beslemenin veya hayvanlarla birlikte yaşamının insanların fiziksel ve ruhsal sağlıklarını iyileştirdiği bilinmektedir pek çok birey için hayvan destekli terapiler kullanılmaktadır (Akkaya, 2016).

### **5. İnsan Hayvan Etkileşiminin Sosyal Boyutları**

İnsan ve hayvanlar arasındaki etkileşim, çok eski çağlara dek uzanmaktadır. Yerleşik hayata geçiş ve avcı toplayıcılıktan tarım toplumuna dönüşle birlikte insanın hayatında hayvanlar farklı bir yere gelmiş, birliktelikleri pek çok anlam kazanmıştır. Toplumların ve insan ihtiyaçlarının zamanla değişimi, hayvanlarla olan ilişkilerinin de değişmesine yol açtığını söylemek mümkündür. (Herzog, 2002). Evcil hayvanlar, insanoğlunun değişen fiziki ve duygusal ihtiyaçlarını karşılama konusunda ona yardımcı olmuştur. Geleneksel toplumlarda hayvanlara duyulan ihtiyaç, genellikle onların fiziksel özellikleri nedeniyle olmaktadır günümüzde insanlar, hayvanlara daha çok duygusal ve sosyal ihtiyaçlarını karşılamaları amaçlı yaklaşmaktadır. Evcil hayvanların diğer hayvanlardan ayrılması noktasında Wrye en önemli ayrım noktasını onların gıda olarak görülmemesinin olduğunu söyler (Wrye, 2009: 1084). Sanayileşme ile birlikte hayvanların büyük çiftliklerde insan hayatından soyutlanmış bir şekilde yetiştirilmesi buna neden olmuştur. Her ne kadar bir değişim çerçevesinde hayvanlara bakış açısında farklılaşma olsa da bireylerin hayvanlara muamelesinde kültürel etkiler en etkili unsurlardır (Kafalı, 2022).

Farklı kültürler, hayvanlara farklı anlamlar yüklemiş ve bu ilişkiler çeşitli biçimlerde evrilmiştir. Herzog (2010), farklı kültürlerin hayvanlarla olan ilişkilerinde belirgin farklar olduğunu ve bu farkların, kültürel normlar ve inanç sistemleri tarafından şekillendirildiğini belirtmektedir. Örneğin, bazı Asya kültürlerinde belirli hayvanların kutsal kabul edilmesi, bu hayvanlarla olan ilişkileri derinleştirmiştir.

Bu kültürel çeşitlilik, evcil hayvan sahipliğinin global bir perspektifte incelenmesini gerektirir. Franklin (1999), batı toplumlarında evcil hayvan sahipliğinin, bireylerin sosyal ağlarını genişletme ve yalnızlıkla başa çıkma aracı olarak görüldüğünü belirtirken, diğer kültürlerde farklı motivasyonların ön plana çıktığını ifade etmektedir.

Kültürel formlara yerleşmiş bir şekilde hayvanlarla ilişkilerinde insanın davranış ve sınırlarını belirleyen ana etmenler ihtiyaçlar ve inançlardır (Ambaroğlu, 2007, 15). Kriz dönemleri, bu ihtiyaç ve inançların dalgalanma yaşadığı dönemler olarak hayvanlarla ilişkiler üzerinden toplumsal olana dair görünümü önümüze serebilecek olan bir alandır. Hayvanlarla ilişkilerde kendisinden maddi ve duygusal olarak faydalanılan ayrımı genellikle belirleyici olmaktadır. Geleneksel toplumlarda hayvanlarla ilgili böyle bir ayrım pek görülmez. Gücünden faydalanılan yük hayvanları, etinden ve sütünden faydalanılan hayvanlar hem maddi ihtiyaçların karşılandığı hayvanlar olmuş hem de sahiplerinin duygusal bağlar kurdukları, isimler taktıkları beraber yaşadıkları dert ortakları olmuştur. (Kafalı, 2022)

Tarihsel süreç içerisinde hayvana yüklenen anlamlar, insan odaklı bir yaklaşımla yapılan tanımlamalar, hayvanlara karşı tutumun ve bakış açısının belirleyicisi olmuştur (DeGrazia, 2006). Çetin, evcil hayvan bakımı ve beslemenin sosyolojik olarak anlaşılmasına katkıda bulunurken insanların yaşamında bazı sosyal işlevleri yerine getirdiği ya da doldurduğunu belirtmektedir. Çetin, çalışmasında insanların hayvanlarla etkileşiminde en etkili olan



sosyolojik analizlerden biri de Franklin (1999) tarafından yapıldığını belirtmiştir. Franklin modern Batı dünyası ve hayvanlar arasındaki ilişkiyi, sosyolojik bir şekilde ortaya koymaya çalışan isimlerden biridir. Franklin, çağdaş insanların kentleşme ile yerlerinden olarak, toplumlar arası ilişkilerin bireysel ilişkiler temeline indirildiği ve bunun bir avantaj olarak algılanmasının sağlandığını ifade etmiştir. (Çetin, 2017).

Sanayileşmeyle birlikte yaşanan temel sorunlardan biri de toplumsallığın ağır bastığı bir konumdan bireyselleşmenin öne çıktığı bir durumda yaşanan toplumsal ilişkilerdeki değişim ve dönüşümlerdir. Özellikle de Marx'ın vurguladığı yalnızlaşma ve yabancılaşma evcil hayvanlarla olan ilişkilerin de değişmesine ve farklı bir boyut kazanmasına yol açmıştır. Bu bağlamda önceleri fiziksel varlık ve faydaları açısından toplumsal hayatta yer alan hayvanların zamanla kültürel kimlik ve konum kazandıkları görülmektedir. Arkadaş olarak görülen ve refakat eden hayvanlar, belki de buna en iyi örneği, oluşturmaktadır. Sadece hayvan olarak tanımlanan canlılardan, sevgili aile üyelerine dönüşmüşlerdir (Johnson, 2009).

Hirschman'ın (1994) çalışmalarına göre evcil hayvan sahipliğinin doğrudan sosyal ve psikolojik bağlantıları vardır. Evcil hayvan sahipliği; statü sembolü, prestij sembolü, süs eşyası, maddi gelir düzeyi göstergesi, politik duruş gibi birçok amaç etrafında gerçekleşmesi tüketim kültürünün bir parçası olduğunun göstergesidir. Çünkü evcil hayvan sahipleri, evcil hayvanlarını seçerken onu sadece bir hayvan olarak değil; aynı zamanda hayvanın sergilediği sembolü seçmektedir. Bu noktada evcil hayvan sahipliği, sembolik tüketim kavramıyla yakından ilgilidir. Tüketiciler, evcil hayvan sahiplenerek, evcil hayvanın üstlendiği sembolü de sahiplenmektedirler (Alp, 2022). Bu bağlamda evcil hayvanların bir nevi statü sembolü haline dönüştüğü söylenebilir.

İnsanlar, hayvanlara karşı sevgi besleme, bir yakını kaybetme, çocuklarının istemesi, yalnızlıktan kurtulma, korunma, aktif olma, arkadaş olma, sorumluluk sahibi olma gibi sebeplerle evcil hayvan sahiplenmektedir (Staats ve ark. 2008, Arslantürk ve Ambaroğlu 2007). Beverland ve ark. (2008), evcil hayvan beslemenin bir toplumsal grup içerisinde bulunmaya yardımcı katalizör olarak işlev gördüğünü öne sürmüştür. Evcil hayvanlar, insanların konumlandığı her sistem içinde belirgin bir yer tutmakta ve insan hayatında büyük bir önem taşımaktadır (Sıddıq ve ark, 2018). Michigan Üniversitesi'nin yapılan bir çalışmaya (2018) katılanlar evcil hayvanları, hayattan zevk almalarına yardımcı oldukları, sevildiklerini hissettirdikleri, hayatlarına anlam kattıkları, bir rutine bağlı kalmayı sağladıkları için sahiplendiklerini ifade etmiştir (Janevic ve ark, 2019). Evcil hayvan olarak en çok köpekler tercih edilmektedir. Köpeklerin iletişim kurmadaki başarıları, kolay eğitilebilmeleri, güven vermeleri ve sahiplerine olan bağlılıkları daha fazla sahiplenilme nedenleri olarak sıralanmaktadır (Çakıcı 2019). Kedi ve köpek sahipleri hayvanlarının türüne göre değişiklik gösteren fiziksel aktiviteler gerçekleştirmektedir. Bu aktivitelere oyun oynamak, beslenme boşaltım gibi ihtiyaçlarını gidermek, sosyal aktivitelere katılmak örnek olarak verilebilmektedir (Pamuk 2015).

Öte yandan günümüz toplumunun tüketim toplumu olarak biçimlenmesinden hayvan sahiplenilmesinin de nasibini aldığını görebiliriz. Tüketim artık sadece hayatın devam ettirilmesini amaçlayan temel ihtiyaç maddelerinin elde edilmesi süreci değildir. Bireyler toplumda kimlik inşa etme, statü elde etme, farklılaşma gibi amaçlarla tüketime

yönelmektedirler (Çetin, 2017, 91). Tüketim, taşıdığı sembolik anlamlar vasıtasıyla bireyde farklı olma ve toplumdan farklılaşma hissi oluşturur. Bu farklılık bireyin kimlik inşasında etkili olur. Evcil hayvan sahiplenilmesi konusunda toplumda bu yönde bir eğilimin olduğu gözlemlenebilir. Literatürde buna dair örnekler görülebilir. Örneğin Rusya'da Rotweiller cinsi köpek sahibi olmanın statü göstergesi olduğu ve sahibinin yüksek alım gücüne işaret ettiği için sahibine saygınlık kazandırdığı bildirilmiştir (Koenig'den aktaran, Öztürk, 2020, 15).

Tüketim ürünü, kültürel dünyayı temsil eden bir sembolle ilişkilendirilerek bireyler bazında anlam kazanır. Evcil hayvanlar da kültürel dünyalara ait ayrımların ifadesi olarak karşımıza çıkabilmektedir. Evcil hayvan sahibi olmak maddi yeterliliğe sahip olmanın yanında günümüz dünyasında kendine yeterliliğin bir ifadesi de olabilmektedir.

Ayrıca, son zamanlarda evlilik oranlarının düşmesi, boşanma oranlarının artması ile yalnız yaşayan bireylerin sayısında çoğalma görülmektedir. İlişkisel krizlerle baş başa kalan modern birey için hayvan sahiplenmek başkasına ihtiyacı olmadığını göstermenin ve kendine yetmenin bir sembolü haline gelmiş bulunmaktadır (Kafalı, 2022).

Kafalı'ya (2022) göre, evcil hayvan sahiplenmenin sosyo-psikolojik birtakım anlamları olduğu söylenebilir. Bu anlamların bir kısmının yalnızlığı gidermek, merhamet duygusunu yöneltmek ve tatmin etmek gibi insani yönleri barındırdığı görülmektedir. Diğer bir kısmının ise tüketim nesnesi olarak hayvanlara anlamlar yüklemek, onlar üzerinden toplumsal görünürlük kazanmak ve modern yaşamın getirdiği kuralsızlık ve toplumu hissedememe gibi sorunlara yapay giderme aracı olarak kullanıldığını söylemek mümkündür.

Evcil hayvanla oluşturulan bağ onlara iyi bakmayı da zorunlu kılmaktadır. Hayvan bakımı pek çok yönü içerdiği için evcil hayvan sahiplerinin bu konuda hem bilgi hem de maddi olarak donanımlı olmaları gerekmektedir. Özellikle maddi boyutu düşünüldüğünde evcil hayvan sahipleri çalıştıkları işletmelerin tüm getirisini incelemektedir. Maaş, mesai saatleri, önceden bilinen tatil günleri ve özel yaşam ile iş yaşamının karışmadığı bir yapının içinde olmak sadece çalışan bireyleri değil, evlerinde onları bekleyen evcil hayvanlarını da yaşam kalitesi olarak etkilemektedir (Karhan, 2024: 2).

Günümüzde, evcil hayvanların insanlaştırılmaları sebebiyle doğan ihtiyaç ve istekler doğrultusunda evcil hayvan sektöründe yeni markalar, ürünler ve hizmetler ortaya çıkmaktadır. Çevredeki kişilik algısının, insanların kendileri ile ilgili olarak hayvanlara karşı duyarlı olduklarında gerçekleştiğini göstermektedir. Daha doğrusu insanlar, hayvanın davranışına veya anatomik özelliklerine karşı kendi tepkilerine duyarlıdır (Servais, 2018). Bu durumda insanların, kendileri için ihtiyaç olarak gördükleri ürün ve hizmetleri evcil hayvanları için de ihtiyaç olarak görmeye eğilimli oldukları söylenebilir. Örneğin; kedi ve köpeklerin yaradılışları sebebiyle kıyafete ihtiyaçları olmamasına rağmen, sahiplerinin onlara kıyafet giydirmesi ve çeşitli kıyafet markalarının ortaya çıkması bu davranışın bir sonucu olarak görülebilir. Betimlenen bu davranış ve iç görüler antropomorfizme dayanmaktadır (Alp, 2022: 3)

Antropomorfizm, insani özelliklerin insan olmayan varlıklara atfedilmesi olarak tanımlanır. (Servais, 2018). Bu yaklaşım, özellikle evcil hayvanların insanlaştırılması üzerine yoğunlaşmıştır. Evcil hayvanların karakter özellikleri açısından insanlarla benzerlikler gösterdiğini ortaya koyan antropomorfizmin bir sonucu olarak, insanlaştırılan evcil hayvanlar

için oteller, kuaförler, mama markaları, kıyafet markaları, sosyalleşmeleri için özel etkinlikler, doğum günü partileri, taksiler gibi özel ürünler/ hizmetler ortaya çıkmaya başladı. Yeni ürünlerin çıkması, yeni markaların oluşturulması antropomorfizmin bir sonucu olarak görülmektedir. (Servais, 2018) Evcil hayvan sahiplerinin bu yaklaşımı ürün ve hizmet pazarlaması kapsamında ele alındığında evcil hayvanlar için her geçen gün yeni markaların çıkması, yeni pazarların oluşması kaçınılmaz olacaktır (Alp, 2022: 4).

Antropomorfizme ek olarak Belk genişletilmiş benlik görüşünü de ortaya koyar. Belk'e (1996) göre genişletilmiş benlik yapısı bireyin hem kişisel hem de sosyal yönlerini barındıran bir kuramdır. Bu kurama göre birey, benliğini ifade edebilmek için farklı nesnelere kullanır. Evcil hayvanları da bu nesnelere biri olarak gören Belk, evcil hayvan sahiplerinin kişiliklerine, yaşam tarzlarına ve ailelerine uygun olan evcil hayvanları seçtiklerini, kendilerini bu evcil hayvanlar üzerinden tanımladıklarını ve bunun da bireyin kişisel ve sosyal yönleri yansıttığını tespit etmiştir. Bunların yanı sıra Belk, evcil hayvanların, sahiplerinin kişiliklerini ve özelliklerini hem olumlu hem de olumsuz olarak yansıtılabileceğini varsaymaktadır. Hatta insanın evcil hayvan seçiminin de bir benlik tanımı olduğu belirtilmektedir. Evcil hayvan sahipleri, evcil hayvanlarını "evlerinde yaşayan bireyler" olarak görmekte ve kendi yaşam tarzlarını onlara da adapte etmeye eğilimli oldukları düşünülmektedir. Evcil hayvanlara özel, insanların kullandığı hizmet ve ürünlerin evcil hayvanlara uyarlanması, evcil hayvanların insanlaştırılmasının ötesinde evcil hayvanların bireyselleştirmesi olarak görülmektedir (Alp, 2022: 4). Bireysel bir varlık haline dönüşen/dönüştürülen yada öyle olduğu düşünülen evcil hayvanlar, toplum içine dahil olmakta, her geçen gün toplumsal hayatın bir parçası haline gelmektedirler. Dolayısıyla evcil hayvan sahipleri (özellikle de köpek sahipleri) için gündelik yaşam ve toplumsal ilişkiler, ailenin bir parçası haline dönüşen evcil hayvanlara uyarlanarak cereyan etmektedir. Evcil hayvanlarla seyahat ve tatil de hayvan sahipleri için önemli konulardan biridir.

## 6. Turizmde Evcil Hayvan

Evcil hayvanlar; son zamanlarda Dünya'da ve Türkiye'de pek çok aile ferdinin çocuğu gibi değer verdiği canlılar haline gelmektedir. Evcil hayvan sahipleri tatilleri süresince de onlardan ayrı kalmak istememektedir (Chen, 2018: 2). Hayatlarının çok önemli parçası olan ve ev arkadaşları olarak gördükleri bu canlıların önemini kavrayan konaklama işletmeleri de tatillerini buldukları destinasyonda geçiren misafirlerin evcil hayvanlarını gezintiye çıkarmak, odalarına onlara özel yatak, oyuncak, mama ve su kabı koymak gibi hizmetlere başlamışlardır. Bu hizmetlerin önümüzdeki yıllarda çeşitlenerek daha da artması beklenmektedir (Durna ve Babür, 2011: 76).

Turistler tatilleri sırasında kendileri kadar çocuğu gibi görüp sevdiği evcil hayvanlarının da rahat etmesini istemektedir. Evcil hayvanlarını aileden bir parça olarak gören insanların sayısı her geçen gün artmakta ve insanlar, evcil hayvanları yanlarında olmadan tatil yapmayı reddederek onların da tatillerinde yanlarında olmasını talep etmektedir. Bu artan tüketici talebine kayıtsız kalamayan konaklama işletmeleri de hizmetlerine evcil hayvanlarını da dahil etmeye başlayarak hayvan dostu politikaları benimsemektedir (Boroshok, 2006: 77). Evcil hayvan sahibi turistler seyahatleri esnasında en yakın dostu olan kedi ve köpeklerinin de en az kendileri kadar rahat etmelerini istemektedirler. Evcil hayvanlarının otelde rahat etmediği

durumlarda tatilcilerin de durumdan şikâyetçi olduğu belirlenmiştir (Glavovic, 2019: 2). Turistlerin evcil hayvanlarının kendileri ile seyahat etmesini isteme sebebi; onlarla birlikteyken daha mutlu olmaları ve onlarsız tatil yapmanın streslerini arttırmasının önlenerek tatillerini daha huzurlu ve kaliteli geçirmek istemeleridir (Nieminen, 2015; aktaran Glovovic, 2019: 3; Chen vd., 2013).

Carr ve Cohen'e (2009: 290). göre Tayvan'da Evcil hayvan sahipleri, evcil hayvanlarını tatilleri sürecinde yanında bulundurmamak istemekte ancak turizmin ana bileşenlerinden olan konaklama ve ulaşımda evcil hayvanlarla ilgili var olan kısıtlamalar (hayvan kabul etmeyen işletmeler), tatil amacıyla gidilen destinasyondaki diğer hayvan sahibi olmayan insanların tepkileri ve evcil hayvanlarının kendisinden kaynaklanabilecek sıkıntılar (gürültücü ve saldırgan olmaları) nedeniyle evcil hayvan sahipleri evcil hayvanlarıyla birlikte seyahat etmekten çekinmektedirler. Evcil hayvan sahipleri turizm hareketine petlerin dahil edilmemesi sebebiyle tatil yapma niyetlerinden büyük ölçüde vazgeçebilmektedir. Evcil hayvanların turizm işletmelerinde konaklama imkânlarının karşılanmaması veya konaklama işletmelerinin hayvan kabulünü gerçekleştirememesi evcil hayvan sahiplerinin can dostlarıyla birlikte tatil yapma isteği üzerindeki en büyük engel olabilmektedir. Çin'de yapılan bir çalışmada elde edilen bulgulara göre, tatile çıkmak isteyen hayvan sahipleri, turizm işletmelerince kabul görmeme önyargısı ve karşılaşabilecekleri birtakım kısıtlamalar sebebiyle tatillerini iptal edebilme eğilimi gösterdikleri tespit edilmiştir. (Ying, 2021). Bu nedenden ötürü ailenin bir bireyi olarak kabul edilen evcil hayvanlarla tatil yapmak isteyen turistlerin de bu ihtiyaç ve istekleri turizm endüstrisi tarafından göz ardı edilmemeli, odalar evcil hayvanlara uygun şekilde düzenlenmeli, konaklama işletmelerine kabulü sağlanmalı ve evcil hayvanların yeme, içme ve barınma gibi temel ihtiyaçları karşılanmalıdır (Batıbeki ve Eşitti, 2021: 100).

Yukarıda belirtildiği gibi, evcil köpeklerin insan ailesinde giderek daha merkezi bir konuma gelmesine dayanarak, her zamankinden daha fazla insanın köpeklerini tatile yanlarında götürmek isteyeceği varsayılabilir. Gerçekten de Avustralya'da yapılan bir çalışmada köpek sahiplerinin büyük bir çoğunluğunun evcil hayvanlarını tatile yanlarında götürmek konusunda güçlü bir istek gösterdikleri gözlenmiştir (Carr ve diğerleri, 2009). Aynı zamanda köpek sahipleri, tatilleri esnasında köpeklerinin ailenin bir üyesi olarak kabul edilmesini; konaklama, yiyecek ve içecek sağlayıcılarının değerli bir misafiri gibi muamele görmesini beklemektedirler. Ayrıca hayvan sahipleri, hayvanlarının dışlanmadan mağazalar ve turistik yerler tarafından kabullenilmesini istemektedirler (Carr, 2014).

Günümüzde evcil hayvan turizmi üzerine yeterince akademide araştırma yapılmadığı görülmektedir. Bugüne kadar hayvan sahiplerinin tatil istekleri ve motivasyonları ile köpek dostu turizm deneyimlerinin nasıl olmasını bekledikleri ve bu alandaki kısıtlamalar konusundaki araştırmalar çok sınırlı kalmıştır. (Hung, Chen ve Peng, 2012).

En azından bazı turizm hizmet sağlayıcıları, evcil hayvan ve turizm alanında akademisyenlerden bu alana daha fazla eğildikleri görülmektedir. Bazı konaklama üniteleri artık köpeklerin sahipleriyle birlikte kalmasına koşulsuz izin vermekte; bazı yiyecek ve içecek tedarikçileri, sadece tesislere erişim değil, aynı zamanda su kaplarından ve kuru mamalardan özel olarak hazırlanmış yemeklere kadar çeşitli ikramlar da dahil olmak üzere köpek dostu hizmetler sunmaktadırlar (Bachelor, 2010) Çok çeşitli turistik yerler (Kanada'daki Callaghan vadisindeki

Whistler Olimpiyat Parkı, Fransa'daki Beauval Hayvanat Bahçesi ve İngiltere'deki Milli Parklar dahil) evcil köpeklere izin vermektedirler. Buna rağmen, evcil köpekler için sağlanan hizmetlerin ve erişimin niteliği büyük ölçüde farklılık göstermektedir ( Carr ve Cohen, 2009 ).

Evcil hayvanları ile tatil yapmak isteyen insanların sayılarının her geçen gün artması üzerine, bazı turizm firmaları, bu alanda düzenlemeler yaparak, yeni arayışlar içine girmiştir. Bazıları, evcil hayvanlara izin verirken, birçoğu da onları yasaklamaya devam etmektedir. Bunun nedenleri olarak insanların sağlığı ve refahı ile yerel flora ve faunanın korunması gibi unsurlar gösterilmektedir. Yine de bu tür yasaklar, araştırmaya dayalı olmaktan çok, köpeğin doğasıyla ilgili önyargılara (yani, köpeğin kirli bir hayvan olduğu, potansiyel olarak tehlikeli olduğu, alerjiye neden olduğu ve fırsat verildiğinde yaban hayatına zarar vereceği vb.) dayanma eğilimindedir ( Carr, 2014 ). Evcil hayvanlarla gerçekleştirilecek turistik aktivitelerin, hayvan sahibi olmayan turistlerin refahını veya deneyimlerini olumsuz yönde etkileyebileceği yada yaban hayatına zarar verebileceği gibi düşünceler gerçeklikten uzak ve önyargılara dayanan dar görüşlü düşünceler olduğu söylenebilir. Turizm deneyiminde köpek sahipleri ve evcil hayvanları ile köpek sahibi olmayanlar arasındaki çatışma potansiyeli üzerine bazı araştırmalar yapılmışsa da (Bowes vd., 2015, Graham vd., 2015), bu konunun karmaşıklığını tam olarak anlamak ve en iyi uygulama ilkelerini geliştirmek için çok daha fazla çalışmaya ihtiyaç vardır (Carr, 2026).

### **Evcil Hayvanla Seyahat**

Evcil hayvanlarla seyahat, evcil hayvanlarından ayrılmak istemeyen insanların karşılaştıkları önemli güçlüklerden bir tanesidir. Bu bağlamda, taşıyıcı seyahat firmaları da tatilcilerin seyahatleri sırasında evcil hayvanlarını yanlarında götürmeleri açısından birtakım imkânlar sağlamaktadır. Karayolları Taşıma Yönetmeliğinin 4016.maddesine göre taşıtın bagaj taşımaya mahsus bölümleri dışında eşya taşınmaz. Özel kafeslerinde kedi, köpek, kuş gibi evcil hayvanlar bagaj taşımaya mahsus bölümlerde taşınabilir. Taşıtın içinde canlı hayvan hiçbir şekilde taşınmamaktadır (yardım.obilet.com). Bunun için aranan şartlar ise; evcil hayvanın koli ve çanta içerisinde değil özel taşıma kafesi içerisinde olması, evcil hayvanın sakın, kokusuz, temiz ve sağlıklı olup, görüntüsünün de sağlıklı olması, evcil hayvana ait aşı kâğıdı ve sağlık belgesi gibi evrakların kabul işlemi esnasında sahibinin yanında bulunmasıdır. Evcil hayvan kabul eden havayolu firmaları da mevcuttur ve hepsinin belli başlı kuralları vardır (bizevdeyokuz.com).

Evcil hayvan kabul eden uçak firmalarında taşıma için aranan kriterler her firmada farklı olmakla birlikte genelde Karayolları Genel Müdürlüğü'nün belirttiği şekildedir. Ek olarak; evcil hayvanın aşı kâğıdı ve sağlık belgesi dışında eğer yurt dışına çıkışı yapılacaksa giriş izinleri ve transit ülkeler tarafından istenen belgelerin sahibi tarafınca hazır bulunması gerekmektedir (resmigazete.gov.tr).

Türkiye'deki havayollarının evcil hayvan taşıma kurallarından bazıları; kabin içinde taşınacaksa kafes ile birlikte evcil hayvanın en fazla ağırlığı 8kg olmalı, kafes ebatları 23cmx30cmx40cm şeklinde olmalı, 8kgdan fazla olan hayvanlar bagaj bölümünde taşınmalı ayrıca her tür ayrı kafesler içinde olup birlikte yan yana taşınmamalıdır. Ayrıca evcil hayvan hamile, emzirmeye devam eden veya 10 haftadan küçük olmamalıdır. Evcil hayvanın aşı kâğıdı, giriş çıkış izni, sağlık kâğıdı sahibinin yanında hazır bulunmalıdır. Yardımcı hayvan olarak ise

sadece köpekler kabul edilmektedir ve eğitim sertifikalı ‘‘Swan’’ köpekler ücretsiz taşınabilmektedir. Yurt dışı çıkış için yine evcil hayvanın aşı kâğıdı, sağlık belgesi, giriş çıkış izni ve gidilen ülkenin istediği belgeler hayvan sahibince hazır bulundurulmalıdır. Basık ve kalkık burunlu solunum problemi olan kedi ve köpekler ağırlık şartını sağladığı takdirde kabin içinde taşınabilmektedir (iata.org).

Pitbull, pitbull terrier, dogoargentina gibi tehlike arz eden köpekler diğer canlılara ve yolculara zarar verme potansiyeline sahip olması sebebiyle taşıma için kabul edilmemektedir. Taşıma ücretleri de hayvanın ağırlığına göre değişmekle beraber 0-8kg için 80 TL'den başlamaktadır ve 28kg ve üzeri için 260 TL arasında değişmektedir. Bir başka havayolunda ise diğerleriyle aynı olmakla beraber bir yolcuya en fazla 2 evcil hayvan taşıma hakkı tanınmaktadır. Rehber köpekler tasmaları takılı şekilde ve temiz olmak kaydıyla sahibinin ayağının yanında kabin içinde taşınabilmektedir. Diğer havayolunda ise ek olarak bir uçuşta uçakta en fazla 3 evcil hayvan taşımaya izin vardır. Kafes içindeki hayvana gecikme ve aksaklık yaşanması durumunda yiyecek ve içecek temin edilmemekle birlikte tüm taşıma koşulları Uluslararası Hava Taşımacılığı Birliği (IATA) tarafından belirlenir ve standarttır (Demircioğlu ve Demir, 2021).

Amerika Birleşik Devletleri Tarım Bakanlığı 84 (USDA) Hayvan Refahı Yasası en fazla iki canlı yavru veya yetişkin kedi, köpeğe 8 hafta ila 6 aylık, büyüklükte ve 20 LB (9 kg) ağırlığında olmak koşuluyla, eğer her biri bu koşullardan daha az ise, aynı yerde birincil muhafaza içinde hava taşıyıcı vasıtasıyla taşınabilmektedir. Sadece küçük köpekler ve kedilerin kabinde taşınmasına izin verilmektedir. Bazı havayolları evcil hayvanların içeri girmelerine izin vermemekte özgürdür ve onları ısıtılmış ve havalandırılmış özel bir bölmede özel bagaj olarak taşımaktadır (iata.org).

Havayollarının, hayvanın kabulü, taşınması ve teslimi için özel prosedürleri vardır. Hayvanların çevresel ihtiyaçları yüklenme, boşaltma veya transit geçiş sırasında uygun olarak düşünülür. Hayvan nakliyesi: tüm gerekli rezervasyonları yapabilecek ve evcil hayvanınızı toplama, gerektiğinde uçağa binme, havaalanına götürme ve diğer havaalanı ucunda bir araya getirip varış yerine teslim etmekten tam olarak sorumlu olan bir hayvan gönderici bulunabilir. Bazı ülkelerde bu en kolay ve en kesin yöntem olabilir ve bazı havayolları bir göndericiden başka biri (hayvanın sahibi dışında 3. Bir kişi) tarafından taşınan hayvanları kabul etmemektedir (Demircioğlu ve Demir, 2021).

### **Sonuç ve Değerlendirme**

Hızla değişen dünyada, insan ve hayvan ilişkileri de önemli dönüşümler geçirmektedir. Hayvan sahiplenme, sadece bireysel bir tercih olmanın ötesinde, toplumsal ve kültürel dinamiklerle şekillenen karmaşık bir olgudur. Bu makalede, değişen toplumsal ilişkiler bağlamında evcil hayvan beslemenin sosyo-ekonomik boyutları esas alınarak turizme yansımaları kuramsal düzeyde incelenmiştir. Teknolojik ilerlemeler, kentleşme ve değişen yaşam tarzları, hayvanlarla olan etkileşimlerimizi yeniden şekillendirmektedir. Hayvanlar, artık sadece evcil hayvanlar olarak değil, ailenin bir ferdi, terapi hayvanları, çalışma arkadaşları ve hatta sosyal medya fenomenleri olarak da hayatımızda yer almaktadır. Özellikle, evcil hayvanların aile bireyi olarak kabul edilmesi, seyahat ve tatil planlamalarında önemli bir faktör haline gelmiştir. Alana dair yapılan araştırmalara bakıldığında, evcil hayvan sahiplerinin seyahat

alışkanlıklarının ve tercihlerinin, toplumsal değişimlerle birlikte evrim geçirdiğini göstermektedir.

Sanayileşmeyle birlikte yaşanan hızlı değişimler, toplumsal ilişkilerde yeni dinamikler yaratmakta ve bireylerin sosyal bağlarını her geçen gün zaafa uğratmaktadır. Günümüzde yalnızlaşma ve yabancılaşmaya paralel olarak gelişen bir sürü toplumsal ve psikolojik sorunlarla baş etme de evcil hayvanlarla kurulan ilişkiler, bireylerin duygusal ve psikolojik sağlığını olumlu yönde etkileyerek, toplumsal refahın artmasına katkıda bulunmaktadır.

Ekonomik açıdan, hayvan sahiplenme, geniş bir endüstriyi desteklemekte ve ekonomik faaliyetleri canlandırmaktadır. Hayvanlarla ilgili sektörler, önemli bir ekonomik faaliyet alanı oluşturarak istihdam yaratmakta ve ekonomik büyümeye katkı sağlamaktadır. Veteriner hizmetleri, pet ürünleri ve hizmetleri gibi sektörler, hayvan sahiplenmenin ekonomik boyutlarını oluşturmaktadır. Ayrıca, hayvan sahiplenme, bireylerin tüketim alışkanlıklarını ve harcama kalıplarını da etkilemektedir. Turizm sektörü de son yıllarda evcil hayvanlara yönelik düzenlemeler yapmakta, evcil hayvanlarından ayrılmak istemeyen bireyler için alternatif öneriler sunmaktadırlar.

Evcil hayvan turizmi, sadece ekonomik açıdan değil, aynı zamanda sosyal ve psikolojik açıdan da önemli katkılar sağlamaktadır. Evcil hayvan dostu konaklama ve hizmetlerin artması, turizm sektöründe yeni fırsatlar yaratmakta ve evcil hayvan sahiplerinin seyahat deneyimlerini zenginleştirmektedir. Ayrıca, bu trendin, evcil hayvanların refahını artırdığı ve sahipleri ile olan bağlarını güçlendirdiği gözlemlenmiştir.

Evcil hayvanlarını ailenin bir ferdi gibi hisseden insanlar seyahatleri ve tatilleri sırasında hayvanlarının da kendileri ile birlikte olmalarını, ve benzer statüde değer görmelerini istemektedirler. Yapılan araştırmalar incelendiğinde evcil hayvanı ile tatil yapan kişilerin daha mutlu ve huzurlu olduğu, tatillerinden daha fazla zevk aldığı görülmektedir. Aynı zamanda hayvanları ile birlikte seyahat eden kişilerin hayvanlarıyla konaklamalarına izin verilmesi, bakımı, beslenmesi, gezdirilmesi gibi taleplerinin olduğu, alan araştırmalarında görülmektedir. Evcil hayvan sahibi turistlerin sayılarının hızla artmaya başlaması ve hayvanlarıyla birlikte tatil yapma taleplerine kayıtsız kalamayan turizm sektöründeki işletmeler de bu taleplere cevap verme arayışlarına başlamışlardır.

Sonuç olarak, evcil hayvan turizmi, modern toplumların değişen dinamiklerine uyum sağlayan ve bu dinamikleri şekillendiren önemli bir olgu olarak karşımıza çıkmaktadır. Gelecekte, bu alanda yapılacak daha kapsamlı araştırmalar, evcil hayvan turizminin sürdürülebilirliği ve gelişimi için stratejik öneriler sunabilir.

#### KAYNAKÇA

Akkaya, K. (2016). Bireylerin evcil hayvan besleme durumları ile ilişkili faktörlerin araştırılması, Uzmanlık Tezi. İzmir: Dokuz Eylül Üniversitesi Aile Hekimliği Ana Bilim Dalı.

Albert A. & Bulcroft K. (1988). "Pets, Families, and the Life Course". Journal of Marriage and Family, 543-552.

- Andaç Alp, (2022). Türkiye Evcil Hayvan Gıda Sektöründe “Evcil Hayvan Pastanesi” Tercihinde Tüketici Davranışlarının Değerlendirilmesi, Yüksek Lisans Tezi Kadir Has Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü İletişim Bilimleri Anabilim Dalı, İstanbul.
- Ambaroğlu, Ayşe. Türk Toplumunda Evcil Hayvan Besleme Alışkanlıkları ve Din. İstanbul: Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, 2007.
- Bachelor, L. (2010). Pub chain puts free dogs’ dinners on the menu. *The Guardian*. <http://www.theguardian.com/lifeandstyle/2010/jul/24/dogs-pubs-food>. E. T.: 13.04.2016.
- Ballarini, G. (2003). Pet therapy animals in human therapy. *Conference Report ActaBio Medica*, (74), 97–100.
- Banks, M. R., & Banks, W. A. (2002). The effects of animal-assisted therapy on loneliness in an elderly population in long-term care facilities. *The Journals of Gerontology Series A: Biological Sciences and Medical Sciences*, 57(7), M428-M432. <https://doi.org/10.1093/gerona/57.7.M428>
- Baskıcı, M. (1998) “Evcilleştirme tarihine kısa bir bakış”, *A.Ü.S.B.F.Dergisi*, 53 (1-4).73-94.
- Batıbeki, S. E. ve Eşitti B. (2021). Evcil hayvanlarla seyahat üzerine bir çalışma. *Journal of Humanities and Tourism Research*, 11 (1): 89-102.
- Belk, R. W. (1996). Metaphoric relationships with pets. *Society & Animals*, 4(2), 121-145.
- Berget, B., Ekeberg, Ø., Pedersen, I., & Braastad, B. O. (2011). Animal-assisted therapy with farm animals for persons with psychiatric disorders: Effects on self-efficacy, coping ability and quality of life, a randomized controlled trial. *Clinical Practice and Epidemiology in Mental Health*, 7, 9-15. <https://doi.org/10.2174/1745017901107010009>
- Beverland M. B., Farrelly F., Lim E. A. (2008). Exploring the darkside of pet ownership status-and control-based pet consumption. *Journal of Business Research*, 61, 490-496.
- Bokkers, E.A.M. (2006). Effects of interactions between humans and domesticated animals, *janhassinkandmajkenvandijk* (eds.). *FarmingForHealth*, 31-41.
- Boroshok, J. (2006). It pays to welcome travelers with pets. *HSMAI Marketing Review*, 23 (3): 76–79.
- Bowes, M., Keller, P., Rollins, R., & Gifford, R. (2015). Parks, dogs and beaches: Human-wildlife conflict and the politics of place. In N. Carr (Ed.), *Domestic animals and leisure* (pp. 146–171). Basingstoke, UK: Palgrave Macmillan.
- Carr, N. (2014). *Dogs in the leisure experience*. Wallingford, UK: CABI.
- Carr, N., & Cohen, S. (2009). Holidaying with the family pet: No dogs allowed! *Tourism and Hospitality Research*, 9(4), 290–304.
- Carr, N. (2016). Recognising the position of the pet dog in tourism, *Research Notes / Annals of Tourism Research* 62 (2017) 110–116, <http://dx.doi.org/10.1016/j.annals.2016.12.009>
- Chen, Ah., Peng, N., & Hung, Kp (2014). Developing a scale for pet owners' tourism restrictions-restrictions for taking dogs to tourism activities. *International Journal of Tourism Studies*, 16 (4): 315-324.



- Chen, Y. (2018). Accommodating Travellers with Pets: Is Auckland Ready?, Doctoral Dissertation, Auckland University of Technology.
- Chou, Y. (2012). The Changing Social Meanings of Pets and Their Alternative Futures. *Journal of Futures Studies*, 1-14.
- Clements, P., Benasutti, K., & Carmone, A. (2003). Support for bereaved owners of pets. *Perspective in Psychiatric Care*, 39, 49-54.
- Cole, K. M., & Gawlinski, A. (2000). Animal-assisted therapy: The human-animal bond. *AACN, Clinical Issues: Advanced Practice in Acute & Critical Care*, 11(1), 139-149. <https://doi.org/10.1097/00044067-200002000-00012>
- Çakıcı, A., Kök, M. (2020). Hayvan destekli tedavi. *Psikiyatride Güncel Yaklaşımlar-Current Approaches in Psychiatry*. 12(1):117-130
- Çetin, İ. (2021). Evcil hayvan sahibi olan ve olmayan yetişkin bireylerde yaşam doyumu empatik eğilim ve yalnızlık algısı ilişkisinin incelenmesi. Yüksek Lisans Tezi. İstanbul.
- Davis S. J. & Valla F. R. (1978). "Evidence for Domestication of the Dog 12,000 Years Ago in the Natufian of Israel". *Nature*, 276/1 (1978) 608-610.
- Degrazia, D. (2006). Hayvan Hakları. (H. Gür, Çev.) Dost Kitabevi.
- Demir P, Uğurlu Koç A. İstanbul Üniv. Vet. Fak. Derg. 2014;40(2):168-175.
- Durna, U., & Babür, S. (2011). Otel işletmelerinde yenilik uygulamaları. *Journal of Alanya Faculty of Business/ Alanya İşletme Fakültesi Dergisi*, 3 (1):73-98.
- Evcil Hayvan Taşımacılığı – Kara & Deniz & Hava Yolu. <https://www.bizevdeyokuz.com/evcil-hayvanla-ulasim> (Erişim tarihi:14.11.2019).
- Franklin, A. (1999). *Animals and Modern Cultures: A Sociology of Human-Animal Relations in Modernity*. London, UK: Sage Publications.
- Friedmann, E., & Son, H. (2009). The human-companion animal bond: How humans benefit. *Veterinary Clinics o*
- Friedmann, E., & Thomas, S. A. (1995). Pet ownership, social support, and one-year survival after acute myocardial infarction in the cardiac arrhythmia suppression trial (CAST). *The American Journal of Cardiology*, 76(17), 1213-1217. [https://doi.org/10.1016/S0002-9149\(99\)80343-9](https://doi.org/10.1016/S0002-9149(99)80343-9)
- Gantz, A. 2016. Pet industry spending hits record US\$60.28B in 2015. *Petfood Industry.com*. <http://www.petfoodindustry.com/articles/5712-pet-industry-spending-hits-record-us-b-in>. E. T.: 20.09.2016.
- Glavovic, I. (2019). Dubrovnik as a Pet Friendly Tourist Destination, Doctoral Dissertation, RIT Croatia. 91
- Global Pet Food Market (2021 To 2026) - Industry Trends, Share, Size, Growth, Opportunity And Forecasts M2presswire, May 31, 202, Veritabanı: Newspaper Source Plus
- Graham, T., Glover, T., & Grimwood, B. (2015). The potential of place meanings for negotiating difference among birdwatchers and dog walkers at a multiple-use urban forest.

In N. Carr (Ed.), *Domestic animals and leisure* (pp. 127–145). Basingstoke, UK: Palgrave Macmillan.

Gullone, E. The Biophilia Hypothesis And Life İn The 21st Century: Increasing Mental Health Or Increasing Pathology? *Journal Of Happinessstudies*,1(3):293-322

Gürler, A. M., & Osmanağaoğlu, Ğ. (2009). Türkiye’de Hayvanları Koruma Kanununun Tarihsel Gelişimi. *Kafkas Üniversitesi Veterinerlik Fakültesi Dergisi*, 325-330.

Hall, S. S., & Malpus, Z. (2000). The Human-Animal Bond: Its Association With Psychological Health And Well-Being. *Mental Health Practice*, 4(5), 14-19. <https://doi.org/10.7748/Mhp.4.5.14.S13>

Handlin, L., Hydbring-Sandberg, E., Nilsson, A., Ejdebäck, M., Jansson, A., & Uvnäs-Moberg, K. (2011). Short-Term İnteraction Between Dogs And Their Owners: Effects On Oxytocin, Cortisol, İnsulin And Heart Rate—An Exploratory Study. *Anthrozoös*, 24(3), 301-315.

Herzog, H. (2002). Darwinism And The Study Of Human Animal Interactions. *Society & Animals*, 361-367.

Herzog, H., & Foster, M. (2010). *Some We Love, Some We Hate, Some We Eat*. Tantor Audio (P. 326).

Hirschman, E. C. (1994). Consumers And Their Animal Companions. *Journal Of Consumer Research*, 20(4), 616-632.

Holbrook, M., Stephens D., Day E., Holbrook, S., Andstrazar, G. (2001). A Collectivephotoessay On Keyaspect Of Animalcompanionship: Thetruthaboutdogsandcats. *Academy Of Marketing Sciencereview*. Vol (1): 1–17.

Hung, K., Chen, A., & Peng, N. (2012). The constraints for taking pets to leisure activities. *Annals of Tourism Research*, 39, 487–495.

İncazlı S. B., Özer S., Yıldırım Y. (2016). Rehabilitasyon Hemşireliğinde Hayvan Destekli Uygulamalar. *Balıkesir Sağlık Bilimleri Dergisi*,5:88-93.

Janevic, M., Solway, E., Malani, P., Kirch, M., Kullgren, J., Connell, C. (2019). How Pets Contribute To Healthy Aging. *Nationalpoll On Healthyaging*,

Johnson, R. A., Meadows, R. L., & Mccune, S. (2002). Human-Animal İnteraction: A Concept Analysis.

*Journal Of Advanced Nursing*, 40(4), 487-496. <https://doi.org/10.1046/J.1365-2648.2002.02300.X>

Johnson, J. (2009). *Dogs, Cats, And Their People: The Place Of The Family Pet And Attitudes About Pet Keeping*. Master's Thesis, University Of Waterloo.

Kafalı, Hasan, (2022). "Pandemi Döneminde Ve Öncesinde Evcil Hayvan Edinme, Hayvanlara Karşı Bazı Tutumlar Ve Dindarlık Yönelimleri Arasındaki İlişkiler Üzerine Bir Araştırma". *Türkiye İlahiyat Araştırmaları Dergisi*. 6/1 (Haziran 2022): 6-36, <https://doi.org/10.32711/Tiad.1113480>

- Karameşe, H. (2014). Lexington Evcil Hayvanlara Bağlanma Ölçeğinin Türkçe'ye Uyarlanması, Türkçe Formun Gerçeklilik Ve Güvenilirlik Çalışması. Yüksek Lisans Tezi. Gaziosmanpaşa Üniversitesi.
- Karhan, Meryem Begüm, (2024). Evcil Hayvan Besleyen Çalışanlarda Bağlanma Düzeylerinin Öznel Mutlulukları ve İş Yaşam Kaliteleri Üzerindeki Etkisi, Yüksek Lisans Tezi, Burdur.
- Koroğlu, T. (2016). Yabani Hayvanlar İlk Kez Nasıl Evcilleştirildi, (Erişim Tarihi: 24.01.2019), [Http:// Www. Metinsarac.Net/Yabani-Hayvanlar-İlk-Kez-Nasil- Evcillestirildi.Html](http://www.metinsarac.net/yabani-hayvanlar-ilk-kez-nasil-evcillestirildi.html)
- McConnell, A. R., Brown, C.M. (2011). Friendswithbenefits: On Thepositiveconsequences Of Pet Ownership, *Journal Of Personalityandsocialpsychology*, Vol. 101, No. 6, 1239–1252.
- Melson, G. F. (2003). Child Development And The Human-Companion Animal Bond. *American Behavioral Scientist*, 47(1), 31-39.
- Nimer, J., & Lundahl, B. (2007). Animal-Assisted Therapy: A Meta-Analysis. *Anthrozoös*, 20(3), 225-238. <https://doi.org/10.2752/089279307X224773>
- Odabaşı, Yavuz. Tüketim Kültürü: Yetinen Toplumun Tüketen Topluma Dönüşümü. İstanbul, Aura., 2017.
- Onur, E. (2012). İstanbul'da Kedi Köpek Sahiplenmesinin Sosyo-Ekonomik Parametreleri. İstanbul Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Yayınlanmamış Doktora Tezi, İstanbul.
- Öztürk, P. (2020). Evcil Hayvan Sahiplerinin Affedicilik Düzeyi Ve Genel Sağlık Durumlarının Değerlendirilmesi, T.C. Zonguldak Bülent Ecevit Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Zonguldak.
- Pamuk D. (2015). "Yaşlı Bireylerin Yaşamında Evcil Hayvanların Rolü". *Mediterranean Journal Of Humanities*v/2 (2015) 298-299.
- Palaz, Hasret, (2021). Evcil Hayvan Sahibi Olmanın Fiziksel Ve Ruhsal Sağlığa Etkileri, İstanbul Üniversitesi-Cerrahpaşa Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Ruh Sağlığı Ve Psikiyatri Hemşireliği Anabilim Dalı Ruh Sağlığı Ve Psikiyatri Hemşireliği Programı, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.
- Poyraz, O. (2000) *Laboratuar Hayvanları Bilimi*, Kardelen Ofset, Ankara, s. 11·16.
- Rudy, K. (2011). *Loving animals: Toward a new animal advocacy*. Minneapolis: University of Minnesota Press.
- Sanders, C. (1999). *Understanding dogs: Living and working with canine companions*. Philadelphia: Temple University Press
- Serpell, J. A. (2010). *Inhandbook On Animal-Assisted Therapy*. İçinde A.H. Fine (Ed.), *Animal-Assisted Interventions İn Historical Perspective*. USA; 17-32.
- Servais, Véronique. 2018. "Anthropomorphism İn Human–Animal Interactions: A Pragmatist View." *Frontiers İn Psychology*: 2590.
- Sıddıq, A.B., Erdem, Ç., Şanlı, S. (2018). Türkiye'de İnsan-Hayvan İlişki Bilimi Antrozooloji'nin Faaliyet Alanları. *İnsan Ve Toplum Bilimleri Araştırmaları, Dergiscilt / Vol: 7, Sayı/Issue: 2, 201 Sayfa: 805-826*.

Siegel, J. M. (1990). Stressful Life Events And Use Of Physician Services Among The Elderly: The Moderating Role Of Pet Ownership. *Journal Of Personality And Social Psychology*, 58(6), 1081-1086. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.58.6.1081>

Staats, S., Wallace, H., Anderson, T. (2008). Reasonsforcompanionanimalguardianship (Pet Ownership) Fromtwopopulations. *Societyand Animals* 16, 279-291.

Şafak, Celalettin Etkin, (2024). Evcil Hayvan Sahipliğinin Fizyolojik, Psikolojik Ve Rehabilitasyon Etkileri, Sokak Hayvanları: Toplumsal Sorunlar Ve Halk Sağlığı, Editör: Prof. Dr. Kazım Şahin, Türkiye Bilimler Akademisi, Ankara.

Şahin, Ö. Ve Kahya, Y. (2018). Evcil Hayvana Bağlanma Ölçeği: Geçerlik Ve Güvenirlik Çalışması. *Nesne*,6(12), 174-197.

Şen, Y., Atasoy F. (2014). Köpek ve kedilerde bazı anormal davranışlar. *Lalahan Hay. Araşt. Enst. Derg.*,54 (2) 91-99. ,

The International Air Transport Association (IATA). Hayvan Taşıma Kuralları.

<https://www.iata.org/whatwedo/cargo/live-animals/pets/Pages/index.aspx> (E. T.: 28.11.2019). Sykes Konaklama Endeksi Verileri.

Wrye, J. (2009). Beyond Pets: Exploring Relational Perspectives of Petness. *The Canadian Journal of Sociology / Cahiers canadiens de sociologie*, Vol. 34, No. 4 ( October 2016), pp. 1033-1063.

Ying, T., Tang, J., Wen, J., Ye, S., Zhou, Y., & Li, F. S. (2021). Traveling with pets: constraints, negotiation, and learned helplessness. *Tourism Management*, 82, 104183.

Anadolu Ajansı, (<https://www.aa.com.tr/tr/gundem/kimliklendirilen-ev-hayvani-sayisi-1-milyon-584-bini-asti/2796595> erişim tar. 16.10.2024).

Cumhuriyet Gazetesi, <https://www.cumhuriyet.com.tr/is-dunyasi/turkiyedeki-evcil-hayvan-sayisi-19-milyona-ulasti-2228280> erişim ter. 16.10.2024.

Statista, “Pet Food”, Son Güncelleme 18 Nisan 2022, <https://www.statista.com/outlook/cmo/food/pet->

Food/Turkey <https://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2018/01/20180108-1.htm> (Erişim tarihi:13.12.2019).



ISSN: 2651-2742  
2024- Cilt: 7 Sayı: 2  
Sayfa: 18-38.

Dergi Web Sitesi: <http://sita.cumhuriyet.edu.tr/tr/>

Gönderilme Tarihi:29.05.2024

Kabul Tarihi:25.11.2024

**Konferans Bildirisi (Conference Paper)**

**ECONOMIC SECURITY AND MIGRATION WITHIN THE EUROPEAN UNION**

**Avrupa Birliği'nde Ekonomik Güvenlik ve Göç**

**Cozma Oana MARIA\***

Alexandru Ioan Cuza Iasi University  
Romanya

**Pricop Andrei IONUT**

Alexandru Ioan Cuza Iasi University,  
Romanya

**ABSTRACT**

Migration has always been a complex phenomenon that has influenced people all over the world since the dawn of human civilization. Migration became increasingly prevalent as globalisation progressed. Globalization has catalysed significant advancements in migration, unveiling both favourable and adverse implications. On the positive front, migration has emerged as a conduit for individuals worldwide to pursue enhanced employment prospects, improved political and social landscapes, and elevated standards of living. Conversely, globalization has expedited negative facets of migration, exemplified by the proliferation of human trafficking and smuggling, phenomena often resulting in harm inflicted upon innocent individuals, including children. With the formation of the European Union (EU), the European continent became increasingly familiar with the process of migration, one of the most typical migratory trends being from Central-Eastern Europe to Western Europe. As it is often assumed that poverty and corruption in sending countries of migrants trigger them to leave the area, the purpose of this paper is to explore the relationship between the phenomenon of migration inside the EU and the economic security of European citizens who choose to migrate, with a focus on Central-Eastern Europe. The present paper's purpose was accomplished using inferential statistical analysis. Economic security was composed of three indicators, rule of law and government effectiveness and persons at risk of poverty or social exclusion. The findings indicate that on one hand, as rule of law and government effectiveness get better, the migration rate becomes positive, on the other hand, as more individuals face poverty or social exclusion, the rate of migration declines. The conclusions of this paper align with a segment of the literature on migration motivations, suggesting that the presence of a considerable degree of economic security is requisite for the initiation of migration. More specifically, migration profoundly impacts both individuals and the European Union, with

\* **Sorumlu Yazar:** [cozma.oanamaria@gmail.com](mailto:cozma.oanamaria@gmail.com)

**Önerilen Atıf:** Maria C. O. ve Ionuț P. A.(2024). Economic Security and Migration Within the European Union, Sivas İnterdisipliner Turizm Araştırmaları Dergisi, 7(2), 18-38.

economic security influencing migration patterns; however, focusing on Eastern Europe alone highlights the need for broader analysis.

**Key words:** migration, economic security, poverty, rule of law, European Union, Central-Eastern Europe.

## ÖZ

Göç, insan uygarlığının doğuşundan bu yana her zaman dünyanın her yerindeki insanları etkileyen karmaşık bir olgu olmuştur. Küreselleşme ilerledikçe göç giderek yaygınlaştı. Küreselleşme, göç konusunda hem olumlu hem de olumsuz sonuçları ortaya çıkaran önemli ilerlemeleri katalizlemektedir. Olumlu açıdan bakarsak, göç, dünya çapındaki bireylerin artan istihdam beklentileri, iyileşen siyasi ve sosyal ortamlar ve yüksek yaşam standartları peşinde koşmaları için bir kanal olarak ortaya çıkmıştır. Tersine, küreselleşme, insan ticareti ve kaçakçılığın yaygınlaşmasıyla örneklendirilen, göçün olumsuz yüzlerini genişletiyor; bu olgular genellikle çocuklar da dahil olmak üzere masum bireylerin zarar görmesine neden oluyor Avrupa Birliği'nin (AB) oluşumuyla birlikte Avrupa kıtası göç sürecine giderek daha fazla aşına hale geldi; en tipik göç trendlerinden biri Orta Doğu Avrupa'dan Batı Avrupa'ya doğru oluyor. Göçmen gönderen ülkelerdeki yoksulluk ve yolsuzluğun onları bölgeyi terk etmeye ittiği sıklıkla varsayıldığından, bu makalenin amacı AB içindeki göç olgusu ile göç etmeyi seçen Avrupalı vatandaşların ekonomik güvenliği arasındaki ilişkiyi araştırmaktır. Orta-Doğu Avrupa'ya odaklanıyoruz. Bu makalenin amacı çıkarımsal istatistiksel analiz kullanılarak gerçekleştiriliyor. Ekonomik güvenlik, hukukun üstünlüğü ve hükümetin etkinliği ile yoksulluk veya sosyal dışlanma riski altındaki kişiler olmak üzere üç göstergeden oluşuyordu. Bulgular, bir yandan hukukun üstünlüğü ve hükümetin etkinliği iyileştikçe göç oranının olumlu hale geldiğini, diğer yandan daha fazla birey yoksulluk veya sosyal dışlanmayla karşı karşıya kaldıkça göç oranının azaldığını gösteriyor. Bu makalenin sonuçları, göç motivasyonlarına ilişkin literatürün bir bölümüyle uyumludur ve göçün başlatılması için önemli derecede ekonomik güvenliğin varlığının gerekli olduğunu öne sürmektedir. Daha spesifik olarak, göç hem bireyleri hem de Avrupa Birliği'ni derinden etkiler; ekonomik güvenlik göç modellerini etkiler; ancak, yalnızca Doğu Avrupa'ya odaklanmak daha geniş bir analize olan ihtiyacı vurgular.

**Anahtar Kelimeler:** göç, ekonomik güvenlik, yoksulluk, hukukun üstünlüğü, Avrupa Birliği, Orta Doğu Avrupa.

## 1. INTRODUCTION

Migration may be viewed as the phenomena that has characterised human societies since when they first emerged. Migration has been a defining feature of human societies throughout history, shaping and reshaping communities, cultures, and economies since ancient times (Castles et. al., 2005). It encompasses both voluntary movements, such as seeking new opportunities, and involuntary displacement due to factors like conflict or environmental pressures (International Organization for Migration [IOM], 2020). Migration occurs at various scales, locally, within countries, and across international borders, and is influenced by a complex interplay of economic, social, political, and environmental factors (Bakewell, 2008). As societies have developed, the reasons for migration have diversified, ranging from the search for better living conditions and employment opportunities to escaping conflicts or persecution (Skeldon, 2013). Migration also refers to the movement of individuals from one location to another, typically across an official boundary, such as a village, town, district, or

country, with the intent of establishing a new residence (Kok, 1999). Migration can be either temporary or permanent, internal or international, and can involve diverse motivations and circumstances, from voluntary movements driven by personal or economic aspirations to involuntary displacements due to conflict or environmental crises (Lee, 1966). It is important to distinguish migration from related concepts. For example, tourism involves temporary travel without an intention to settle, and commuting refers to regular, short-term movements between home and work, neither of which is considered migration. Additionally, human trafficking or smuggling, though often involving cross-border movements, typically occurs under coercive or illegal conditions and is distinct from regular migration processes, even though these forms of movement can sometimes overlap (IOM, 2020). In this context, The International Migration Organization (IMO) defines a migrant as a person who moves across an international border or within a state away from their habitual place of residence, regardless of their legal status, voluntary or involuntary movement, reasons for the move, or duration of stay (IMO, 2019). One of the most common explanations which tries to explore the reasons why people migrate is illustrated by the pull and push factors framework. It categorises factors that influence individuals or groups to leave their place of origin (push factors) and factors that attract them to migrate to a new destination (pull factors). These factors can be economic, social, political, environmental, or personal in nature (Lee, 1966). This diversity in migration motivations and patterns illustrates its multi-dimensional nature, impacting individuals, families, and entire regions (King, 2012). Having the background of migration, it becomes evident that globalization has intensified the scale and complexity of migration. Migration and globalisation are inextricably linked phenomena that have far-reaching implications for society, economy, and cultures throughout the world (Zubiashvili, 2017). The development of globalization, characterized by increasing interconnectivity between nations, advancements in technology, and easier movement of goods and people, has amplified the phenomenon of migration (Sassen, 1998). Migration and globalization are thus inextricably linked, creating profound implications for societies, economies, and cultures worldwide (Held & McGrew, 2007).

The European continent has historically been subjected to the phenomena of migration, nevertheless, the foundation of what was formerly the European Community of Coal and Steel, and later the well-known European Union, has produced a suitable environment for the process of migration inside the EU. In the context of migration patterns within the European Union (EU), a prevalent trend, often facilitated by EU legislative frameworks, pertains to the migration from Central-Eastern European countries towards Western European destinations (Barsan-Pipu & Tache, 2017). In quantitative terms, as delineated by the World Migration Report (2020), Europe accommodated over 82 million international migrants in the year 2019. Among these migrants, approximately 42 million originated from and migrated within European nations, while roughly 40 million originated from regions outside of Europe.

However, what motivates citizens from Central-Eastern European countries to migrate towards Western EU nations? The primary rationale observed among Central-Eastern European citizens predominantly pertains to labour/economic-related migration motives (Fischer-Souan, 2019; Lleshaj, 2013; Okólski, 2004). Push factors such as diminished employment opportunities, reduced earnings, and economic strain in their countries of origin, alongside pull factors such as elevated wages, enhanced working conditions, and expanded economic prospects in Western Europe, have catalysed this migratory trend between Eastern and Western regions within the EU (Wallace & Stola, 2001). The amalgamation of economic

push and pull factors prompts inquiry into the extent to which economic security governs migration decisions of Central-European citizens. Economic security is defined as the assurance of an individual's or community's financial well-being, including stability, sustainability, and resilience to economic risks and uncertainties. It comprises having access to adequate resources, job opportunities, social safety nets, and the ability to fulfil basic requirements both present and in the future (ILO, 2004). Due to the encompassing nature of economic security, which includes factors such as stable employment, sufficient income, access to social services, and mitigation against economic vulnerabilities, disparities in economic conditions among EU member states can serve as catalysts for migration, as individuals endeavour to pursue enhanced economic opportunities available in countries offering such opportunities (O'Neill, P. E., 2006; Czaika & Reinprecht, 2022). As further examined in this paper, the analysis explores whether economic security increases or decreases the rate of migration within the EU, with an emphasis on Central-Eastern European countries. The analysis is conducted through a comparative statistical approach, utilizing data from EU migration reports, economic indicators, and surveys on personal security and migration intentions. By examining these variables, patterns in migration motivated by economic security factors are identified.

The remainder of this paper is organised in the following manner: Section 1 explores a concise overview on the concepts of migration and economic security; Section 2 outlines a brief incursion on the main determinants of migration within EU, with a focus on Central-Eastern European countries; Section 3 presents the used methodology and data; Section 4 emphasises the results and discussion over how economic security influences the migration rate in the discussed area of EU. Some final remarks conclude the paper.

## **2. OVERVIEW ON THE TWO KEY CONCEPTS: MIGRATION AND ECONOMIC SECURITY**

### **2.1. Migration**

People have historically relocated inside and beyond boundaries in search of better living possibilities, whether economic or social-political. As a result, migration is not a new notion since it has had a long-term influence on people's lives. Migration is not simply the movement of people across boundaries in search of better living possibilities, whether economic or social-political. It also serves as a transformative process that profoundly impacts the social, economic, and political landscapes of both the source and destination countries (Castles et. al., 2005). Migration can stimulate economic growth and address labor shortages in host countries, while also leading to cultural diversification and social challenges as communities adapt to new arrivals (Skeldon, 2013). Conversely, the departure of individuals, especially skilled labor, from the source country can result in a "brain drain," impacting the economic and social fabric of the origin society (de Haas, 2010). Thus, migration reflects a dynamic phenomenon with complex effects, reshaping societies beyond mere relocation (King, 2012). The International Migration Organisation emphasises the fact that migration reflects the movement of people away from their typical residence, whether over an international boundary or within a state, to a new location (IMO, 2006). Furthermore, IMO also delineates the migration cycle wherein individuals undergo distinct stages: (1) pre-departure, characterised by decision-making prior to migration commencement; (2) entry, denoting migrants' crossing of international borders into another country; (3) stay, representing the period during which migrants reside in their new location; and (4) return, signifying the potential for migrant individuals to return to their



home country subsequent to the migration process (IMO, 2022). When engaging in the discourse on migration, it is imperative to be familiar with certain terminology to effectively navigate this concept: Emigration denotes the act of departing one country to relocate to another; Immigration entails the act of relocating to a new country; Internal migration signifies the movement within a state, country, or continent; External migration pertains to relocation to a different state, country, or continent; Seasonal migration involves moving with each season or in response to labour or climatic conditions; Return migration denotes the act of returning to one's original place of departure (IMO, 2006). Building upon IMO's conceptualization of the term "migrant," scholarly discourse underscores various categories of migrants. The primary differentiation in this context is distinguished between voluntary migrants, colloquially termed "tourists" (Bauman, 1996), and involuntary migrants compelled to flee their home countries due to severe economic and socio-political difficulties (Wiese, 2010). From the perspective of labour migration, individuals can be categorised into two main groups: highly skilled migrants, who are in high demand in destination countries but constitute a minority among migrants, and unskilled low-wage labour migrants, who comprise the largest segment of economic migrants (Bell et. al., 2010).

Why individuals move is a frequently questioned issue among scholars ranging from economists and sociologists to psychology and demographers. Since migration is a complex and multifaceted phenomenon, influenced by various factors, including economic, social, political and environmental considerations, various fields of research have tried over time to understand this phenomenon and explain the factors that determine migration both domestically and internationally. One of the earliest contributions to migration theory came from Ravenstein in the late 19th century, who developed a set of "laws of migration" based on empirical observations. Ravenstein's laws highlighted factors such as distance, economic incentives, and demographic characteristics that influence migration patterns (Daşlı & Harmandaoğlu, 2024). Hein de Haas (2021) summarised a classification of theories explaining migration, mentioning the functionalist paradigm, the historical-structural paradigm, the symbolic interactionist perspective, and the perspective of meso-level theories. Within each paradigm de Haas (2021) groups several theories as follows: (1) the functionalist paradigm includes neoclassical equilibrium models, push and pull models, migration systems theories and migrant network theories for which migration is a strategy of optimization of individuals or families making cost-benefit calculations (de Haas, 2021); (2) the historical-structural paradigm encompasses neo-Marxist conflict theory, dependency theory (Gunder, 1966), world systems theory (Wallerstein, 1974), dual labour market theory (Piore, 1979) and critical globalisation theory, according to this paradigm migration is shaped by structural economic and power inequalities, and the ways in which migration plays a key role in reproducing and reinforcing these inequalities (de Haas, 2021); (3) the symbolic interactionist paradigm includes relatively recent theories such as transnational theory (Vertovec, 2009), diaspora theory (Cohen, 1997) and creolization theory (Cohen, 2007) and focuses on the everyday experiences, perceptions and identity of migrants ( de Haas, 2021); (4) the paradigm of meso-level theories that focuses on the continuation or internal dynamics of migration (de Haas, 2010) and includes network theories, migration systems theory (Mabogunje, 1970) and cumulative causality theory (Massey, 1990). Furthermore, the UK Government Office of Science (2011) has developed a comprehensive taxonomy of migration determinants, encompassing macro, meso, and micro-level elements. At the macro level, migration determinants are categorized into various factors, including those aligned with the

functionalist paradigm, specifically political factors (e.g., governance, freedom, conflict, insecurity), environmental factors (e.g., exposure to hazards), social factors (e.g., pursuit of education, family obligations), economic factors (e.g., employment opportunities, income, wages), and demographic factors (e.g., population size, density, disease prevalence). The meso-level migration determinants encompass intervening factors that both impede and facilitate migration, such as the political and legal framework, migration costs, and technological advancements. Meanwhile, at the micro level, factors such as age, gender, educational attainment, ethnicity, religion, and language proficiency play significant roles in influencing migration decisions.

While migration has been a recognized phenomenon globally for an extensive duration, commonly perceived as a pathway through which individuals can enhance or preserve their livelihoods by accessing improved opportunities abroad, it is not devoid of challenges. Human smuggling and human trafficking represent some of the most prevalent migration related issues. The United Nations provides a clear distinction between human trafficking and human smuggling as it follows: human trafficking is the recruitment, transportation, transfer, harbouring or receipt of people through force, fraud or deception, with the aim of exploiting them for profit (Trafficking in Persons Protocol, 2000), whereas human smuggling is the facilitation, for financial or other material gain, of irregular entry into a country where the migrant is not a national or resident (Smuggling of Migrants Protocol, 2000). Human trafficking and smuggling are inextricably related to migration, bringing significant difficulties to migrants' rights, public order and security, and the promotion of safe, orderly, and regular mobility. Addressing these concerns necessitates extensive and coordinated national, regional, and international efforts to prevent trafficking and smuggling, protect victims, and prosecute criminals (Gallagher, 2001; Bhabha, 2005; Wihtol de Wenden, 2023).

Migration is a highly complex and varied phenomena that presents both possibilities and difficulties to individuals, society, and governments globally. Migration provides millions of individuals with the opportunity for economic growth, cultural enrichment, and social mobility, but it also poses substantial obstacles in terms of human rights, social integration, economic disparity, and security. Effectively tackling the challenges associated with migration requires the implementation of comprehensive and collaborative strategies that prioritise the protection of migrants' rights, the promotion of social cohesion, and the advancement of inclusive and sustainable development for all members of society.

## **2.2. Economic security**

The conceptual framework of economic security is intricately connected with the field of security studies in the realm of international relations. Its initial articulation started during the latter half of the twentieth century, spearheaded by the scholarly lineage recognized nowadays as the Copenhagen School of thought. Following the end of World War II, the scope of security considerations expanded beyond solely military dimensions. Notably, Barry Buzan, a prominent figure within the Copenhagen School of thought, played a pivotal role in broadening the conceptual framework of security to encompass political, military, economic, societal, and environmental concerns (Buzan, 1991). Even if the concept of economic security was difficult to define and recognise, the Copenhagen School was able to highlight the key particular concerns in terms of economic security. Therefore, Buzan, Waever and de Wilde (1998) focus attention on: (1) The capacity of nation-states to sustain autonomous capabilities for military production amidst the dynamics of a globalised market; (2) The potential

exploitation of economic interdependencies within the global market for geopolitical objectives; (3) Apprehensions regarding the exacerbation of existing inequalities and the proliferation of disadvantaged economic actors in the global market, potentially engendering socio-economic disparities; (4) Concerns pertaining to illicit activities within the framework of capitalism and the open trading order, encompassing the illegal trade of substances such as drugs and weapons, the dissemination of militarily significant technologies, and environmental pressures spurred by mass consumption; (5) Fear surrounding the susceptibility of the international economy to crises, precipitated by a confluence of factors including inadequate political leadership, escalating protectionist measures, and structural fragilities within the global financial system (Buzan et. al., 1998). Building on these concerns in terms of economic security, Buzan (1991) emphasises the term of economic security as a state's or society's ability to preserve and improve its economic well-being while protecting itself against numerous internal and foreign risks to economic stability, prosperity, and wellbeing. This involves safeguarding against dangers such as economic insecurity, resource shortages, poverty, inequality, and vulnerability to economic coercion or exploitation by other governments or entities (Buzan, 1991).

Defining the idea of economic security is not a simple task, neither at the international nor European levels. Within both literature and security practice, two major approaches to economic security may be identified, the Anglo-American perspective and the Asian standpoint (Ioan-Franc & Diamescu, 2012). According to the Anglo-American perspective, the basic goal of the economic system is to provide higher living standards. In particular, the American capitalist paradigm prioritises the individual above governmental or collective institutions. In a truly democratic framework, economic endeavours are aimed at addressing consumer demands and promoting domestic production rather than preparing the country for war (Ioan-Franc & Diamescu, 2010). In Asian contexts, economic security primarily means strengthening national economic supremacy on the global arena. As a result, the state has the ability and obligation to control economic activities, particularly those that have a direct influence on national security (Ioan-Franc & Diamescu, 2010). Regarding the European continent as a whole, and specifically within the European Union, the European perspective on economic security combines elements from both the Anglo-American and Asian paradigms. More specifically, the EU takes a holistic approach to economic security, founded on the values of economic stability, resilience, and inclusion within the EU and its member states. This strategy comprises a variety of policy sectors and activities aimed at ensuring the EU's economic well-being, minimising risks, and encouraging long-term growth. In this regard, one of the aims of the *The European Economic Security Strategy* is to implement an economic governance system that aims to ensure fiscal discipline, macroeconomic stability, and member-state convergence. This framework includes instruments which establish norms for fiscal discipline and debt sustainability, organises and monitors economic policies (European Commission, 2023). Moreover, the aforementioned strategy sets up and implements trade policies that promote free and fair trade, increase market access, and safeguard European enterprises from unfair trade practices. Economic security concerns are incorporated into trade discussions and agreements to preserve important industries, assure reciprocity, and defend against foreign threats to economic interests (European Commission, 2023).

The correlation between migration and economic security presents itself as both straightforward and intricate. As articulated by Hacker (2018), economic insecurity delineates

an individual's susceptibility to potential economic setbacks. Consequently, individuals or households may opt for relocation in pursuit of enhanced economic prospects, including higher earnings, employment opportunities, or entrepreneurial ventures. Disparities in economic conditions between nations or regions can serve as catalysts for migration, as individuals endeavour to ameliorate their standard of living and financial stability. Additionally, economic volatility, manifested through phenomena such as unemployment, poverty, or inadequate access to essential services, can compel individuals or communities to migrate in search of improved economic circumstances and employment prospects. Economic crises, such as recessions or currency devaluation, may exacerbate these challenges, thereby prompting migration as a coping mechanism (Afzali, 2019; Billiet et. al. 2014; Herm & Poulain, 2012).

Economic security serves as a fundamental cornerstone for the well-being of both individuals and societies, embodying stability, opportunity, and resilience in confronting economic adversities. Given that economic uncertainties may surpass individuals' anticipated levels of economic security, migration may emerge as a means of ameliorating living conditions. Consequently, the concept of economic security is intricately linked with migration, representing both a driving force and a response to economic dynamics.

### **3. BRIEF OUTLINE OF MAIN MIGRATION DETERMINANTS WITHIN THE EUROPEAN UNION**

The EU's expansion in the early 2000s was one of the most significant factors driving significant intra-migration flows from Eastern to Western Europe. The EU's enlargement has impacted migration trends inside the region, most notably East-West mobility. When numerous Eastern European nations, like Poland, Hungary, Romania, and others, joined the EU, it made it possible for its residents to circulate freely within the EU for job, education, and other reasons (Barrell et. al., 2007). This migration process has been facilitated by the reduction of mobility constraints, such as work permit and visa requirements. Wage differentials, economic disparities, and labour demand in Western European countries also contributed to the influx of Eastern European migrants (Engbersen et. al., 2010). In 2022, the European Union (EU) witnessed the arrival of 5.1 million immigrants originating from non-EU countries, along with 1.5 million individuals relocating from one EU Member State to another. Germany recorded the largest influx of immigrants during the year, trailed by Spain, France, and Italy. Similarly, Germany also registered the highest number of emigrants in 2022, followed by Spain, France, Poland, and Romania. Notably, all 27 EU Member States reported a surplus of immigration over emigration in 2022, whereas in 2021, four EU Member States—namely Croatia, Greece, Latvia, and Romania—experienced more emigration than immigration (Eurostat, 2024). Regarding gender distribution, a nearly equal proportion of men and women immigrated to the EU Member States in 2022, accounting for 50.4% and 49.6%, respectively. In contrast, in 2021, a higher proportion of men immigrated compared to women, constituting 55.1% and 44.9% (Eurostat, 2024). Additionally, immigrants exhibited a younger demographic profile compared to the established resident population of EU Member States. As of January 1, 2023, the median age of the EU's total population was 44.5 years, while immigrants in 2022 had a median age of 30.5 years. Furthermore, the age distribution among non-national immigrants indicated a higher representation of relatively young adults within the working age demographic compared to national immigrants. Specifically, the median age of national

immigrants was 33.5 years, whereas that of non-national immigrants was 30.0 years (Eurostat, 2024).

The primary factors influencing intra-EU migration from Central-Eastern to Western regions, as identified in existing literature, typically adhere to the "pull and push" framework, which commonly distinguishes between economic and non-economic determinants. The principal economic motivations underlying migration suggest that individuals predominantly relocate from Central-Eastern to Western EU countries due to the desire of superior economic prospects, characterised by factors such as increased salary levels and enhanced job security (Harris & Todaro, 1970; Strey et al., 2018; Dubow et al., 2019). For example, in a study conducted by Dubow et al. (2019) investigating the determinants of intra-EU migration, the primary three motives cited by participants for migration predominantly pertain to economic factors, including job scarcity, unfavourable working conditions, and inadequate income levels. In the discourse surrounding migration, economic development presents a diverse array of interpretations and perspectives for understanding migratory patterns, both on a global scale and within the European context. Migration has frequently been characterised as one of the earliest responses to poverty (Galbraith, 1979; Collier, 2007), thus a nation's limited economic advancement is viewed as a catalyst prompting individuals to depart from their country of origin. However, the role of economic development as a determinant of migration presents a perspective diverging from conventional understanding, namely how increasing economic prosperity can lead to heightened migration levels. The impact of economic development on emigration, in particular, is considerably intricate due to the phenomenon wherein initial economic advancement stimulates an upsurge in emigration rates (Vogler & Rotte, 2000; Salinari & De Santis, 2013; Clemens, 2020). Specifically, developing countries that are relatively affluent compared to their less prosperous counterparts tend to exhibit markedly higher emigration rates (Clemens, 2014; Idu, 2019). This dynamic arises from the financial constraints and risks associated with migration; individuals and households residing in impoverished regions lack the requisite financial resources to cover expenses such as recruitment fees and travel costs, and they often lack access to financial institutions willing to extend substantial loans (Taylor, 2006). Conversely, affluent individuals and households possess the financial means to cover migration expenses, are more inclined to undertake the associated risks, and have access to better mechanisms for mitigating the risks inherent in the migration process (Taylor, 2006).

Although economic considerations persist as significant determinants of migration within the EU, recent studies and scholarly inquiries indicate that mobility decisions are frequently influenced by factors beyond purely economic considerations and aspirations. exemplifies a non-economic determinant that draws immigrants to destination countries by providing an incentive for individuals to migrate and join family members who have already established residence in a new country. This phenomenon entails previously migrated family members acting as a magnet, attracting other relatives to join them (Honohan, 2009; Taylor, 2007). The concept of family reunification aligns with the broader theory of family migration, which acknowledges family considerations as pivotal factors influencing migration decisions. This theory underscores that families base migration decisions on a combination of economic, social, and cultural factors (Mincer, 1978; Belgiojoso & Terzera, 2018). Another non-economic determinant of intra-EU migration refers to the purpose of study. The purpose of study is an important predictor of intra-EU migration, motivating people to migrate within the European Union for educational reasons. As students seek possibilities for high-quality education,

specialised fields of study, language immersion, and cultural interaction, they are drawn to institutions and academic programmes in EU member states (King & Ruiz-Gelices, 2003). Lifestyle reasons are significant indicators of intra-EU migration, motivating people to migrate within the EU for better quality of life, cultural experiences, and personal fulfilment (Benton & Petrovic, 2013). This movement tendency is motivated by a desire for improved work-life balance, access to healthcare, social services, and recreational activities. Furthermore, people may be attracted to certain areas or towns in the EU recognised for their strong cultural scene, gastronomic pleasures, or outdoor activities (Hoey, 2005; Janoschka & Haas, 2013). Another non-economic factor influencing intra-EU migration pertains to the political realm, specifically concerns related to political discontent in the countries of origin of migrants from Central-Eastern European Member States. Political dissatisfaction could serve as an influential factor of intra-EU migration, driving Central Eastern Europeans to seek better government elsewhere in the EU. Corruption, a lack of political freedom, or human rights violations can all motivate individuals to migrate to countries within the EU where they believe there is more stability, democracy, and respect for human rights (Triandafyllidou and Gropas, 2014; Bygnes & Flipo, 2017). Nonetheless, according to the analysis conducted by Bygnes & Flipo (2016), while the expression of political motivations is prevalent, their articulation varies depending on individuals' educational and occupational statuses, and even more significantly, on their national backgrounds. Another interesting viewpoint, which considers the political sphere as a determinant of migration, underscores a counterintuitive finding. Specifically, elements of the political sphere in the migrants' countries of origin, such as high government effectiveness (Lawan Ngoma & Wana Ismail, 2013), reduced corruption (Cooray & Schneider, 2016), or greater democratic freedoms (Karemera et al., 2000), paradoxically tend to elevate migration rates. This is primarily attributed to the fact that reduced civil and political liberties are linked with heightened constraints on residents' ability to travel abroad.

#### 4. METHODOLOGY AND DATA

The present paper investigates the impact of economic security and governance factors on migration patterns in Central Eastern European countries. In this study, the analysis period spans from 2007 to 2020 and includes a sample of ten countries: Romania, Bulgaria, Poland, Hungary, Czech Republic, Slovakia, Slovenia, Estonia, Latvia, and Lithuania. These countries were selected for their diverse socio-economic landscapes within the EU, offering insights into the relationship between economic conditions, governance, and migration. Net migration serves as the dependent variable, representing the balance between immigration and emigration in each country. To explore the factors influencing these migration rates, independent variables are chosen to capture economic vulnerability (risk of poverty or social exclusion by age and sex) and governance quality (rule of law and government effectiveness). A comparative statistical approach is applied to analyze these relationships. This involves assessing how variations in economic and governance conditions correlate with net migration trends across the selected countries and years. Full definitions and sources for each variable are detailed in Table 1.

**Table 1. Variables selected**

Variable	Definition	Database
----------	------------	----------

<p><i>Net Migration</i> (dependent)</p>	<p>Net migration is the number of immigrants minus the number of emigrants, including citizens and noncitizens.</p>	<p>World Bank</p>
<p><i>Persons at risk of poverty or social exclusion by age and sex - EU 2020 strategy</i> (independent)</p>	<p>The reference population of EU-SILC is the private households and all persons composing these households having their usual residence in the national territory. A private household means a person living alone or a group of persons who live together, providing oneself or themselves with the essentials of living. All household members are surveyed, but only those aged 16 and older are interviewed. Persons living in collective households and in institutions are generally excluded from the target population.</p>	<p>Eurostat</p>
<p><i>Rule of Law</i> (independent)</p>	<p>Rule of Law captures perceptions of the extent to which agents have confidence in and abide by the rules of society, and in particular the quality of contract enforcement, property rights, the police, and the courts, as well as the likelihood of crime and violence. Estimate gives the country's score on the aggregate indicator, in units of a standard normal distribution, i.e. ranging from approximately -2.5 to 2.5.</p>	<p>World Bank</p>
<p><i>Government Effectiveness</i> (independent)</p>	<p>Government Effectiveness captures perceptions of the quality of public services, the quality of the civil service and the degree of its independence from political pressures, the quality of policy formulation and implementation, and the credibility of the government's commitment to such policies. Estimate gives the country's score on the aggregate indicator, in units of a standard normal distribution, i.e. ranging from approximately -2.5 to 2.5.</p>	<p>World Bank</p>

Employing inferential statistical analysis, the following models are constructed:

**Table 2. Estimation of net migration**

	<b>Model 1</b> <b>Random</b> <b>Effects</b>	Model 1 Fixed Effects	Model 2 Random Effects	Model 2 Fixed Effects	Model 3 Random Effects	Model 3 Fixed Effects	Model 4 Random Effects	Model 4 Fixed Effects
<b>PERSO</b>	<b>-948.720</b>	-943.8936	-	-	-	-	-	-
<b>NS AT</b>	<b>(296.252)</b>	(316.6433	1157.669	1046.688				
<b>RISK OF</b>	<b>***</b>	) ***	(285.892	(320.735				
<b>POV</b>			8) ***	0) ***				
<b>RULE</b>	<b>22855.38</b>	29424.62	-	-	31603.72	33786.94	-	-
<b>OF LAW</b>	<b>(9642.291</b>	(11516.98			(9752.94	(11767.6		
	) **	) **			9) ***	3) ***		
<b>GOV</b>	-	-	-	-	-	-	32363.46	30717.36
<b>EFFECTI</b>							(8395.21	(10414.6
<b>VN</b>							7) ***	6) ***
<b>CONST</b>	<b>1564.646</b>	-3028.969	22750.78	19745.00	-	-	-	-
<b>ANT</b>	<b>(13125.89</b>	(12388.64	(9560.50	(8785.94	30073.37	31556.57	29482.44	28420.46
	)	)	7) **	5) **	(9347.37	(8104.12	(7810.14	(6848.73
					3) ***	5) ***	5) ***	9) ***
<b>ADJ R<sup>2</sup></b>	<b>0.124847</b>	0.666281	0.10013	0.651982	0.064405	0.645880	0.091275	0.647052

**Note:** Standard errors are shown in parenthesis and significance levels are: \*\*\* for 1%, \*\* for 5% and \* for 10%

The models delineated above necessitate statistical validation through the Hausman test. Accordingly, conducting this test across all models, the following outcomes are upheld:

**Table 3. Hausman Test for model number 1**

*Correlated Random Effects – Hausman Test*

<b>Equation: Model</b>			
<b>Test cross-section random effects</b>			
<b>Test summary</b>	<b>Chi-Sq. Statistic</b>	<b>Chi-Sq. d.f.</b>	<b>Prob.</b>
<b>Cross-section random</b>	1.443378	2	0.4859

**Note:** The probability being 0.4859, random effects specification is preferred the fixed effects



**Table 4. Hausman Test for model number 2***Correlated Random Effects – Hausman Test*

<b>Equation: Model</b>			
<b>Test cross-section random effects</b>			
<b>Test summary</b>	<b>Chi-Sq. Statistic</b>	<b>Chi-Sq. d.f.</b>	<b>Prob.</b>
<b>Cross-section random</b>	0.582740	1	0.4452

**Note:** The probability being 0.4452, random effects specification is preferred the fixed effects

**Table 5. Hausman Test for model number 3***Correlated Random Effects – Hausman Test*

<b>Equation: Model</b>			
<b>Test cross-section random effects</b>			
<b>Test summary</b>	<b>Chi-Sq. Statistic</b>	<b>Chi-Sq. d.f.</b>	<b>Prob.</b>
<b>Cross-section random</b>	0.109935	1	0.7402

**Note:** The probability being 0.109935, random effects specification is preferred the fixed effects

**Table 6. Hausman Test for model number 4***Correlated Random Effects – Hausman Test*

<b>Equation: Model</b>			
<b>Test cross-section random effects</b>			
<b>Test summary</b>	<b>Chi-Sq. Statistic</b>	<b>Chi-Sq. d.f.</b>	<b>Prob.</b>
<b>Cross-section random</b>	0.071333	1	0.7894

**Note:** The probability being 0.7894, random effects specification is preferred the fixed effects

## 5. RESULTS AND DISCUSSION

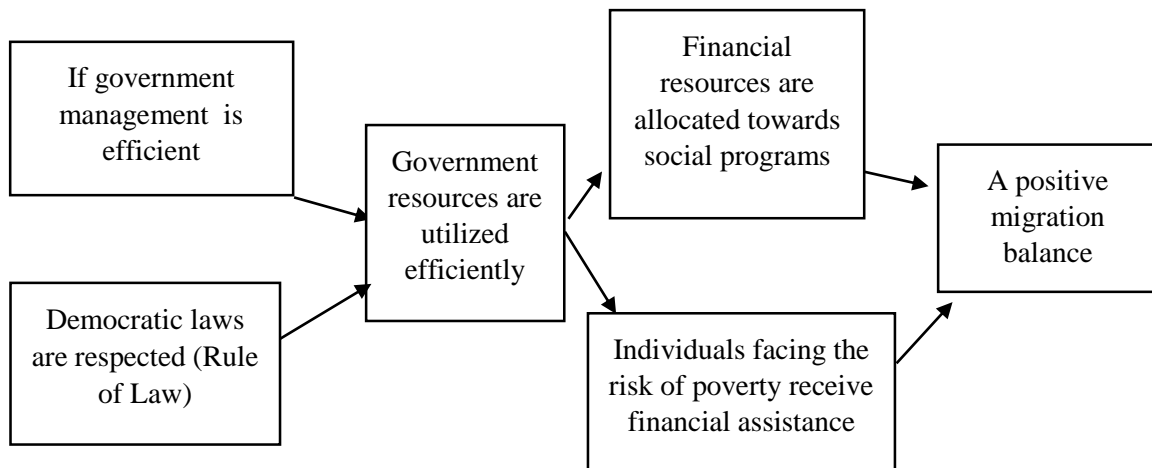
Considering the models presented in the methodology and data section, several key results are underscored. The analysis reveals a negative correlation between the proportion of individuals at risk of poverty and the net migration rate. This suggests that a decrease in poverty rates is associated with a positive net migration balance, meaning fewer individuals are emigrating from these countries. This finding aligns with Carling and Schewel's (2018) argument that extreme poverty may inhibit migration due to a lack of financial resources necessary to migrate. Push-pull theory also supports this observation, as poverty acts as a

“push” factor for migration, but only when individuals have sufficient resources to pursue opportunities elsewhere (Lee, 1966). This relationship reflects what Stark and Bloom (1985) described in the new economics of labor migration, where migration decisions are influenced not only by individual income potential but also by household and community strategies to diversify income sources. Therefore, as poverty rates decrease, fewer people might feel compelled to migrate in search of income diversification.

A positive correlation is observed between governance indicators, specifically rule of law and government effectiveness, and the net migration rate. This finding suggests that higher governance quality correlates with reduced emigration, as better governance is associated with a positive net migration balance. This observation is consistent with neoclassical economic theory, which posits that favorable socio-economic conditions reduce emigration by improving local opportunities (Borjas, 1989). Empirical studies, such as those by Karemera et al. (2000) and Cooray and Schneider (2016), have found that countries with effective governance tend to retain their citizens, as improved public services, legal frameworks, and economic stability reduce incentives to migrate. Additionally, world-systems theory explains that core regions, characterized by stronger institutions, tend to retain populations more effectively than peripheral regions (Wallerstein, 1974).

The findings highlight the importance of governance variables, suggesting that effective government management and respect for democratic laws (rule of law) contribute to reducing emigration. Effective governance enables better allocation of resources toward social programs, which can mitigate poverty and reduce emigration pressures. This aligns with findings by Lawan Ngoma and Wana Ismail (2013), who noted that high-quality governance diminishes outmigration by providing adequate social and economic support structures. *Figure 1* illustrates this relationship, showing how effective governance and the rule of law contribute to a positive migration balance by enhancing social support for individuals at risk of poverty. These results lend support to push-pull theory, particularly in the context of governance as a stabilizing “pull” factor, counteracting the “push” effect of poverty. Additionally, the findings resonate with Massey’s (1990) cumulative causation theory, where improved governance reduces the likelihood of outmigration by enhancing local living conditions.

The findings have significant implications for policymakers. Reducing poverty and improving governance could lower emigration rates by creating a more favorable local environment. This supports Stark and Taylor’s (1991) suggestion in the new economics of labor migration that poverty alleviation and good governance reduce the economic necessity for migration. In Central Eastern Europe, policies aimed at enhancing government effectiveness and supporting at-risk populations could contribute to greater population retention and stability. This approach aligns with the European Union’s broader goals of regional development and cohesion.

**Figure 1**

### Conclusions

Migration constitutes a global phenomenon that has exerted influence on individuals and nations over an extensive period of time. This dynamic has shaped individual decisions and facilitated pursuits of improved employment opportunities, favourable political environments, or enhanced lifestyles. Despite encompassing a multitude of positive facets, migration is not immune to negative ramifications, such as human trafficking or smuggling. The intertwining of economic security with migration represents an extensively discussed topic within the European Union, serving as a potential determinant of this phenomenon. The European Union, as an entity, is significantly shaped by migration, particularly with individuals migrating from Central Eastern European nations to Western European countries in search of enhanced living and working conditions. Thus, the extent to which economic security influences and configures the migration process within the European Union emerges as a pertinent question. Regarding the statistical methodology employed, it is notable that the outcomes align with initial expectations. Specifically, factors such as justice and efficiency appear to deter individuals from emigrating, whereas conditions of poverty exert the opposite effect. It is imperative to underscore, however, that the analysis focused solely on Eastern European nations. Thus, there remains the prospect that expanding the scope of the analysis, perhaps to encompass all 27 EU countries, could yield divergent results. This expansion may yield more robust statistical outcomes, particularly through fixed effects models, or alternatively, the observed correlations may not be replicated. Hence, it is essential to vigilantly monitor this phenomenon and remain open to the prospect of future research yielding disparate findings.

## References

- Afzali, F. A. (2019). Economic insecurity as a push factor of migration in afghanistan. *International Journal of Scientific and Research Publications (IJSRP)*, 9(9), 533-547. <https://doi.org/10.29322/IJSRP.9.09.2019.p9369>.
- Bakewell, O. (2008). "Keeping them in their place": The ambivalent relationship between development and migration in Africa. *Third World Quarterly*, 29(7), 1341–1358. <https://www.jstor.org/stable/20455113>.
- Barrell, R., FitzGerald, J. & Riley, R. (2007). EU enlargement and migration: Assessing the macroeconomic impacts. *NIESR Discussion Paper No. 292*. Available at: <https://www.niesr.ac.uk/wp-content/uploads/2021/10/dp292.pdf> (accessed on 10 April 2024).
- Barsan-Pipu, N. & Tache, I. (2017). Risk Management of the East-West Migration Phenomenon. In N. Marinescu (Ed.), *East-West Migration in the European Union*, Cambridge Scholars Publishing. pp. 5-20.
- Bauman, Z. (1996). Tourists and vagabonds: heroes and victims of postmodernity. *Political Science Series / Institute for Advanced Studies*, Department of Political Science, 30. Institute for Advanced Studies (IHS), <https://nbnresolving.org/urn:nbn:de:0168-ssoar-266870>.
- Belgiojoso, E. B., & Terzera, L. (2018). Family reunification – who, when, and how? Family trajectories among migrants in Italy. *Demographic Research*, 38, 737–772. <https://www.jstor.org/stable/26457062>.
- Bell, S., Alves, S., Silveirinha de Oliveira, E. & Zuin, A. Migration and Land Use Change in Europe: A Review,
- Benton, M., & Petrovic, M. (2013). How Free Is Free Movement? Dynamics and Drivers of Mobility within the European Union. *Migration Policy Institute Europe*. Available at: <https://www.migrationpolicy.org/pubs/MPIEurope-FreeMovement-Drivers.pdf>. (accessed on 16 May 2024).
- Bhabha, J. (2005). Trafficking, Smuggling, and Human Rights. *Migration Policy Institute*. [https://documentation.lastradainternational.org/lsidocs/424%20migration\\_funda\\_1007.pdf](https://documentation.lastradainternational.org/lsidocs/424%20migration_funda_1007.pdf).
- Billiet, J., Meuleman, B., & De Witte, H. (2014). The relationship between ethnic threat and economic insecurity in times of economic crisis: Analysis of European Social Survey data. *Migration Studies*, 2(2), 135–161. <https://doi.org/10.1093/migration/mnu023>.
- Borjas, G. J. (1989). Economic theory and international migration. *International Migration Review*, 23(3), 457–485. <https://doi.org/10.1177/019791838902300304>.
- Buzan, B. (1991). New patterns of global security in the twenty-first century. *International Affairs (Royal Institute of International Affairs)*, 67(3), 431–451. <https://doi.org/10.2307/2621945>.
- Buzan, B., Waeber, O. & de Wilde, J. (1998). *Security. A New Framework for Analysis*. Lynne Rienner Publishers.
- Bygnes, S., & Flipo, A. (2017). Political motivations for intra-European migration. *Acta Sociologica*, 60(3), 199–212. <https://doi.org/10.1177/0001699316659909>.
- Carling, J., & Schewel, K. (2018). Revisiting aspiration and ability in international migration. *Journal of Ethnic and Migration Studies*, 44(6), 945–963. <https://doi.org/10.1080/1369183X.2017.1384146>.

- Castles, S. (1998). Globalization and migration: Some pressing contradictions. *International Social Science Journal*, 50(156), 179–186. <https://doi.org/10.1111/1468-2451.00122>.
- Castles, S., Miller, M. J., & Ammendola, G. (2005). The age of migration: International population movements in the modern world: new york: the guilford press, (2003), \$30. 00, 338 pages. *American Foreign Policy Interests*, 27(6), 537–542. <https://doi.org/10.1080/10803920500434037>.
- Clemens, M. (2014). Does Development Reduce Migration?. *Working Paper 359, Center for Global Development*. Available at : [https://www.cgdev.org/sites/default/files/does-development-reduce-migration\\_final\\_0.pdf](https://www.cgdev.org/sites/default/files/does-development-reduce-migration_final_0.pdf). (accessed on 15 April 2024)
- Clemens, M. (2020). The Emigration Life Cycle: How Development Shapes Emigration from Poor Countries. *IZA DP Nr. 13614*, IZA Institute of Labor Economics. <https://migrationnetwork.un.org/resources/emigration-life-cycle-how-development-shapes-emigration-poor-countries>.
- Cohen, R. (1997). *Global diasporas: An introduction*. University College London Press.
- Cohen, R. (2007). Creolization and cultural globalization: The soft sounds of fugitive power. *Globalizations*, 4(3), 369–384. <https://doi.org/10.1080/14747730701532492>.
- Collier, P. (2007). *The Bottom Billion. Why the poorest countries are failing and what can be done about it*. Oxford University Press.
- Cooray, A., & Schneider, F. (2016). Does corruption promote emigration? An empirical examination. *Journal of Population Economics*, 29(1), 293–310. <https://www.jstor.org/stable/44280393>.
- Czaika, M., & Reinprecht, C. (2022). Migration drivers: Why do people migrate? In P. Scholten (Ed.), *Introduction to Migration Studies*, Springer International Publishing. [https://doi.org/10.1007/978-3-030-92377-8\\_3](https://doi.org/10.1007/978-3-030-92377-8_3). pp. 49–82.
- De Haas, H. (2010). The internal dynamics of migration processes: A theoretical inquiry. *Journal of Ethnic and Migration Studies*, 36(10), 1587–1617. <https://doi.org/10.1080/1369183X.2010.489361>.
- De Haas, H. (2021). A theory of migration: The aspirations-capabilities framework. *Comparative Migration Studies*, 9(1), 8. <https://doi.org/10.1186/s40878-020-00210-4>.
- Dubow, T., Marchand, K. & Siegel, M. (2019). *Evidence on the determinants of migration in the EU*. Available at: <https://www.reminder-project.eu/publications/working-papers/evidence-of-the-determinants-of-migration-in-the-eu/> (accessed on 15 April 2024).
- Engbersen, G., Okólski, M., Black, R., & Panțîru, C. (2010). Introduction: Working out a way from east to west: eu enlargement and labour migration from central and eastern europe. In G. Engbersen, M. Okólski, R. Black, & C. Panțîru (Eds.), *A Continent Moving West?* Amsterdam University Press. <https://www.jstor.org/stable/j.ctt46n229.3>. pp. 7–22.
- European Commission (2023). *An EU approach to enhance economic security*. Available at: [https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/IP\\_23\\_3358](https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/IP_23_3358) (accessed on 10 April 2024).
- Eurostat (2024). *Migration and migrant population statistics*. Available at: <https://ec.europa.eu/eurostat/statistics->

explained/index.php?title=Migration\_and\_migrant\_population\_statistics#Migration\_flows:\_Immigration\_to\_the\_EU\_was\_5.1\_million\_in\_2022 (accessed on 15 April 2024).

Fischer-Souan, M. (2019). Between "Labour migration" and "New European mobilities": motivations for migration of Southern and Eastern Europeans in the EU. *Social Inclusion*, 7(4), 7-17. <https://doi.org/10.17645/si.v7i4.2334>.

*Foresight: Migration and Global Environmental Change (2011) Final Project Report The Government Office for Science*, London. Available at: <https://assets.publishing.service.gov.uk/media/5a74b18840f0b61df4777b6c/11-1116-migration-and-global-environmental-change.pdf>. (accessed on 9 April 2024).

Galbraith, J. K. (1979). *The Nature of Mass Poverty*. Harvard University Press.

Gallagher, A. (2001). Human Rights and the New UN Protocols on Trafficking and Migrant Smuggling: A Preliminary Analysis. *Human Rights Quarterly*, 23(4), 975–1004. <http://www.jstor.org/stable/4489368>.

Gunder, A. (1966). The development of underdevelopment. *Monthly Review*, 18(4), 17. [https://doi.org/10.14452/MR-018-04-1966-08\\_3](https://doi.org/10.14452/MR-018-04-1966-08_3).

Hacker, J. S. (2018). Economic security. In J. E. Stiglitz, J.-P. Fitoussi, & M. Durand (Eds.), *For Good Measure*. OECD. <https://doi.org/10.1787/9789264307278-10-en>. pp. 203–240.

Harris, J. R., & Todaro, M. P. (1970). Migration, Unemployment and Development: A Two-Sector Analysis. *The American Economic Review*, 60(1), 126–142. <http://www.jstor.org/stable/1807860>.

Held, D., & McGrew, A. (2007). *Globalization/Anti-Globalization: Beyond the Great Divide*. Polity Press.

Herm, A., & Poulain, M. (2012). Economic crisis and international migration. What the eu data reveal? *Revue Européenne Des Migrations Internationales*, 28(4), 145–169. <https://doi.org/10.4000/remi.6171>.

Hoey, B. A. (2005). From pi to pie: Moral narratives of noneconomic migration and starting over in the postindustrial midwest. *Journal of Contemporary Ethnography*, 34(5), 586–624. <https://doi.org/10.1177/0891241605279016>.

Honohan, I. (2009). Reconsidering the claim to family reunification in migration. *Political Studies*, 57(4), 768–787. <https://doi.org/10.1111/j.1467-9248.2008.00761.x>.

Idu, R. (2019). Source country economic development and dynamics of the skill composition of emigration. *Economies*, 7(1), 18. <https://doi.org/10.3390/economies7010018>.

ILO (International Labour Organisation) (2004). *Economic Security for a Better World*. Available at: [https://www.ilo.org/public/english/protection/ses/info/publ/economic\\_security.htm](https://www.ilo.org/public/english/protection/ses/info/publ/economic_security.htm) (accessed on 8 April 2024).

Ioan-Franc, V. & Diamescu, M. A. (2012). Some Opinions On The Relation Between Security Economy And Economy Security. *Review of General Management*, 16(2), 43-75. <https://revecon.ro/articles/2010-2/2010-2-7.pdf>.

IOM (International Organization for Migration) (2006). *Glossary on Migration*. Available at: [https://publications.iom.int/system/files/pdf/iml\\_34\\_glossary.pdf](https://publications.iom.int/system/files/pdf/iml_34_glossary.pdf) (accessed on 9 April 2024).

- IOM (International Organization for Migration) (2019). Who Is a Migrant? Available at: <https://www.iom.int/who-is-a-migrant> (accessed on 8 April 2024).
- IOM (International Organization for Migration) (2020). *World Migration Report 2020*. Available at: [https://publications.iom.int/system/files/pdf/wmr\\_2020.pdf](https://publications.iom.int/system/files/pdf/wmr_2020.pdf) (accessed on 8 April 2024).
- IOM (International Organization for Migration) (2022). *World Migration Report 2022*. Available at: <https://publications.iom.int/books/world-migration-report-2022>. (accessed on 9 April 2024).
- Janoschka, M., & Haas, H. (2013). *Contested Spatialities, Lifestyle Migration and Residential Tourism*. Routledge.
- Karemera, D., Oguledo, V. I., & Davis, B. (2000). A gravity model analysis of international migration to North America. *Applied Economics*, 32(13), 1745–1755. <https://doi.org/10.1080/000368400421093>.
- King, R. (2012). Theories and Typologies of Migration: An Overview and a Primer. In E. Righard (Ed.), *Willy Brandt Series of Working Papers in International Migration and Ethnic Relations* 3/12 (pp. 1-48). Malmö Institute for Studies of Migration, Diversity and Welfare.
- King, R., & Ruiz-Gelices, E. (2003). International student migration and the European 'Year Abroad': Effects on European identity and subsequent migration behavior. *International Journal of Population Geography*, 9(3), 229–252. <https://doi.org/10.1002/ijpg.280>.
- Kok, P. (1999). The Definition of Migration and its Application: Making Sense of Recent South African Census and Survey Data. *Southern African Journal of Demography*, 7(1), 19–30. <http://www.jstor.org/stable/20853242>.
- Lawan Ngoma, A., & Wana Ismail, N. (2013). The determinants of brain drain in developing countries. *International Journal of Social Economics*, 40(8), 744–754. <https://doi.org/10.1108/IJSE-05-2013-0109>.
- Lee, E. S. (1966). A theory of migration. *Demography*, 3(1), 47–57. <https://doi.org/10.2307/2060063>. *Living Reviews in Relativity*, 4(2). <http://lrlr.landscapeonline.de/Articles/lrlr-2010-2/download/lrlr-2010-2Color.pdf>.
- Lleshaj, S. (2013). Patterns of Migration in Central and Eastern Europe. *E-International Relations*. [https://www.e-ir.info/2013/09/18/patterns-of-migration-in-central-and-eastern-europe/#google\\_vignette](https://www.e-ir.info/2013/09/18/patterns-of-migration-in-central-and-eastern-europe/#google_vignette).
- Mabogunje, A. L. (1970). Systems approach to a theory of rural-urban migration. *Geographical Analysis*, 2(1), 1–18. <https://doi.org/10.1111/j.1538-4632.1970.tb00140.x>.
- Massey, D. S. (1990). Social Structure, Household Strategies, and the Cumulative Causation of Migration. *Population Index*, 56(1), 3–26. <https://doi.org/10.2307/3644186>.
- Mincer, J. (1978). Family Migration Decisions. *Journal of Political Economy*, 86(5), 749–773. <http://www.jstor.org/stable/1828408>.
- O'Neill, P. E. (2006). The European Union and migration: Security versus identity? *Defence Studies*, 6(3), 322–350. <https://doi.org/10.1080/14702430601060149>.
- Okólski, M. (2004). The effects of political and economic transition on international migration in Central and Eastern Europe. In J.E. Taylor & D.S. Massey (Eds.), *International Migration. Prospects and Policies*, Oxford University Press. pp. 35-58.

- Piore, M. J. (1979). *Birds of passage: Migrant labor and industrial societies*. Cambridge University Press.
- Salinari, G. and De Santis, G. (2013). Population growth and migration in Northern and Western Africa. *Genus*, 69(1), 61-81.
- Sassen, S. (1998). *Globalization and Its Discontents: Essays on the New Mobility of People and Money*. New York: The New Press.
- Skeldon, R. (2013). Global Migration: Demographic Aspects and Its Relevance for Development. Technical Paper No. 2013/6. *United Nations Department of Economic and Social Affairs*.  
[https://www.un.org/en/development/desa/population/migration/publications/technicalpapers/docs/EGM.Skeldon\\_17.12.2013.pdf](https://www.un.org/en/development/desa/population/migration/publications/technicalpapers/docs/EGM.Skeldon_17.12.2013.pdf).
- Stark, O., & Bloom, D. E. (1985). The New Economics of Labor Migration. *The American Economic Review*, 75(2), 173–178. <http://www.jstor.org/stable/1805591>.
- Stark, O., & Taylor, J. E. (1991). Migration incentives, migration types: The role of relative deprivation. *The Economic Journal*, 101(408), 1163. <https://doi.org/10.2307/2234433>.
- Strey, A., Fajth, V., Dubow, T., & Siegel, M. (2018). *Determinants of migration flows in the EU*. Available at: <https://ec.europa.eu/research/participants/documents/downloadPublic?documentIds=080166e5b905a972&appId=PPGMS>) (accessed on 15 April 2024).
- Taylor, J. E. (2006). International Migration and Economic Development. *Department of Economics and Social Affairs United Nations Secretariat*. Available at: UN/POP/MIG/SYMP/2006/09.  
[https://www.un.org/development/desa/pd/sites/www.un.org.development.desa.pd/files/unpd\\_om\\_200606\\_p09\\_taylor.pdf](https://www.un.org/development/desa/pd/sites/www.un.org.development.desa.pd/files/unpd_om_200606_p09_taylor.pdf). (accessed on 15 April 2024).
- Taylor, M. P. (2007). Tied Migration and Subsequent Employment: Evidence from Couples in Britain. *Oxford Bulletin of Economics and Statistics*, 69(6), 795–818. <https://doi.org/10.1111/j.14680084.2007.00482.x>.
- The European Economic Security Strategy (2023). Available at: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:52023JC0020> (accessed on 10 April 2024).
- Triandafyllidou, A., & Gropas, R. (2014). “Voting with their feet”: Highly skilled emigrants from southern europe. *American Behavioral Scientist*, 58(12), 1614–1633. <https://doi.org/10.1177/0002764214534665>.
- United Nations Protocol against the Smuggling of Migrants by Land, Sea and Air, supplementing the United Nations Convention against Transnational Organized Crime, 15 November 2000, [https://treaties.un.org/pages/ViewDetails.aspx?src=TREATY&mtdsg\\_no=XVIII-12-b&chapter=18](https://treaties.un.org/pages/ViewDetails.aspx?src=TREATY&mtdsg_no=XVIII-12-b&chapter=18).
- United Nations Protocol to Prevent, Suppress and Punish Trafficking in Persons Especially Women and Children, supplementing the United Nations Convention against Transnational Organized Crime, 15 November 2000, <https://www.ohchr.org/en/instruments-mechanisms/instruments/protocol-prevent-suppress-and-punish-trafficking-persons>.



Vertovec, S. (2009). *Transnationalism*. Routledge.

Vogler, M., & Rotte, R. (2000). The effects of development on migration: Theoretical issues and new empirical evidence. *Journal of Population Economics*, 13(3), 485–508. <https://www.jstor.org/stable/20007729>.

Wallace, C. & Stola, D. (2001). Introduction: patterns of migration in Central Europe. In C. Wallace & D. Stola (Eds.), *Patterns of migration in Central Europe*. Palgrave Macmillan. pp. 3-44.

Wallerstein, I. (1974). *The modern world system I: Capitalist agriculture and the origins of the European world economy in the sixteenth century*. Academic.

Wiese, E. B.-P. (2010). Culture and migration: Psychological trauma in children and adolescents. *Traumatology*, 16(4), 142–152. <https://doi.org/10.1177/1534765610388304>.

Wihtol De Wenden, C. (2023). International migration as a world issue. In C. Wihtol De Wenden, *Migration and International Relations*. Springer International Publishing. [https://doi.org/10.1007/978-3-031-31716-3\\_1](https://doi.org/10.1007/978-3-031-31716-3_1). pp. 1–14.

Zubiashvili, T. (2017). Globalization and migration processes. MIRDEC-4th, *International Academic Conference on Social Science, Multidisciplinary and Globalization Studies*, 04-07 July, 2017, Holiday Inn Piramides, Madrid, Spain. [https://www.researchgate.net/profile/Tamaz-Zubiashvili/publication/321036735\\_GLOBALIZATION\\_AND\\_MIGRATION\\_PROCESSES/links/5a09cfc045851545eb594ea0/GLOBALIZATION-AND-MIGRATION-PROCESSES.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Tamaz-Zubiashvili/publication/321036735_GLOBALIZATION_AND_MIGRATION_PROCESSES/links/5a09cfc045851545eb594ea0/GLOBALIZATION-AND-MIGRATION-PROCESSES.pdf).



ISSN: 2651-2742  
2024- Cilt: 7 Sayı: 2  
Sayfa: 39-49.

Dergi Web Sitesi: <http://sita.cumhuriyet.edu.tr/tr/>

Gönderilme Tarihi: 17.09.2024

Kabul Tarihi: 10.12.2024

Araştırma Makalesi (Research Article)

EDUCATION PROJECTS IN MUSEUMS AND IMPACT IN TOURISM

Müzelerde Eğitim Projeleri ve Turizme Etkisi

Fatmir HOXHA\* 

Ministry of Culture,  
Youth of Sport of Kosovo

ABSTRACT

**Purpose** – This study examines educational projects in museums and their impact on tourism. The effect of educational projects in promoting cultural heritage is crucial for society. Cultural heritage has gained increasing support in the context of social development, and as a result, the findings of these efforts are significant. Over the past year, not only schools but also numerous institutions have been involved in cultural heritage education projects. Cultural institutions with a focus on cultural heritage are prepared to implement educational activities and open their doors to educate future generations – museums being one of them.

**Design/methodology/approach** – The author used a formal survey to collect data for this topic. The sample consisted of 400 students from various schools in Kosovo and tourists visiting museums. The questionnaires were completed during the educational activities conducted in schools and museums across Kosovo.

**Findings** – The results show that the impact of museums' educational work on cultural heritage education is significant. In line with the findings of this study, museum and school managers should recognize the influence of museums on cultural heritage education, which could lead to improved outcomes. The development of educational projects in museums will promote tourism, as more tourists would visit Kosovo if they were aware of the educational activities available at museums in advance.

**Originality/value** – This study extends the current literature on Cultural Heritage, Education, and the impact of museums' activity on tourism.

**Keywords**-Education, Cultural Heritage, Museums and Tourism

Sorumlu yazar\*: [fatmirhoxha.info@gmail.com](mailto:fatmirhoxha.info@gmail.com)

**Önerilen Atıf:** Hoxha F. (2024). Education Projects in Museums and Impact in Tourism, Sivas İnterdisipliner Turizm Araştırmaları Dergisi, 7(2), 39-49.

## ÖZ

**Amaç** - Bu çalışma müzelerdeki eğitim projelerini ve bunların turizm üzerindeki etkilerini incelemektedir. Kültürel mirasın tanıtılmasında eğitim projelerinin etkisi toplum için çok önemlidir. Kültürel miras, toplumsal kalkınma bağlamında giderek artan bir destek kazanmıştır ve bu çabaların sonuçları önemlidir. Geçtiğimiz yıl sadece okullar değil, çok sayıda kurum da kültürel miras eğitimi projelerine dahil oldu. Kültürel mirasa odaklanan kültür kurumları, eğitim faaliyetlerini hayata geçirmeye ve gelecek nesilleri eğitmek için kapılarını açmaya hazırlanıyor; müzeler de bunlardan biri.

**Tasarım/metodoloji/yaklaşım** - Yazar bu konuda veri toplamak için resmi bir anket kullanmıştır. Örneklem, Kosova'daki çeşitli okullardan 400 öğrenci ve müzeleri ziyaret eden turistlerden oluşmuştur. Anketler, Kosova genelindeki okullarda ve müzelerde gerçekleştirilen eğitim faaliyetleri sırasında doldurulmuştur.

**Bulgular - Sonuçlar**, müzelerin eğitim çalışmalarının kültürel miras eğitimi üzerindeki etkisinin önemli olduğunu göstermektedir. Bu çalışmanın bulguları doğrultusunda, müze ve okul yöneticileri, müzelerin kültürel miras eğitimi üzerindeki etkisinin farkına varmalı ve bu da daha iyi sonuçlar elde edilmesini sağlayabilir. Müzelerde eğitim projelerinin geliştirilmesi turizmi teşvik edecektir, çünkü müzelerdeki eğitim faaliyetlerinden önceden haberdar olmaları halinde daha fazla turist Kosova'yı ziyaret edecektir.

**Özgünlük/değer** - Bu çalışma, Kültürel Miras, Eğitim ve müzelerin faaliyetlerinin turizm üzerindeki etkisine ilişkin mevcut literatürü genişletmektedir.

**Anahtar Kelimeler**-Eğitim, Kültürel Miras, Müzeler ve Turizm

### 1. Introduction

Recent global developments following COVID-19 have also impacted cultural heritage institutions. The importance of museums, from a long-term perspective, is gradually shifting toward modernization. The range of program activities in museums now includes not only the collection, restoration, conservation, inventory, exhibition, and promotion of objects with material and non-material cultural heritage values but also a broader focus. Generally, national museums are cultural, public, and research-scientific institutions that are independent of political parties, political organizations, and religious institutions or organizations. Museum activities are essential to the public interest in fields such as archaeology, epigraphy, numismatics, ethnology, history, and nature. In carrying out their activities, museums are responsible for implementing policies and strategies related to movable cultural heritage. This includes adhering to scientific and professional standards for research, collection, inventory, study, protection and preservation, conservation and restoration, as well as the exposure and promotion of objects with material and non-material cultural heritage values (Ministry of Culture, 2020).

Museums also host professional and scientific debates within the professional and academic communities, as well as with the public, on topics related to the past, present, and future. This is achieved through the development of education, research, and scientific publications based on museum studies. On a daily basis, museums also organize exhibitions both within the country and internationally, using available resources and materials. Annual plans are made for workshops, roundtables, debates, training, seminars, and national and international conferences aimed at the continuous professional development of museum staff and

promoting the exchange of experiences in the field of museology. The program topics should be examined, as there is increasing competition within the framework of museum development due to rising interest in entertainment attractions. Museums are increasingly recognized as one of the most attractive places for tourists, and their importance is growing daily (Ministry of Culture, 2020; MacDonald & Alsford, 1995; Graburn, 1998).

Also, tourism development has significantly increased in recent years, becoming a key economic and industrial activity worldwide. Given that educational programs are vital to museums and their overall objectives, the connection between museums and tourism offers essential benefits to the country (Stepchenkova & Shichkova, 2017; UNESCO Digital Library, 2012).

## **2. Review of Literature**

The daily activities of museums are of essential importance for the public interest, as they encourage dialogue and debates within the professional community. These activities not only foster discussions among citizens about the past but also address the present and future, contributing to the development of education, research, and scientific publications based on the study of museum materials (Ministry of Culture, 2020; Ang, 2005).

Authors Acuff and Evans (2014) reaffirm that modern museums should not only showcase their efforts in various and appropriate spaces and platforms that promote curiosity, debate, education, and entertainment but also create opportunities for interaction by opening their doors to a wider range of multicultural participants, including involvement in educational programs. Through the development of educational components, museums provide both theoretical introductions and practical activities to engage visitors, stimulate aesthetic and historical cultural sensitivities, foster creativity, and support educational initiatives (Chin, 2013; Skolnick et al., 2004). Education for the tourism sector is a relatively recent addition to the education system. It is not solely focused on the recognition of the link between an educated workforce and economic prosperity but also involves the development of educational projects (Ayikoru et al., 2009).

According to Hein (2005) states in his study that museums are educational institutions that operate through constructivism theory (Progressive Education), which is an essential component of education. The progressive education or "modern" movement in education, developed in the early 20th century (p. 64), is based on objects and promotes active learning through inquiry and problem-solving. Museum education is a form of lifelong learning. In recent years, museums have started to be used as spaces not only for contemporary museology but also for multifaceted learning and the effective use of living spaces (Alpagut, 2009; Karakus, 2012). Museums have also embraced the digital realm, offering education through virtual platforms and presenting virtual exhibitions during the COVID-19 pandemic (Chaliakopoulos, 2020). Museums can adapt their spaces for educational activities by organizing educational sessions and practical work to increase engagement and enhance their role in the social context (Crowley et al., 2014). Museum activities can be engaging for everyone, including visitors.

## **2. The Aim of the Research**

Many organizations develop educational projects, but they are often limited by the level of cooperation between them in cultural heritage plans. The aim of this research has two components: first, to assess the current situation regarding the development of educational

projects and the potential for cooperation between organizations; and second, to determine whether educational projects in cultural heritage plans can increase the number of tourists.

It is assumed that cooperation between actors involved in educational projects, with an emphasis on schools and museums, will contribute to the growth of tourism in the country.

Research Questions:

The cooperation between museums and schools at the desired level?

Can museums implement educational projects effectively?

Can the number of visitors be increased through educational programs in museums?

Educational projects in museums will affect tourism growth?

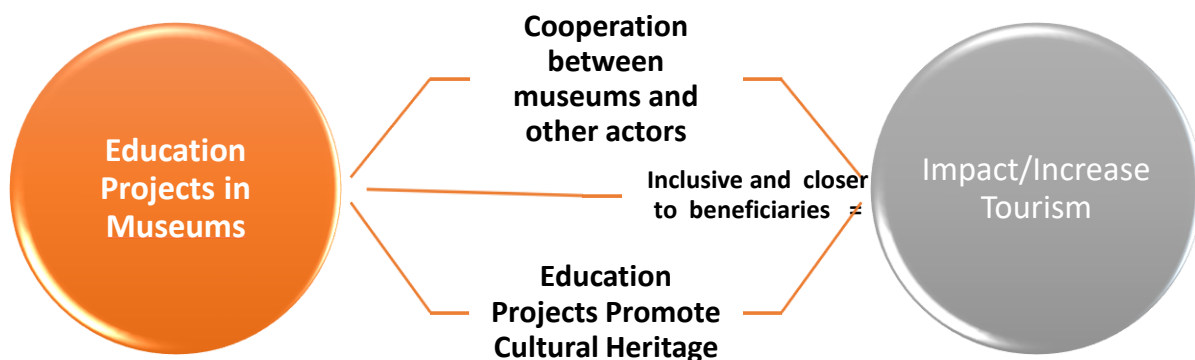
### 3. Methodology

This study investigates whether educational projects are an impact factor in tourism. To examine this, a quantitative model is used through the preparation of a questionnaire. The questionnaire is divided into three parts: the first section focuses on educational projects, the second addresses the impact on tourism, and the third covers demographic information. The questions were compiled from papers by Weber (2022), Hui-Ying & Chao-Chien (2008), as well as some original questions created by the author.

#### 3.1. The Research Model

To interpret the idea Figure 1 presents the research model. The research model describes the study variables that have been prepared based on the initial idea. This model figure reflects the visualization of this study and helps the descriptive interpretation

Figure 1: Model of the study



Source: The author model design

Hypothesis:

Hypothesis 1. The cooperation between museums and schools is at the desired level?

Hypothesis 2: Education programs in museums are attractive for everyone?

Hypothesis 3: Education programs can also be developed outside of schools, example in museum?

Hypothesis 4: The development of educational programs in Museum have an impact in cultural heritage promote and have effects to increasing of tourism?

### 3.2. Participants in the study

The data for this survey were collected between 2019 and 2021 in schools and museums in Kosovo. A total of 400 responses were received, yielding a highly acceptable response rate of 81 percent. Participants were from two different groups: the first group consisted of students who participated in museum educational activities, and the second group included museum visitors. Table 1 shows the profile of the participants in the study.

*Table 1: Participants in the study*

	Characteristics	N (400)	%
Gender	Male	230	57.5
	Female	170	42.5
Age	14-18	331	82.8
	19-34	48	12
	35-50	21	5.3
	51+	-	-
Education	High school	335	83.8
	Faculty	54	13.5
	MA or PHD	11	2.8
	1 <sup>st</sup>	377	94.3
Visit free	2 more	23	5.8
Nationality	Local visitor	335	84
	Foreign visitor	65	16
Income	0-299 €	329	82.3
	300-600€	32	8
	601-1000€	39	9.8
	1001+€	-	-

Table 1 presents demographic data from the survey. A total of 400 participants were surveyed at 10 schools and museums in Kosovo. Participants were from two different groups: the first

group consisted of students who participated in the Museum Mobile education activity, and the second group included museum visitors. The demographic characteristics of the respondents reveal that 57.5% were male and 42.5% were female. A large number of the respondents were between 14-18 years old (82.8%), followed by those aged 19-34 years (12%), and finally, those aged 35-50 years (5.3%). There were no respondents over 51 years old. The data on education indicate that 83.8% were in high school, as the young age group was the target, while 16% of the respondents had completed undergraduate or postgraduate education. Local visitors were the majority, but there were also some foreign visitors.

### 3.3. Data analysis

The results of this study were collected through a questionnaire. The sample consisted of 400 students from different schools in Kosovo and tourists who were present in museums. The questionnaires were completed during the implementation of educational activities in schools and museums in Kosovo. Before distribution, all questions were reviewed and coded. The responses were sorted into categories using the SPSS program, which was also used for data analysis. Initially, all data were entered into an Excel spreadsheet to facilitate their use. The analysis involved elements of descriptive statistics through the SPSS statistical program, according to the respective samples and the time of administration.

## 4. Results

The results for each of the variables related to educational projects in museums and their impact on tourism are presented in the following tables. For each question, the mean, standard deviation, and Cronbach's Alpha internal reliability were calculated. In general, there were five levels of response (1. Strongly Disagree, 2. Disagree, 3. Undecided, 4. Agree, and 5. Strongly Agree). Based on the answers, it can be seen that the variables indicating that educational projects in museums influence the growth of tourism have been confirmed.

Table 2 shows the mean score of respondents for the question "The cooperation between museums and schools at the desired level?" The scale ranged between two levels, from "No" to "Yes," with mean scores from respondents ranging from 1.30 to 1.92 across the two levels. The mean score for the question regarding awareness of activities developed by museums was (M = 1.34).

*Table 2. Mean score of respondents- The cooperation between museums and schools at the desired level?*

Measures	Mean	Min- Max	Number of responses
You are informed about activities the museums develop?	1.34	1 -2	400
Participated in activities between the museum and the school?	1.30	1 -2	400
Cooperation between museums and other actors should be increased?	1.92	1 -2	400

Regarding participation in activities between museums and schools ( $M = 1.30$ ), the cooperation between museums and other actors should be increased ( $M = 1.92$ ). The results show that there was a lack of information about the development of activities in the museum, and the majority of respondents did not participate in these activities. However, regarding the need for cooperation between museums and other institutions, the respondents indicated that such cooperation is necessary.

Table 3 shows the mean score and standard deviation of respondents to the question, "Education programs in museums are attractive to everyone?" The scale ranged from Strongly Disagree (1) to Strongly Agree (5). The mean score from respondents regarding the attractiveness of educational programs in museums ranged from the lowest value of 3.27 to the highest score of 3.81, with the standard deviation ranging from 1.00 to 1.18.

Table 3. Mean score and standard deviation of respondents Education programs in museums are attractive to everyone?

Measures	Mean	SD	Number of responses
Are museums able to prepare educational projects?	3.27	1.18	400
In implementing education programs in Museum, can possible the community engagement?	3.81	1.0	400
Education programs in Museum, can encourage the Multiculturalism?	3.76	1.0	400

The Cronbach's Alpha internal reliability measure was good at 0.86. Regarding the question "Education programs in museums are attractive to everyone?", the mean score was ( $M = 3.27$ ,  $SD = 1.18$ ). For the question "Are museums able to prepare educational projects?", the mean score was ( $M = 3.27$ ,  $SD = 1.18$ ). In terms of implementing educational programs in museums, the community engagement was rated ( $M = 3.81$ ,  $SD = 1.0$ ), and the ability of educational programs in museums to encourage multiculturalism was rated ( $M = 3.76$ ,  $SD = 1.0$ ).

Table 4 shows the mean score and standard deviation of respondents. The statement Education programs can also be developed outside of schools in museum? received a mean score ranging from the lowest of 3.78 to the highest score of 3.99, with the standard deviation ranging between 1.00 and 1.10.

Table 4. Mean score and standard deviation of respondents 'Education programs can also be developed outside of schools in museum?

Measures	Mean	SD	Number of responses
Education programs in Museum, can possible the active learning:	3.98	1.0	400
Education programs in Museum, can make	3.78	1.0	400



possible the authentic learning:

Education programs in Museum, can possible the Informal learning	3.99	1.1	400
--	------	-----	-----

The Cronbach’s Alpha internal reliability measure was good 0.78. The Education programs can also be developed outside of schools in museum with three questions - Education programs in Museum, can possible the active learning (M=3.98, SD=1.0), Education programs in Museum, can make possible the authentic learning (M=3.78, SD=1.0) and Education programs in Museum, can possible the Informal learning (M=3.99, SD=1.1).

Table 5 shows the mean score and standard deviation of respondents. The development of educational programs in museums has an impact on promoting cultural heritage and increasing tourism. The mean scores for this statement range from the lowest of 3.00 to the highest of 3.70, with the standard deviation ranging between 1.00 and 1.10."

*Table 5. Mean score and standard deviation of respondents ‘The development of educational programs in Museum has an impact in cultural heritage promote and have effects to increasing of tourism*

Measures	Mean	SD	Number of responses
The displayed products in museums are educational and attract the interest of visitors	3.38	1.0	400
Mobile application and show are interesting and promote cultural heritage and tourism	3.62	1.0	400
Education activity in museums promote cultural heritage and Truism	3.61	1.1	400
If museums prepare educational programs, do you participate in them	3.00	1.0	400
The tourism can increase through educational programs in the Museum?	3.70	1.0	400

The Cronbach’s Alpha internal reliability measure was good 0.87. The displayed products in museums are educational and attract the interest of visitors, show results (M=3.38, SD =1.0), Mobile application and show are interesting and promote cultural heritage and tourism (M=3.62, SD=1.0), Education activity in museums promote cultural heritage and Truism (M=3.61, SD=1.0), If museums prepare educational programs, do you participate in them (M=3.0,SD=1.0) and The tourism can increased through educational programs in the Museum (M=3.70, SD=1.0).

## 5. Conclusions

In the historical aspect the Museum is the institution of cultural heritage for the purpose of researching, collecting, preserving, restoring conserving and presenting the movable cultural-

historical heritage since prehistoric times up to the present. However, modern museums should not only showcase their efforts in diverse and appropriate spaces and platforms that promote curiosity, debate, education, and entertainment, but also create opportunities for interaction by opening their doors to a broader range of multicultural participants, including through involvement in educational programs (Acuff and Evans, 2014).

First conclusion, the results indicate that the cooperation between museums and schools is not at the desired level. The respondents' perception shows a low level of cooperation, which should be continuously increased to achieve concrete results. From this point of view, there is a low level of information sharing about activities in the museum between both parties, and there is also low participation in joint activities. Therefore, cooperation between museums and other stakeholders needs to be increased. According author King (1998), the partnerships are cooperation in a high degree of interdependence among the collaborating institutions, a real partnership are cooperation between school and museum about museum schools, a new vision to building learning environments that deserve greater study.

On the other hand, in the second recommendation, there is a growing demand for the development of educational programs in museums, which should be created in collaboration with the community. This approach would encourage multiculturalism and increase participation. According to Zbucha et al. (2022), museums' functions are diversifying, considering their dynamic relationships with the present-day economy, society, and communities.

Based on the results, for conclusion three, educational programs can also be developed outside of schools in museums, where active learning can enable authentic and informal learning. The progressive education or "modern" movement in education, developed in the early 20th century, is based on objects and promotes active learning through inquiry and problem-solving (Hein, 2005).

Lastly, the results show that the displayed products in museums are educational and attract the interest of visitors. Mobile applications and shows are interesting and promote cultural heritage and tourism. Educational activities in museums promote cultural heritage and tourism and tourism can be increased through educational programs in museums. Educational components in museums provide both theoretical introductions and practical activities to engage visitors, stimulate aesthetic and historical cultural sensitivities, foster creativity, and support educational initiatives (Chin, 2013; Skolnick et al., 2004).

Many tourists expressed interest in visiting Kosovo if they had advance knowledge of educational activities in museums. Museums can adapt their spaces for educational activities by organizing educational sessions and practical work to increase engagement and enhance their role in the social context (Crowley et al., 2014).

The educational work of museums has a significant impact on cultural heritage education. Museum and school managers should recognize the influence of museums on cultural heritage education and work towards enhancing their collaboration. This can be achieved by:

- Increasing cooperation between museums and schools.
- Involving professional staff from museums as part of curriculum development teams, as museums are well-equipped to implement educational projects effectively.

- Good cooperation between museums and schools in implementing educational projects can also lead to an increase in museum visitors.
- Additionally, these educational projects in museums contribute to the growth of tourism.

This study contributes to the understanding of the impact of educational projects in museums on tourism in Kosovo.

## References

- Acuff B. J., Evans L. (2014). *Multiculturalism in Art Museum Today*. Lanham, MD: Rowman & Littlefield.
- Alpagut, A. (2009). "Anadolu Medeniyetleri Müzesi Eğitim Etkinlikleri ve Müze Eğitim Atölyesi". *Konusmasi. Atatürk Kültür, Dil ve Tarih Yüksek Kurumu*, 38. *Uluslararası Asya ve Kuzey Afrika Çalışmaları Kongresi*.
- Ang, I. (2005). The Predicament of Diversity: Multiculturalism in Practice at the Art Museum. *Ethnicities*, 5(3), 305-320.
- Ayikoru, M., J. Tribe and D. Airey . (2009). 'Reading tourism education: neoliberalism unveiled'. *Annals of Tourism Research*, 36 (2), , 191-221.
- Chaliakopoulos, A. (2020). History of museums: A look at the Learning Institutions Through Time. *TheCollector*.
- Chin, C. (2013). Key dimensions of a multicultural art education curriculum. *International Journal of Education & the Arts*, 14(14). Retrieved [Friday, February 20, 2015, <http://www.ijea.org/v14n14/>].
- Crowley, K., Pierroux, P. & Knutson, K. (2014). Informal learning in museums. In R.K. Sawyer (Ed). *The Cambridge handbook of learning sciences*, (2nd ed., pp. 461-471). Cambridge University Press. .
- George, D., & Mallery, P. (2003). *SPSS for Windows step by step: A simple guide and reference*. 11.0 update (4th ed.). Boston: Allyn & Bacon.
- Graburn, N. (1998). A quest for identity. *Museum International*, 50(3).
- Hein, G. (2005). The Role of Museums in Society: Education and Social Action. *ResearchGate*. Retrieved from <https://www.researchgate.net/publication/228385301>
- Hui-Ying, Sh & Chao-Chien, CH. (2008). A Study of Service Quality and Satisfaction for Museums -. *The Journal of Human Resource and Adult Learning Vol. 4, Num. 1, .*
- Karakus, D. P. (2012). "Müzelerde Uygulanabilecek Müze Eğitim Etkinlikleri". *Akdeniz İnsan Bilimleri Dergisi*, 2(1), 131-138.
- King, K. S. (1998). Museum Schools: Institutional Partnership and Museum Learning. *Paper presented at the Annual Meeting of the American Educational Research Association (San Diego, CA, April 13-17, 1998).*, 1-7.
- MacDonald, G., & Alford, S. (1995). Museums and theme parks: Worlds in collision? *Museum Management and Curatorship*, 14 (2).

Ministry of Culture, Y. a. (2020, 10 15). *Official Gazette of the republic of Kosovo*. Retrieved from Official Gazette of the republic of Kosovo: <https://gzk.rks-gov.net/ActDetail.aspx?ActID=32154>

Skolnick, J., Dulberg, N., Maestre, T. (2004). *Through other eyes: Developing empathy and multicultural perspectives in the social studies (2nd ed.)* Toronto, Ontario: Pippin.

Stepchenkova, S. and Shichkova, E. (2017). Attractiveness of the United States as a travel destination for the Russian tourist in the era of strained bilateral relations. *International Journal of Tourism Cities*, Vol. 3 No. 1, 87-101. .

*UNESCO Digital Library website*. (2012). Retrieved from UNESCO Digital Library.

Weber, K. (2022). THE ROLE OF MUSEUMS IN EDUCATIONAL PEDAGOGY AND THE ROLE OF MUSEUMS IN EDUCATIONAL PEDAGOGY AND COMMUNITY ENGAGEMENT . *College of Education at Digital Commons*.

Zbucea.A, Ivan.L, Timofte.M,s.&, Iordan,L. (2022). Closing the Gap between Museums and Schools . *Culture. Society. Economy. Politics*, 11.



ISSN: 2651-2742

2024 - Cilt: 7 Sayı: 2

Sayfa: 50-67.

Dergi Web Sitesi: <http://sita.cumhuriyet.edu.tr/tr/>

Gönderilme Tarihi: 14.08.2024

Kabul Tarihi: 05.11.2024

Araştırma Makalesi (Research Article)

GEÇMİŞTEN GÜNÜMÜZE ORTAOKUL SOSYAL BİLGİLER DERSİ ÖĞRETİM PROGRAMLARINDA SOMUT KÜLTÜREL MİRASIN YERİ\*

The Place Of Tangible Cultural Heritage In Secondary School Social Studies Curricula From Past To Present

Arzu CANTÜRK

Sivas Cumhuriyet Üniversitesi  
Eğitim Fakültesi

Selman ABLAK\*\*

Sivas Cumhuriyet Üniversitesi  
Eğitim Fakültesi

ÖZET

Somut kültürel miras, geçmişten günümüze insanın emeği ve çabasına dayalı olarak oluşturulan, zaman ve mekân içerisinde fiziksel bir şekilde varlık gösteren tarihi mekân, arkeolojik sit alanı, anıt, yapı grupları, sanatsal ve mimari eserler ile diğer maddi kalıntıları içermektedir. Somut kültürel miras, toplumların tarihi, karakteri, kimliği, gelenekleri, değerleri ve yaşam tarzlarını yansıtır. Böylelikle, geçmişin tanıklığını yaparak bir toplumun kültürel özelliklerinin korunması ve gelecek nesillere aktarılmasına bununla birlikte, bireylerin milli kimlik algılarının gelişmesine katkı sağlar. Bu öneminden dolayı, somut kültürel mirasın yeni kuşaklara tanıtılmasının gerekli bir durum olduğu söylenebilir. Bireylere kültürel miras aktarımının sorumluluğu büyük ölçüde eğitim-öğretim faaliyetlerine düşmektedir. Türk eğitim sistemi açısından değerlendirildiğinde, bilhassa bireylere kültürün korunması ve geliştirilmesi farkındalığı ile milli kimlik algısının kazandırılmasında sosyal bilgiler dersinin ve bu anlamda sosyal bilgiler dersi öğretim programlarının önemli bir yere sahip olduğu görülmektedir. Bu araştırmanın amacı, Türkiye’de geçmişten günümüze kadar uygulanan ortaokul düzeyindeki sosyal bilgiler dersi öğretim programlarında somut kültürel miras öğelerinin yer alma durumunun belirlenmesidir. Araştırmada nitel araştırma yaklaşımı benimsenmiş olup doküman incelemesi yöntemine başvurulmuştur. Araştırmada veri kaynağı olarak Türkiye’de ortaokul düzeyinde sosyal bilgiler çalışma alanına yönelik

\*Bu çalışmanın bir kısmı, 8-10 Mayıs 2024 tarihinde Üsküp, Kuzey Makedonya’da düzenlenen Uluslararası Turizm, Ekonomi ve Kültür Kongresi’nde (ITEC) sözlü bildiri olarak sunulmuştur.

\*\* Sorumlu Yazar: selmanablak@cumhuriyet.edu.tr

Önerilen Atıf: Cantürk A. & Ablak S. (2024). Geçmişten günümüze ortaokul sosyal bilgiler dersi öğretim programlarında somut kültürel mirasın yeri. Sivas İnterdisipliner Turizm Araştırmaları Dergisi, 7(2), 50-67.

hazırlanan 1969 Ortaokullarda Denenecek Sosyal Bilgiler Programı, 1998 Sosyal Bilgiler Dersi Öğretim Programı, 2005 Sosyal Bilgiler Dersi Öğretim Programı (6 ve 7. sınıflar), 2018 Sosyal Bilgiler Dersi Öğretim Programı (5, 6 ve 7. sınıflar) kullanılmıştır. Verilerin incelenmesinde, nitel veri analiz yaklaşımlarından biri olan betimsel analizden yararlanılmıştır. Araştırma bulgularına göre, incelenen öğretim programları içerisinde somut kültürel miras öğelerine en fazla 1969 Ortaokullarda Denenecek Sosyal Bilgiler Programı'nda, en az ise 2018 Sosyal Bilgiler Dersi Öğretim Programı'nda yer verildiği görülmüştür. Araştırmada genel itibarıyla, geçmişten günümüze sosyal bilgiler dersi öğretim programlarında somut kültürel miras öğelerinin ele alındığı belirlenmiştir. Araştırmadan elde edilen bulgular ışığında, sosyal bilgiler dersi öğretim programlarının içeriğinde somut kültürel miras öğelerine daha fazla yer verilmesine ve öğrenme alanlarına göre eşit dağılım gözetilerek ele alınmasına yönelik önerilerde bulunulmuştur.

**Anahtar Kelimeler:** Kültürel Miras, Ortaokul, Somut Kültürel Miras, Sosyal Bilgiler Dersi Öğretim Programı

#### ABSTRACT

Tangible cultural heritage includes historical places, archaeological sites, monuments, building groups, artistic and architectural works and other material ruins that have been formed based on human labor and effort from past to present and exist physically in time and space. Tangible cultural heritage reflects the history, character, identity, traditions, values and lifestyles of societies. Thus, by bearing witness to the past, tangible cultural heritage contributes to the preservation of the cultural characteristics of a society and their transfer to future generations, as well as to the development of individuals' national identity perceptions. Due to this importance, it is necessary to introduce tangible cultural heritage to new generations. The responsibility of transferring cultural heritage to individuals largely falls on education and training programs. In the Turkish education system, social studies course and social studies course curricula have an important place in providing individuals with the awareness of the preservation and development of culture and the perception of national identity. This study aimed to determine the inclusion of tangible cultural heritage elements in secondary school social studies curricula implemented in Türkiye from past to present. The research adopted a qualitative research approach and used the document analysis method. The data consisted of the 1969 Social Studies Curriculum for Secondary Schools, the 1998 Social Studies Curriculum, the 2005 Social Studies Curriculum (for grades 6, and 7), and the 2018 Social Studies Curriculum (for grades 5, 6, and 7), all developed for the secondary school social studies field in Türkiye. The findings highlighted that among the curricula examined, the 1969 Social Studies Curriculum for Secondary Schools included the highest number of tangible cultural heritage elements, while the 2018 Social Studies Curriculum contained the fewest. Overall, the study found that tangible cultural heritage elements were incorporated into social studies curricula from past to present. Based on the findings, the study recommends increasing the representation of tangible cultural heritage elements within social studies curricula and ensuring an equitable distribution across different learning areas.

**Keywords:** Cultural Heritage, Secondary School, Tangible Cultural Heritage, Social Studies Course Curriculum

## GİRİŞ

Kültür, içinde insanın var olduğu ve ortaya koyduğu tüm gerçeklik (Uygun, 1996), bir topluluğun dünya görüşünü kadrolayan manevi değerlerle, bu manevi güçlerin aktif hayata yansımından doğan teknolojinin oluşturduğu bir bütündür (Kafesoğlu, 1984). Türk Dil Kurumu [TDK] tarafından hazırlanan güncel Türkçe sözlükte ise kültür, “tarihsel, toplumsal gelişme süreci içinde yaratılan bütün maddi ve manevi değerler ile bunları yaratmada, sonraki nesillere iletmeye kullanılan, insanın doğal ve toplumsal çevresine egemenliğinin ölçüsünü gösteren araçların bütünü” (TDK, 2024) olarak tanımlanmaktadır. Tüm bu tanımlardan hareketle kültürün, insanın tüm varlığıyla ortaya koyduğu hemen her şeyi barındırdığı söylenebilir. Toplumsal devamlılığın sağlanmasındaki süreklilik bu anlamda kültürü de kapsamaktadır. Bu durum, kültürün kuşaktan kuşağa aktarılmasını ise zaruri kılmaktadır. Nitekim toplumsal devamlılığın sağlanmasında kültürel devamlılık kritik bir rol oynamaktadır. Bu açıdan, her geçen gün daha fazla küreselleşen dünyada kültürlerin korunması ve aktarımının sağlanması büyük önem taşımaktadır. Buna yönelik dünya genelinde birçok kurum ve kuruluş birtakım çalışmalar yürütmektedir. Ancak kurum ve kuruluşlar veya devletler eliyle yapılan girişimler ve çalışmalar kültürün korunması ve aktarımı noktasında bazen yetersiz kalabilmektedir. Bu noktada, toplumun tamamında kültüre ilişkin bir bilincin oluşturulması bahse konu yetersizliğin giderilmesinin yollarından biri olacaktır. Bu bilincin oluşturulmasında ise eğitim alanı önemli bir sorumluluğu üstlenmektedir.

Eğitim-öğretim faaliyetlerinin hedefleri arasında hiç şüphesiz başta kendine has değerleri ve kültürü sonrasında da evrensel manada kültürel mirasını bilen tanıyan ve bu mirasını yarınlara ulaştırma isteği taşıyan bireyler yetiştirme arzusu yatmaktadır. Zira “toplumlar devamlılıklarını sağlamak ve güçlenmek gibi nedenlerle kendi kültürlerini genç nesillere aktarırlar. Bugün devletlerin çoğu bu aktarımı eğitim yolu ile gerçekleştirmektedir.” (Gürgil, 2011, s. 14). Görüldüğü üzere, kültürün devamlılığının sağlanmasında eğitim en temel araç olarak karşımıza çıkmaktadır.

Millet olma olgusunun devamlılığını sağlamak adına kültürün bilinmesi, öğrenilmesi ve devamlılığının sağlanması gerekmektedir. Nitekim “Millet” olma unsurlarından biri de ortak kültürdür. Bu nedenle, geçmişten günümüze ulaşan kültürün ve kültürel değerlerimizin gelecek kuşaklara aktarılması toplumsal bir görev olarak karşımıza çıkmaktadır (Eroğlu & Yıldız, 2006).

Kültür, insanların tarihsel mirasını (Göçer, 2013, s. 254) oluştururken insanların tarihsel süreçteki somut veya soyut birikimi de kültürel mirasını oluşturmaktadır. Kültürel miras, insanoğlunun varoluşundan günümüze kadar geçen süreçte ürettiği her şeyi kapsayan, içerisinde maddi ve manevi unsurları (Perker, 2010, s. 261) barındırmakla birlikte, insanların yaşam şekillerinin ve düşünsel yapılarının (Göğebakan, 2009) yansımaları olan eylem, nesne ve gelenekleri içeren somut ve soyut nitelikteki değerler bütünüdür. İnsanoğlunun tüm toplumsal yaşantısını içeren kültürel mirasının korunması ve geleceğe aktarılması, insanlık tarihinin korunması anlamını da taşımaktadır (Akay, 2006).

1972 tarihli Birleşmiş Milletler Eğitim, Bilim ve Kültür Kurumu [UNESCO] tarafından kabul edilen ve 1982 yılından itibaren Türkiye'nin de tarafı olduğu “*Dünya Kültürel ve Doğal Mirasının Korunmasına Dair Sözleşme*” kapsamında kültürel miras; anıtlar (tarih, sanat veya bilim açısından olağanüstü evrensel değere sahip mimari eserler, anıtsal heykel ve resim eserleri, arkeolojik

*nitelikteki unsurlar veya yapılar, yazıtlar, mağara konutları ve özelliklerin kombinasyonları*), bina grupları (*mimarileri, homojenlikleri veya peyzajdaki yerleri nedeniyle tarih, sanat veya bilim açısından olağanüstü evrensel değere sahip olan ayrı veya bağlantılı bina grupları*) ve sit alanları (*insan eserleri veya doğa ile insanın birleşik eserleri ve tarihi, estetik, etnolojik veya antropolojik açıdan olağanüstü evrensel değere sahip arkeolojik sit alanları da dâhil olmak üzere alanlar*) olarak sınıflandırılmıştır (UNESCO, 1972). Türkiye’de kültürel ve doğal mirasın korunmasına yönelik yasal bir çerçeve sunan 2863 sayılı “*Kültür ve Tabiat Varlıklarını Koruma Kanunu*”nun 3. maddesinde ise kültür varlıkları olarak ifade bulan kültürel miras “*tarih öncesi ve tarihi devirlere ait bilim, kültür, din ve güzel sanatlarla ilgili bulunan veya tarih öncesi ya da tarihi devirlerde sosyal yaşama konu olmuş bilimsel ve kültürel açıdan özgün değer taşıyan yer üstünde, yer altında veya sualtındaki bütün taşınır ve taşınmaz varlıklardır*” şeklinde kategorize edilerek açıklanmıştır (Resmi Gazete, 23.07.1983). “Kültürel miras kavramı dinamik bir kavram olup kapsamı zaman içinde değişime uğramıştır.” (Yeşilbursa, 2011, s. 26). Genel itibarıyla, kültürel miras; somut ve somut olmayan kültürel miras olarak ikiye ayrılmaktadır. Somut kültürel miras ise, insan eliyle meydana gelen taşınmaz ve taşınır kültürel miras olmak üzere kendi içinde ikiye ayrılmaktadır (Ahmad, 2006, s.298; Aşılıoğlu & Memlük, 2010, s. 185; Cantürk, 2020, s. 10; UNESCO, 2003). Taşınmaz kültürel miras mimari unsurları ifade ederken; taşınır kültürel miras ise mekânsal açıdan yer değişimine müsait olan nesnelere ifade etmektedir (Diker & Deniz, 2017).

Kültürel mirasın devamlılığını ve yaşamasını sağlayacak olan hiç şüphesiz bireylerdir. Bireyler eğitim yoluyla öğrendikleri kültürleri sayesinde yaşam için gerekli davranış kalıplarını edinirler. Bu şekilde içinde var oldukları toplumu kendine özgü kılan esasları edinerek, toplumsal bütünlük ve uyumu sağlamış olurlar. Bu sürecin sağlanması da etkili bir kültür ve kültürel miras eğitimi ile gerçekleşebilmektedir. Özellikle ilk ve ortaokul döneminde bireylere verilen eğitimle sağlanacak kültürel farkındalık bireylerin yaşamları boyunca kültürel mirası sahiplenme, koruma ve gelecek kuşaklara aktarma noktasında itici güç olacaktır. Bu noktada, özellikle sosyal bilgiler dersi, öğrencilerin kültürlerine ait öğeleri öğrenmesi, benimsemesi ve kültürünü en iyi şekilde tanıyıp, tanıtmayı ve geleceğe aktarmasında etkili derslerden biri olarak karşımıza çıkmaktadır.

Sosyal bilgilerin, kültürel mirasın korunması ve geliştirilmesi anlamında da ön plana çıkan derslerden biri olduğu ifade edilebilir. Çünkü kapsamı gereği kültürel içeriği en fazla ilişkilendirme imkânı bulabileceğimiz, insanın çevresiyle olan etkileşimini geçmiş, bugün ve gelecek bağlamında ele alabilecek ve bireylerde milli bilinç ve kimlik gelişimini destekleyecek derslerden biri sosyal bilgilerdir (Cantürk, 2020, s. 5). Sosyal bilgiler dersinin amaçları incelendiğinde, hemen her amacın kültürle ilişkili olduğu ve bu amaçlara ulaşmak adına sosyal bilgiler dersinde kültürel öğelerden yararlanılması gerektiği göze çarpmaktadır (Deveci, 2009, s. 2).

Bu araştırmada, Türkiye’de ortaokul düzeyindeki sosyal bilgiler dersi öğretim programlarında [SBDÖP] kültürel mirasın bir boyutu olarak karşımıza çıkan somut kültürel miras öğelerine yer verilme durumunun ortaya koyulması amaçlanmıştır. Bu amaç doğrultusunda aşağıdaki sorulara yanıt aranmıştır:

1. 1969 Ortaokullarda Denenecek Sosyal Bilgiler Programı’nda somut kültürel miras öğelerinin yer alma durumu nedir?
2. 1998 Sosyal Bilgiler Dersi Öğretim Programı’nda somut kültürel miras öğelerinin yer alma durumu nedir?



3. 2005 Sosyal Bilgiler Dersi Öğretim Programı'nda (6 ve 7. sınıf düzeyi) somut kültürel miras öğelerinin yer alma durumu nedir?
4. 2018 Sosyal Bilgiler Dersi Öğretim Programı'nda (5, 6 ve 7. sınıf düzeyi) somut kültürel miras öğelerinin yer alma durumu nedir?

## YÖNTEM

### Araştırma Deseni

Bu araştırmada, nitel araştırma yaklaşımına dayalı bir tasarım gözetilmiş olup doküman inceleme tekniğinden yararlanılmıştır. Nitel araştırmalar gözlem, görüşme ve doküman analizi gibi nitel veri toplama araçlarının etkili bir şekilde kullanıldığı, nitel bir süreç bağlamında olay ve algıların doğal ortamda gerçekçi ve bütüncül bir bakış açısıyla incelendiği araştırmalardır (Yıldırım & Şimşek, 2018). Gerek dijital gerekse analog tüm belgeleri değerlendirmek için kullanılan doküman inceleme tekniği ise incelemeye bağlı olarak anlamlar ve anlayışların belirlendiği ve bu sayede bilimsel bilgiye ulaşılan sistemsel bir tekniktir (Corbin & Strauss, 2008). Doküman incelemesi, araştırma kapsamındaki olgu ve olaylara yönelik bilgi barındıran yazılı materyallerin analiz edilmesini kapsar. Doküman incelemesi, nitel araştırmalarda tek başına bir veri toplama tekniği olarak kullanılabilir gibi diğer veri toplama yöntemleriyle birlikte de kullanılabilir (Yıldırım & Şimşek, 2018). Araştırma kapsamında, yazılı bir materyalin (*sosyal bilgiler dersi öğretim programı*), belirli bir anlayış ekseninde (*somut kültürel miras öğeleri bakımından*) değerlendirilmesine olanak sağlamasından dolayı, uygun bir teknik olarak doküman incelemeye başvurulmuştur.

### Veri Kaynakları

Bu araştırmanın veri kaynağını, Türkiye'de 1969-2018 yılları arasında ortaokul düzeyinde sosyal bilgiler çalışma alanına yönelik hazırlanan sosyal bilgiler dersi öğretim programları (SBDÖP) oluşturmaktadır. Yapılan incelemeler sonucunda, yukarıda belirtilen zaman aralığında çıkarılan ortaokul düzeyindeki öğretim programlarının ilköğretim programlarında da karşılık bulunduğu ve çeşitlilik gösterdiği görülmüştür. Araştırmanın veri kaynağını oluşturan dokümanlar Tablo 1'de gösterilmiştir.

**Tablo 1.** Türkiye'de Uygulanan Sosyal Bilgiler Dersi Öğretim Programları

Ortaokul Programları	İlköğretim Programları
1969 Ortaokullarda Denenecek Sosyal Bilgiler Programı <sup>†</sup>	1998 İlköğretim Sosyal Bilgiler Dersi Öğretim Programı
2018 Sosyal Bilgiler Dersi Öğretim Programı (İlkokul ve Ortaokul 4, 5, 6 ve 7. sınıflar) <sup>‡</sup>	2005 İlköğretim Sosyal Bilgiler Dersi Öğretim Programı

Tablo 1'de belirtilen sosyal bilgiler dersi öğretim programlarının somut kültürel miras öğeleri bakımından incelenmesi amacıyla, literatürdeki çeşitli kaynak ve çalışmalardan esinlenerek

<sup>†</sup> Türkiye'de sosyal bilgiler dersinin ortaokullarda okutulmaya başlanması 1973 yılında gerçekleşmiştir. Ancak dersin ortaokullar için hazırlanan öğretim programı 1969 yılında Tebliğler Dergisi'nde yayımlanmış ve 1973 yılına kadar pilot uygulaması yapılmıştır. 1973 yılında Milli Eğitim Bakanlığı 36/1740 sayılı Tebliğler Dergisi'nde 303 no'lu sayıyla "Ortaokul Sosyal Bilgiler, Fen Bilgisi ve Matematik Programlarının Bütün Ortaokullarda Kademeli Olarak Uygulanması" kararı alınmıştır.

<sup>‡</sup> 2017 yılında çıkarılan, 2018 yılında ise revize edilerek yayımlanan 2018 SBDÖP, 4+4+4 eğitim modeli kapsamında ilkokul düzeyinde kalan 4. sınıf düzeyi için hazırlanan SBDÖP'sini de barındırmaktadır.

Cantürk & Ablak (2024) tarafından geliştirilen “Somut Kültürel Miras Öğeleri İnceleme Formu” kullanılmıştır. Araştırmacılar tarafından ilgili form aracılığıyla, öğretim programlarında somut kültürel miras öğelerine yer verilme durumu ortaya koyulmaya çalışılmıştır. Aşağıda yer verilen Tablo 2’de “Somut Kültürel Miras Öğeleri İnceleme Formu”na yer verilmiştir (Cantürk & Ablak, 2024, s. 380-381).

**Tablo 2.** Somut Kültürel Miras Öğeleri İnceleme Formu

<b>Somut Kültürel Miras Öğeleri</b>	
<b>Taşınır Kültürel Miras Öğeleri</b>	Bitki ve Hayvan Fosil Kalıntıları, Eski Aletler, Resimler, Fotoğraflar, Minyatürler, Gravürler, Portreler, Posterler, Eski Paralar, Heykeller, Günlük Eşyalar, Süs Eşyaları, Kütüphane Eserleri, Müzik Aletleri, Karikatürler, Arşiv Belgeleri, Tarihi Gazeteler, Mektuplar, Posta Pulları, Kanun Metinleri, Resmi Belgeler, Dinsel ve Seromonisel Nesnelere, Madalyalar ve Nişanlar vb.
<b>Taşınmaz Kültürel Miras Öğeleri</b>	<b>Tarihi Merkezler</b> (arkeolojik sit alanları, tarihi şehirler, kırsal alanlar, tabyalar, istihkâmlar, gözetleme noktaları, savaş alanları, yer altı şehirleri, tarihi yollar, tarihi mağaralar, höyükler, tümülüsler, namazgâhlar, şehitlikler, kaya mezarları, akropol ve nekropoller vb.) <b>Mimari Eserler</b> (şehir yapılaşmaları, anıtlar, kervansaraylar, hanlar, hamamlar, kaleler, hisarlar, burçlar, surlar, karakollar, camiler, mescitler, medreseler, külliyyeler, türbeler, kümbetler, hazireler, tekke ve zaviyeler, kiliseler, bazilikalar, sinagoglar, manastırlar, saraylar, köşkler, şifahaneler, imarethaneler, bedestenler, arastalar, çeşmeler, köprüler, su kemerleri ve sarnıçlar, vb.) <b>Kültürel Manzaralar</b> (tarihi parklar ve bahçeler, arkeolojik parklar, doğal anıtlar ve doğal sitler vb.)

### Verilerin Toplanması ve Analizi

Araştırmada verilerin toplanması Yıldırım & Şimşek (2018) tarafından belirlenen doküman incelemesi tekniği aşamalarına uygun olarak gerçekleştirilmiştir. Buna göre dokümanlara ulaşma, dokümanların özgünlüğü kontrol etme, dokümanları anlama, veriyi analiz etme ve veriyi kullanma basamakları sırasıyla takip edilmiştir. Araştırma kapsamında toplanan verilerin analizinde betimsel analiz yaklaşımından yararlanılmıştır. Bu yaklaşımda, araştırma öncesinde belirlenen temalara göre elde edilen verilerin derlenerek analiz edilmesi ve açıklanması söz konusudur (Yıldırım & Şimşek, 2021). Araştırmada, öğretim programlarındaki somut kültürel miras öğelerinin yeri, Cantürk & Ablak (2024) tarafından geliştirilen “Somut Kültürel Miras Öğeleri İnceleme Formu”nda belirlenen tema ve alt kategorilere göre değerlendirilmiştir. Öğretim programlarında, somut kültürel miras öğelerinin yeri, programın amaçları (*genel ve özel amaç*), açıklamalar, programda dikkat edilecek hususlar, öğrenme alanı, ünite, konu ve kazanımlar ekseninde ele alınarak derinlemesine incelenmiştir.

Araştırmanın veri analizi ve yorumlama sürecinde, inarlılık ve tutarlılık sağlanmıştır. Bu doğrultuda, verilerin analiz sürecinde kodlayıcılar (araştırmacılar ve alan uzmanı) arasında karşılaştırma yapılmış ve benzer şekilde değerlendirilme yapıp yapılmaması durumu

kontrol edilmiştir. Benzerlik göstermeyen durumlar için araştırmacılar ve 1 alan uzmanı (sosyal bilgiler eğitimi) bir araya gelerek uzlaşma yoluna gitmiştir. Analiz sonucunda, öğretim programlarında yer verilen somut kültürel miras öğelerinin kategorik dağılımları ve yer verilme sıklıkları tablolar hâlinde gösterilmiştir. Ayrıca, somut kültürel mirasın öğretim programında ele alınma şekli örneklerle sunulmuştur.

## BULGULAR

### 1. Birinci Alt Probleme İlişkin Bulgular

Araştırmanın birinci alt problemine yönelik olarak ilk olarak 1969 Ortaokullarda Denenecek Sosyal Bilgiler Programı'nda somut kültürel miras öğelerinin yer alma durumu incelenmiştir. Aşağıda Tablo 3'te ilgili bulgular sunulmuştur.

**Tablo 3.** 1969 Ortaokullarda Denenecek Sosyal Bilgiler Programı'nda Somut Kültürel Miras Öğelerinin Yer Alma Durumu

1969 Ortaokullarda Denenecek Sosyal Bilgiler Programı'nda Somut Kültürel Miras Öğeleri			
	Amaçlar (f)	Açıklamalar (f)	Ünite ve Konular (f)
<b>Taşınır Kültürel Miras Öğeleri</b>	-	-	4
<b>Taşınmaz Kültürel Miras Öğeleri</b>			
	Tarihi Merkezler	-	41
	Mimari Eserler	16	13
	Kültürel Manzaralar	-	10
<b>Toplam</b>	-	<b>16</b>	<b>68</b>

1969 Ortaokullarda Denenecek Sosyal Bilgiler Programı üç bölümden oluşmakta olup bu bölümleri "amaçlar", "açıklamalar" ile "ünite ve konular" oluşturmaktadır. Programın geneli ele alındığında, somut kültürel miras öğelerine (f=84) yer verildiği görülmektedir. Tablo 3 incelendiğinde, 1969 Ortaokullarda Denenecek Sosyal Bilgiler Programı'nın "amaçlar" bölümünde taşınır veya taşınmaz kültürel miras öğelerine yer verilmediği belirlenmiştir. Programın "açıklamalar" bölümü incelendiğinde ise taşınmaz kültürel miras öğelerinin bir boyutunu oluşturan mimari eserlere (f=16) yer verildiği görülmektedir. Aşağıda programın "açıklamalar" başlığı altında yer verilen taşınmaz kültürel miras öğelerinin bir boyutu olan mimari eserlerle ilgili örnekler sunulmuştur:

"39. Çevre incelemelerinde öğrencilere, çevredeki tarihi eserler (sur, kale, harabe, bent cami, medrese, çeşme, han, hamam, kervansaray, köprü, ...) (Tebliğler Dergisi, 1969b, s. 440).

"40. ... Tarihi bir kimseden söz edilirken o zat eğer okulun bulunduğu yerde doğmuş veya ölmüş yahut orada bulunmuş ise bu cihete, o zatın orada camisi, medresesi, kitaplığı, imareti, hanı, türbesi..." (Tebliğler Dergisi, 1969b, s. 440).

"41. ... Okulun çevresinde bulunan çeşme, mezar, kütüphane vb. gibi tarihi değeri olan anıtların korunması ve bakımı hususlarının..." (Tebliğler Dergisi, 1969b, s. 440).

Programın “ünite ve konular” bölümü incelendiğinde taşınır kültürel miras öğelerine (f=4) yer verildiği görülmektedir. Taşınmaz kültürel miras öğelerine ise sırasıyla tarihi merkezler (f=41), mimari eserler (f=13) ve kültürel manzaralar (f=10) şeklinde yer verilmiştir. Aşağıda 1969 Ortaokullarda Denenecek Sosyal Bilgiler Programı’nda “ünite ve konular” başlığı içerisinde yer verilen taşınır ve taşınmaz somut kültürel miras öğeleriyle ilgili örnekler verilmiştir:

“Ortaokul I - Ünite IV. Yurdumuzda bizden önce kimler nasıl yaşamışlardır? A. Tarih öncesinde Anadolu: Eski taş çağında... O çağda yaşayan bazı hayvanların özellikleri... O çağda yaşayış ve kalıntıları...” C. Anadolu’da Hititler... Savaş araç gereçleri...” (Tebliğler Dergisi, 1969a, s. 430).

“Ortaokul I - Ünite II. Köyümüz, şehir veya kasabamız nasıl bir yerdedir? D. Tarihi kalıntılar bakımından: Çevremizde höyük, harabe, tapınak, kale cami, mescit köprü, suyuolları, hanlar, kervansaraylar vb. bunlar hakkında neler bilinmektedir?...” (Tebliğler Dergisi, 1969a, s. 428).

“Ortaokul I- Ünite III. Türkiye’nin neresindeyiz? H. Doğu Anadolu Bölgesi: ...yer değiştiren şehirlerden Harput-Elazığ, Karaz-Erzurum, Arslantepe Eski Malatya – Bugünkü Malatya, Altintepe-Erzincan...” (Tebliğler Dergisi, 1969a, s. 429).

“Ortaokul I- Ünite III. Türkiye’nin neresindeyiz? F. Orta Karadeniz Bölümü:...Sinop Kalesi ve Limanı...Bölgeniz turistik değerlerinden Alacahöyük ve Boğazköy’de tarihi kalıntılar...” (Tebliğler Dergisi, 1969a, s. 429).

## 2. İkinci Alt Probleme İlişkin Bulgular

Araştırmanın ikinci alt problemine ilişkin olarak 1998 İlköğretim Sosyal Bilgiler Dersi Öğretim Programı’nda (SBDÖP) (5, 6 ve 7. sınıf) somut kültürel miras öğelerinin yer alma durumu incelenmiştir. Aşağıda Tablo 4’te ilgili bulgular sunulmuştur.

**Tablo 4.** 1998 İlköğretim Sosyal Bilgiler Dersi Öğretim Programı Somut Kültürel Miras Öğelerinin Yer Alma Durumu

1998 İlköğretim Sosyal Bilgiler Dersi Öğretim Programı’nda Somut Kültürel Miras Öğeleri		Genel Amaçlar (f)	Özel Amaçlar (f)	Açıklamalar (f)	Ünite ve Konular (f)
<b>Taşınır Kültürel Miras Öğeleri</b>		-	-	-	-
<b>Taşınmaz Kültürel Miras Öğeleri</b>	Tarihi Merkezler	-	-	5	13
	Mimari Eserler	-	-	-	-
	Kültürel Manzaralar	-	-	-	-
	<b>Toplam</b>	-	-	<b>5</b>	<b>13</b>

1998 İlköğretim SBDÖP 4 bölümden oluşmakta olup bu bölümleri “açıklamalar”, “genel amaçlar”, “özel amaçlar” ile “ünite ve konular” oluşturmaktadır. Programın geneli ele alındığında somut kültürel miras öğelerine (f=18) yer verildiği görülmektedir. Tablo 4 incelendiğinde, taşınmaz kültürel miras öğelerinin bir boyutunu oluşturan tarihi merkezler,

“açıklamalar” bölümünde (f=5), “ünite ve konular” bölümünde ise (f=13) yer almıştır. Buna yönelik hem “açıklamalar”, hem de “ünite ve konular” başlıklı bölümler içerisinde tarihi merkezlere ilişkin anıt, savaş alanı ve tarihi şehirlerden bahsedildiği belirlenmiştir. Ayrıca, “açıklamalar” bölümününün 16. maddesinde “öğrencilere, Anadolu Uygarlıklarına ait tarihi eserlerin ve anıtların tarihin bir belgesi olduğu kavratılır. Bunları yıkılmaktan, bozulmaktan ve yabancı ellere geçmekten korumanın, bakım ve temizliklerine önem vermenin milli bir görev olduğu belirtilir.” (Tebliğler Dergisi, 1998, s. 534) ve 40. maddesinde ise “öğretmen geçmiş uygarlıkları anlatıp tarihi kalıntılar üzerinde dururken öğrencilere bu devirlerden kalan yurda ve insanlığa hizmet etmiş sırada doğmuş ve orada yaşamış Türk büyüklerinden müzelerde korunan yazılı ve yazısız eserleriyle araç-gereçleri incelenir.” (Tebliğler Dergisi, 1998, s. 536) ifadelerine yer verilerek genel anlamda somut kültürel mirasa vurgu yapıldığı ortaya koyulmuştur. Programın “genel amaçlar” bölümünde de benzer olarak “14. çevresindeki eski, yeni sanat ve kültür eserlerini, müze ve anıtlar gibi millî değerlerimiz tanır; onları korumak gerektiğini öğrenirler.” (Tebliğler Dergisi, 1998, s. 537) şeklindeki amaç cümlesiyle kültürel mirasa değinildiği görülmüştür. Programın “özel amaçlar” bölümü incelendiğinde ise yalnızca 4. sınıf düzeyi için belirlenen özel amaçlar içinde doğrudan olmamakla birlikte, 2 özel amaç içerisinde somut kültürel mirasa vurgu yapıldığı belirlenmiştir. Ancak bu çalışmada yalnızca ortaokul 5, 6 ve 7. sınıf düzeyi Sosyal Bilgiler Dersi Öğretim Programları dikkate alındığı için Tablo 4’te 4. sınıf düzeyindeki bu veriye yer verilmemiştir. Aşağıda ilgili özel amaçlara ilişkin örnekler verilmiştir:

“4.sınıf 3. Ünite. İlimiz ve Bölgemizi Tanıyalım, 32. Tarihi eserlerimizin önemini kavrayabilme” (Tebliğler Dergisi, 1998, s. 540).

“4.sınıf 4. Ünite. Tarih, İlk Yurdumuz ve Tarihte Anadolu, 15. Tarihi eserleri korumanın önemini kavrayabilme” (Tebliğler Dergisi, 1998, s. 540).

### 3. Üçüncü Alt Probleme İlişkin Bulgular

Araştırmanın üçüncü alt problemi bağlamında 2005 İlköğretim Sosyal Bilgiler Dersi Öğretim Programı’nda (SBDÖP) (6 ve 7. sınıf) somut kültürel miras öğelerinin yer alma durumu incelenmiştir. Aşağıda Tablo 5’de ilgili bulgular sunulmuştur.

**Tablo 5.** 2005 İlköğretim Sosyal Bilgiler Dersi Öğretim Programı Somut Kültürel Miras Öğelerinin Yer Alma Durumu

2005 İlköğretim Sosyal Bilgiler Dersi Öğretim Programı’nda Somut Kültürel Miras Öğeleri			Genel Amaçlar (f)	Programın Uygulanması ile ilgili Açıklamalar (f)	Öğrenme Alanı ve Kazanımlar (f)
Taşınır	Kültürel		-	-	12
Miras Öğeleri					
Taşınmaz	Kültürel	Tarihi	-	4	20
Miras Öğeleri		Merkezler			
		Mimari	-	8	6
		Eserler			
		Kültürel	-	-	-

Manzaralar			
Toplam	-	12	38

2005 İlköğretim SBDÖP 3 bölümden oluşmaktadır. Bu bölümler, “genel amaçlar”, “sosyal bilgiler öğretim programının uygulanması ile ilgili açıklamalar” ile “öğrenme alanı ve kazanımlar”dır. Programın geneli ele alındığında somut kültürel miras öğelerine (f=50) yer verildiği görülmektedir. Programın “genel amaçlar” bölümü incelendiğinde, taşınır veya taşınmaz kültürel miras öğelerine doğrudan yer verilmediği ancak “5. Türk kültürünü ve tarihini oluşturan temel öge ve süreçleri kavrayarak, millî bilincin oluşmasını sağlayan kültürel mirasın korunması ve geliştirilmesi gerektiğini kabul eder.” (MEB, 2005) maddesinde kültürel mirasın korunması ve geliştirilmesi gerekliliğine vurgu yapıldığı belirlenmiştir. Programın “sosyal bilgiler öğretim programının uygulanması ile ilgili açıklamalar” kısmında ise taşınmaz kültürel miras öğelerinden tarihi merkezler (f=4) ve mimari eserlerin (f=8) ele alındığı ortaya koyulmuştur. Buna yönelik programda “13. Öğretmen, inceleme gezilerine önem vermelidir. Bu geziler pazaryerine, resmî dairelere, fabrikalara, sergilere, arkeolojik kazılara, atölyelere, müzelere ve tarihî mekânlara (tarihî yapılar, anıtlar, müze-kentler, savaş alanları) yönelik olabilir.... Tarihî bir kişilikten söz ediliyorsa, bu kişi de okulun bulunduğu çevrede doğmuş, bulunmuş ya da ölmüş ise bu yönden değerlendirilmelidir. Bu kişinin medrese, cami, kütüphane, imaret, han, türbe, mahalle, sokak ve ev gibi herhangi bir eserde kitabesi varsa, bu kişi ve eserleri ile ilgili öğrencilere araştırma projeleri verilebilir....” “Ya da TRT için çalışan bir program yapımcısıyız. Safranbolu evleri ile ...” ifadelerine yer verilmiştir. Programın “öğrenme alanı ve kazanımlar” bölümü incelendiğinde taşınır kültürel miras öğelerine (f=12) ve taşınmaz kültürel miras öğelerine (f=26) olmak üzere toplamda 38 kez değinildiği belirlenmiştir. Aşağıda programın “öğrenme alanı ve kazanımlar” bölümünde somut kültürel miras öğelerine yönelik örnekler yer verilmiştir.

“6. sınıf İnsanlar, Yerler ve Çevreler Öğrenme Alanı, Yeryüzünde Yaşam Ünitesi, etkinlik örnekleri içinde [*Çatalhöyük'te Yaşam...*]” (MEB, 2005).

“6. sınıf Kültür ve Miras Öğrenme Alanı, İpek Yolunda Türkler Ünitesi, kazanımlar içinde [*4. İpek Yolu'nun toplumlar arası siyasal, kültürel ve ekonomik ilişkilerdeki rolünü fark eder*], etkinlik örnekleri içinde [*Kilim” (Görsel ve yazılı materyaller kullanılarak geleneksel Türk sanatları...)]*]” (MEB, 2005).

“7. sınıf Kültür ve Miras Öğrenme Alanı, Türk Tarihinde Yolculuk Ünitesi, etkinlik örnekleri içinde [*Medresenin Sırrı” (Cacabey Medresesi ve Gevher Nesibe Hatun Şifahanesi örnekleri ile tarihi yapılara düzenlenen gezilerde, bu yapıların nasıl inceleneceği üzerinde durulur...)]*]” (MEB, 2005).

“7. sınıf Üretim, Dağıtım ve Tüketim Öğrenme Alanı, Ekonomi ve Sosyal Hayat Ünitesi, açıklamalar içinde [*Günümüzden Akdeniz ve Boğazlardaki ticaret yolları, geçmişten Kral Yolu, Baharat Yolu ve...]*]” (MEB, 2005).

Diğer taraftan, 2005 İlköğretim SBDÖP kapsamında “İlköğretim 1-8. Sınıflar Türkçe, Matematik, Sosyal Bilgiler, Hayat Bilgisi ile Fen ve Teknoloji Dersi Öğretim Programlarında Müze ile Eğitim” başlığına da yer verilmiş olup bu kısım incelendiğinde somut kültürel miras öğelerine yönelik taşınmaz kültürel miras öğelerinden tarihi merkezlere (f=17), mimari eserlere (f=3) ve kültürel manzaralara (f=2) olmak üzere toplamda (f=22) yer verildiği görülmektedir. Aşağıda müze ile eğitim başlığından somut kültürel miras öğelerine yönelik örnekler sunulmuştur:

“...Örnek: Pamukkale, Küre Dağları Milli Parkı vb. Kültür varlığı; tarih öncesi ve tarihî devirlere ait bilim, kültür, din ve güzel sanatlarla ilgili bulunan yer üstünde, yeraltında veya su altındaki bütün

taşınır ve taşınmaz varlıklardır. Örnek: Çatalhöyük ve Safranbolu Yerleşimleri, Truva Arkeolojik Kenti vb. ..." (MEB, 2005).

"Arkeoloji müzelerine, arkeolojik buluntuların sergilendiği il müzelerine ve Çatalhöyük, Kültepe, Alishar, Truva, gibi açık hava müzelerine yapılacak sanal ya da gerçek ortamda gezi düzenlenebilir." (MEB, 2005).

"İstanbul'da (Dolmabahçe Sarayı, Beylerbeyi Sarayı, Yıldız Sarayı vb.) ve Anadolu'nun çeşitli şehirlerinde yer alan Osmanlı Devleti'nin son dönemlerine ait kültür öğelerinin sergilendiği..." (MEB, 2005).

"Birinci Dünya Savaşı'nda açılan cephelerin bulunduğu illerdeki müzeler ve tarihi mekânlar (Erzurum Tabyaları, Çanakkale vb.) ve..." (MEB, 2005).

#### 4. Dördüncü Alt Probleme İlişkin Bulgular

Araştırmanın dördüncü alt problemi bağlamında son olarak 2018 Sosyal Bilgiler Dersi Öğretim Programı'nda (SBDÖP) (ortaokul 5, 6 ve 7. sınıflar) somut kültürel miras öğelerinin yer alma durumu incelenmiştir. Aşağıda Tablo 6'da ilgili bulgular verilmiştir.

**Tablo 6.** 2018 Sosyal Bilgiler Dersi Öğretim Programı'nda Somut Kültürel Miras Öğelerinin Yer Alma Durumu

2018 Sosyal Bilgiler Dersi Öğretim Programı'nda Somut Kültürel Miras Öğeleri			
	Özel Amaçlar (f)	Programın Uygulanmasında Dikkat Edilecek Hususlar (f)	Öğrenme Alanı ve Kazanımlar (f)
<b>Taşınır Kültürel Miras Öğeleri</b>	-	5	1
<b>Taşınmaz Kültürel Miras Öğeleri</b>			
Tarihi Merkezler	-	3	3
Mimari Eserler	-	2	-
Kültürel Manzaralar	-	-	-
<b>Toplam</b>	-	<b>10</b>	<b>4</b>

2018 SBDÖP 3 bölümden oluşmaktadır. Bu bölümler "özel amaçlar", "programın uygulanmasında dikkat edilecek hususlar" ile "öğrenme alanı ve kazanımlar"dır. Programın geneli ele alındığında somut kültürel miras öğelerine (f=14) yer verildiği görülmektedir. Programın "özel amaçlar" bölümü incelendiğinde taşınır veya taşınmaz kültürel miras alanlarına doğrudan yer verilmediği ancak "2...Atatürk ilke ve inkılablarının, Türkiye Cumhuriyeti'nin sosyal, kültürel ve ekonomik kalkınmasındaki yerini kavrayıp demokratik, laik, millî ve çağdaş değerleri yaşatmaya istekli olmaları" maddesi ve "4. Türk kültürünü ve tarihini oluşturan temel öge ve süreçleri kavrayarak millî bilincin oluşmasını sağlayan kültürel mirasın korunması ve geliştirilmesi gerektiğini kabul etmeleri" (MEB, 2018, s. 8) maddesiyle kültürel mirasın korunması ve geliştirilmesi gerekliliğine vurgu yapılmıştır. Programın "sosyal bilgiler öğretim programının

*uygulanmasında dikkat edilecek hususlar” kısmında taşınır kültürel miras öğelerine (f=5) ve taşınmaz kültürel miras öğelerinden tarihi merkezlere (f=3) ve mimari eserlere (f=2) yer verildiği görülmektedir. Buna yönelik örnekler aşağıda sunulmuştur.*

*“7. Sosyal Bilgiler öğretiminde okul dışı ortamlardan da faydalanmaya önem verilmelidir. Bu çalışmalar okulun yakın çevresinden (okul bahçesi gibi) pazaryerine, resmî dairelere, fabrikalara, sergilere, arkeolojik kazı alanlarına, atölyelere, müzelere ve tarihî mekânlara (tarihî yapılar, anıtlar, müze-kentler, savaş alanları, sanal müze gezisi vb.) yönelik olabilir. Ayrıca uygun konularda sözlü tarih ve yerel tarih çalışmaları da yapılmalıdır.” (MEB, 2018, s. 10)*

*“8. Efsane, destan, masal, atasözü, halk hikâyesi, türkü ve şiir gibi türlerden yararlanılarak Sosyal Bilgiler dersi edebî ürünlerle desteklenmelidir. Öğrenciler; konuları sevdirecek roman, tarihî roman, hikâye, hatıra, gezi yazısı ve fıkra gibi edebî ürünler okumaya teşvik edilmelidir. Ayrıca uygun görülen kazanımlar resim, musiki, minyatür, gravür, hat, heykel, mimari, tiyatro, sinema gibi geleneksel veya modern sanat ürünleriyle desteklenmelidir.” (MEB, 2018, s.10).*

Programın “öğrenme alanları ve kazanımlar” bölümü incelendiğinde ise taşınır kültürel miras öğelerine (f=1) ve taşınmaz kültürel miras öğelerinden tarihi merkezlere (f=3) yer verildiği görülmektedir. Bunun yanı sıra, doğrudan somut kültürel miras öğelerini barındırmamakla birlikte, kültürel mirasa vurgu yapılan kazanımların olduğu da gözlemlenmiştir. Aşağıda hem doğrudan, hem de dolaylı olarak kültürel miras öğelerine yer verilen kazanımlara ilişkin örnekler sunulmuştur:

*“SB.5.2.1. Somut kalıntılarından yola çıkarak Anadolu ve Mezopotamya uygarlıklarının insanlık tarihine önemli katkılarını fark eder.” (MEB, 2018, s.17).*

*“SB.5.2.2. Çevresindeki doğal varlıklar ile tarihî mekânları, nesnelere ve eserleri tanıtır.” (MEB, 2018, s.17).*

*“SB. 5.2.3. Ülkemizin çeşitli yerlerinin kültürel özellikleri ile yaşadığı çevrenin kültürel özelliklerini karşılaştırarak bunlar arasındaki benzer ve farklı unsurları belirler.” (MEB, 2018, s.17).*

*“SB. 5.7.4. Çeşitli ülkelerde bulunan ortak miras öğelerine örnekler verir. (Ülkemizden ve dünyanın farklı ülkelerinden örnekler seçilerek ortak mirasın anlamı üzerinde durulur.)” (MEB, 2018, s.19).*

*“SB.6.2.5. Tarihî ticaret yollarının toplumlar arası siyasi, kültürel ve ekonomik ilişkilerdeki rolünü açıklar. (Tarihî İpek ve Baharat yolları, ilgili haritalar üzerinden ele alınır.)” (MEB, 2018, s.20).*

## **SONUÇ ve ÖNERİLER**

Toplumların tarihini, değerlerini ve kültürel kimliğini şekillendiren unsurlardan birini kültürel miras oluşturmaktadır. İnsanoğlunun binlerce yıllık geçmişinde gelenek, inanç, sanat, değer vb. alanlarda oluşturduğu tüm birikimi ifade eden kültürel mirasın devamlılığı ise günümüz dünyasında daha fazla önem arz etmektedir. Nitekim küreselleşmeye bağlı olarak yaşanan kültürlerin yok oluş süreci, kültürel mirasın yok olmasını da beraberinde getirmektedir. Bu mirasın korunması ve gelecek nesillere aktarılması, toplumların kimliklerini sürdürmeleri ve kültürel devamlılık açısından kritik bir öneme sahiptir. Bu anlamda kültürel mirasın gelecek kuşaklara aktarılmasında eğitim-öğretim faaliyetlerine önemli bir misyon yüklenmiştir. Türk milli eğitim sistemi açısından bakıldığında ortaokul kademesinde kültür ve kültürel mirasa yönelik içeriğin en fazla sosyal bilgiler dersi ve bu bağlamda sosyal bilgiler



dersi öğretim programlarında verildiği görülmektedir. Nitekim 2005 Sosyal Bilgiler Dersi Öğretim Programı'nda (SBDÖP) programın genel amaçları, 2018 SBDÖP'nde ise özel amaçlar içerisindeki "Türk kültürünü ve tarihini oluşturan temel öge ve süreçleri kavrayarak, millî bilincin oluşmasını sağlayan kültürel mirasın korunması ve geliştirilmesi gerektiğini kabul eder." (MEB, 2005; MEB, 2018, s. 8) ifadesi sosyal bilgiler dersinin ve sosyal bilgiler öğretim programlarının kültürel mirasın korunması ve geleceğe aktarılması noktasındaki önemini ortaya koymaktadır.

Türkiye'de ortaokul düzeyindeki sosyal bilgiler dersi öğretim programlarında somut kültürel miras öğelerinin yer alma durumunun belirlenmesi amacıyla yapılan bu araştırma sonucunda, araştırma kapsamında incelenen öğretim programlarının tamamında somut kültürel miras öğelerine doğrudan ve dolaylı olarak yer verildiği görülmüştür. Bu anlamda incelenen öğretim programları içerisinde somut kültürel miras öğelerine en fazla yer veren öğretim programının 1969 Ortaokullarda Denenecek Sosyal Bilgiler Dersi Öğretim Programı en az yer ver öğretim programının ise 2018 SBDÖP olduğu tespit edilmiştir. İncelenen programların genelinde taşınmaz somut kültürel miras öğelerine taşınır somut kültürel miras öğelerine nazaran daha fazla yer verilmesi bireylerin taşınır somut kültürel miras öğelerine yönelik bilgi ve farkındalıklarında önemli bir eksiklik oluşturmaya zemin hazırlamıştır. Zira literatür incelendiğinde taşınmaz somut kültürel miras öğeleri kadar taşınır somut kültürel miras öğelerinin varlığı göze çarpmaktadır. Bu anlamda sosyal bilgiler dersinin içerik yapısı dikkate alındığında arşiv belgeleri, tarihi gazeteler, mektuplar, posta pulları, kanun metinleri, resmi belgeler, madalyalar, resim ve fotoğraflar vb. taşınır somut kültürel miras öğelerine yer verilmesine müsait olduğu görülmektedir.

Araştırma sonucunda 1969 Ortaokullarda Denenecek Sosyal Bilgiler Dersi Öğretim Programı'nın incelenen öğretim programları içerisinde somut kültürel miras öğelerine en fazla yer verilen öğretim programı olduğu tespit edilmiştir. Programın genelinde taşınır kültürel miras öğelerine sadece ünite ve konular içerisinde dört kez yer verilmesi programda önemli bir eksiklik olarak göze çarpmaktadır. Programda özellikle tarih içerikli ünite ve konu başlıklarında Türk ve dünya tarihine yönelik içeriğin derinlemesine ele alınmasına rağmen kültür ve bu bağlamda kültürel miras konularına yüzeysel yer verilmesi Türkiye'de sosyal bilgiler dersinin ilk defa uygulanmaya başlanmasıyla ve sosyal bilgiler dersinin kültürel mirasın aktarımı noktasındaki öneminin henüz fark edilememiş olmasıyla açıklanabilir. Programın "amaçlar" bölümünde taşınır veya taşınmaz kültürel miras öğelerine yer verilmediği; "açıklamalar" bölümünde ise taşınmaz kültürel miras öğelerinin bir boyutunu oluşturan mimari eserlere yer verildiği; "ünite ve konular" bölümünde ise hem taşınır, hem de taşınmaz somut kültürel miras öğelerine yer verildiği sonucuna ulaşılmıştır. Sosyal bilgiler dersinin kültürel mirasın aktarımı noktasındaki önemi dikkate alındığında dersin amaçları başlığında somut kültürel mirasa yer verilmemesi büyük bir eksiklik olarak göze çarpmaktadır.

Araştırma kapsamında incelenen bir diğer öğretim programı olan 1998 İlköğretim SBDÖP'nde ise somut kültürel miras öğelerine değinildiği ve bunların tamamının taşınmaz somut kültürel miras öğelerinden oluştuğu tespit edilmiştir. Programın "genel amaçlar" ve "özel amaçlar" bölümlerinde doğrudan taşınır veya taşınmaz kültürel miras öğelerine yer verilmediği ancak dolaylı olarak gerek genel amaçlarda gerekse de özel amaçlarda somut kültürel mirasa kısmen vurgu yapıldığı tespit edilmiştir. 1997 yılında Türkiye'de zorunlu eğitimin 8 yıla çıkarılması sonrasında uygulamaya alınan 1998 programının kültürel miras

konuları noktasında yetersiz kalması programı niceliksel olmasa da nitelik anlamında kültürel miras konularının aktarılması anlamında en zayıf program kılmaktadır. Nitekim Türkiye’de ortaokul düzeyinde sosyal bilgiler dersi tüm kademelerde 1973-1974 eğitim-öğretim yılından itibaren okutulmaya başlamış ve 1985-1986 eğitim-öğretim yılında bu ders kaldırılarak sosyal bilgiler dersi içeriği millî tarih, millî coğrafya ve vatandaşlık bilgisi şeklinde üç dersle yürütülmeye başlamıştır. Zorunlu ilköğretime yönelik 1997’de alınan karara istinaden de 1998-1999 eğitim-öğretim yılıyla birlikte toplulaştırılmış öğretim anlayışıyla sosyal bilgiler dersi Türk eğitim sistemi içerisinde yeniden yer almaya başlamıştır. Dolayısıyla zorunlu eğitim sürecinde çocukların kültürel mirasa yönelik içerikle karşılaşacakları en önemli dersin sosyal bilgiler dersi olmasına rağmen öğretim programının yetersiz kalması eleştiriye açık bir durum olarak ortaya çıkmaktadır.

Araştırma kapsamında incelenen öğretim programlarından bir diğeri 2005 İlköğretim SBDÖP olup bu programda da somut kültürel miras öğelerinden taşınır somut kültürel miras öğelerine göre, taşınmaz kültürel miras öğelerine daha çok yer verildiği görülmüştür. Programın genel amaçlar bölümünde taşınır veya taşınmaz kültürel miras öğelerine doğrudan yer verilmediği ancak dolaylı olarak bir genel amaçta kültürel mirasın korunmasına yönelik vurgu yapıldığı saptanmıştır. Bu durum, 1969 ve 1998 SBDÖP ile benzer bir tabloyu ortaya koymaktadır. Bu anlamda 2005 SBDÖP’nde amaçlar başlığında somut kültürel mirasa yönelik bir amaca yer verilmemesi sosyal bilgiler dersinin kültürel mirasın yaşatılması ve aktarılması noktasındaki misyonuna ters düşmektedir. Türkiye’de 2004 yılında hazırlanarak 2005 yılında uygulamaya alınan SBDÖP’nde kültür ve kültürel mirasa yönelik içerik ilk kez “Kültür ve Miras” adıyla bir öğrenme alanı içerisinde sunulmaya başlanmıştır. Ancak diğer öğrenme alanlarının da yapısı ve içeriği bakımından kültürel miras konularını aktarmaya uygun olduğu görülmektedir. 2005 SBDÖP incelendiğinde kültürel mirasa yönelik içeriğin ağırlıklı olarak bu öğrenme alanında toplandığı, programın diğer öğrenme alanlarının kültürel miras konuları noktasında eksik kaldığı, bu öğrenme alanında somut kültürel miras öğelerine nazaran somut olmayan kültürel miras öğelerine daha çok yer verildiği benzer şekilde çeşitli araştırmalarda da (Arıkan, 2012, Zor ve Karip, 2014; Avcı ve Memişoğlu; 2019; Polat, 2016) göze çarpmaktadır. Oysaki kültürel miras bir bütün olup, somut olmayan kültürel miras kadar somut kültürel miras da önem taşımaktadır. Araştırmada ulaşılan sonuca benzer bir sonuç Avcı ve Taşer (2020) tarafından yapılan çalışmada da tespit edilmiş olup bu durum somut olmayan kültürel miras öğelerinin daha fazla önemsendiği şeklinde yorumlanmıştır. Tüm bu eksikliklerle beraber 2005 İlköğretim SBDÖP, 1969 Ortaokullarda Denenecek Sosyal Bilgiler Dersi Öğretim Programı’ndan sonra Türkiye’de ortaokul sosyal bilgiler dersi öğretim programları içerisinde somut kültürel miras öğelerine en fazla yer verilen ikinci program olma özelliği taşımaktadır.

Araştırma kapsamında incelenen 2018 SBDÖP ise incelenen öğretim programları içerisinde somut kültürel miras öğelerine en az yer veren öğretim programı olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bu anlamda programda, taşınır somut kültürel miras öğeleri ve taşınmaz somut kültürel miras öğelerine yalnızca 14 yerde değinildiği sonucuna ulaşılmıştır. Bu durum ilgili programı somut kültürel miras öğelerinin aktarılması noktasında yetersiz kılmaktadır. Oysaki 2005 İlköğretim SBDÖP’nde ilk kez yer verilen “Kültür ve Miras” Öğrenme Alanı bu programda da kendisine yer bulmuştur. Ancak ilgili öğrenme alanı kazanımları incelendiğinde somut kültürel mirasa yönelik içeriğin yetersizliği göze çarpmaktadır. Kültür ve Miras Öğrenme Alanı perspektifinden bakıldığında 2018 SBDÖP’nin 2005 İlköğretim

SBDÖP'ne nazaran daha yetersiz kaldığı göze çarpmaktadır. Cantürk (2020) tarafından yapılan çalışmada da öğretmenlerin 2018 SBDÖP'nde kültür ve kültürel mirasa yönelik kazanımları yeterli görmedikleri sonucuna ulaşmıştır. Benzer şekilde Avcı & Taşer (2020) 2005 ve 2018 SBDÖP'nde "Kültür ve Miras" Öğrenme Alanı çerçevesinde yapmış oldukları çalışmalarında 2018 SBDÖP'nde 2005 İlköğretim SBDÖP'ne nazaran kültür ve mirasa yönelik kazanımlarda daralmaya gidildiğini tespit etmişlerdir. Bu sonuçlar araştırmadaki sonucu desteklemektedir. 2018 SBDÖP'nin özel amaçlar bölümü incelendiğinde ise taşınır veya taşınmaz somut kültürel miras öğelerine doğrudan yer verilmediği ancak dolaylı olarak kültürel mirasın korunmasına vurgu yapıldığı görülmüştür. Küreselleşmeye bağlı olarak kültürlerin ve bu anlamda kültürel mirasın daha hızlı yok olmaya başladığı günümüz dünyasında sosyal bilgiler dersinin özel amaçları içerisinde somut kültürel miras öğelerine yönelik bir amaca yer verilmemesi önemli bir eksiklik olarak göze çarpmaktadır. Programın "sosyal bilgiler öğretim programının uygulanmasında dikkat edilecek hususlar" bölümünde taşınır kültürel miras öğelerine ve taşınmaz kültürel miras öğelerinden tarihi merkezlere ve mimari eserlere; öğrenme alanları ve kazanımlar bölümünde ise taşınır kültürel miras öğelerine ve taşınmaz kültürel miras öğelerinden tarihi merkezlere yer verildiği sonucuna ulaşılmıştır. Polat (2019)'da çalışmasında 2018 SBDÖP içerisindeki kazanımlara benzer şekilde somut kültürel miras unsurlarını tespit etmiştir. Bu sonuç araştırmada ulaşılan sonucu desteklemektedir.

Araştırmada elde edilen sonuçlardan ve sosyal bilgiler dersinin kültürel mirasın korunması ve aktarılması noktasındaki etkisinden hareketle,

- Sosyal bilgiler dersi öğretim programlarının geliştirilme veya güncellenme süreçlerinde somut kültürel miras öğelerine daha fazla yer verilmesi önerilmektedir. Ayrıca öğretim programında kültürel öğeleri ve önemi konusunda açıklamalara yer verilerek öğretmenlerin somut kültürel miras öğeleri hakkında genel bilgi sahibi olmalarının sağlanması önerilmektedir.
- Araştırma kapsamında incelenen Türkiye'de ortaokul düzeyinde uygulanan sosyal bilgiler dersi öğretim programlarında somut olmayan kültürel miras öğelerine daha fazla yer verildiği görülmüştür. Yeni öğretim programları hazırlanırken somut kültürel miras ve somut olmayan kültürel miras öğelerinin dengeli dağılımına dikkat edilmesi önerilmektedir.
- 2000'li yıllar sonrası öğrenme alanı perspektifiyle hazırlanan öğretim programlarında somut kültürel mirasa yönelik içeriğe büyük ölçüde "Kültür ve Miras" Öğrenme Alanı kapsamında yer verildiği görülmektedir. Oysaki sosyal bilgiler dersi öğretim programlarında karşılık bulan diğer öğrenme alanlarının da kültürel miras konularına uygun içeriklere müsait olduğu ifade edilebilir. Bu nedenle, programdaki diğer öğrenme alanları içerisinde de somut kültürel miras öğelerine yer verilmesi önerilmektedir.

## KAYNAKÇA

- Ahmad, Y. (2006). The scope and defination of heritage: From tangible to intangible. *International Journal of Heritage Studies*, 12(3), 292-300. <https://doi.org/10.1080/13527250600604639>
- Akay, S. (2006). Somut olmayan kültürel mirasın tarih araştırmalarında kaynak olma özelliği. *Milli Folklor Dergisi*, 70, 38-58.
- Arıkan, İ. (2012). *İlköğretim 7. sınıf öğrencilerinin kültürel miras ile ilgili başarı düzeyleri ve tutumlarının bazı değişkenlerle incelenmesi (Adıyaman örneği)* (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi), Adıyaman Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Adıyaman.
- Aslan, Z.& Ardemagni, M. (2006). *Introducing young people to the protection of heritage sites and historic cites*. Roma: MAXTUDIO, ICCROM.
- Aşlıoğlu, F. & Memlük, Y. (2010). Frig vadisi kültür mirası alanlarının belirlenmesi ve değerlendirilmesi. *Ankara Üniversitesi Çevre Bilimleri Dergisi*, 2(2), 185-197.
- Avcı, M. & Memişoğlu, H. (2016). Kültürel miras eğitime ilişkin sosyal bilgiler öğretmenlerinin görüşleri. *İlköğretim Online*, 15(1), 104-124. <https://doi.org/10.17051/io.2016.58630>
- Avcı, M. & Taşer, S. (2020). Sosyal bilgiler dersinde kültür ve miras öğrenme alanının sosyal bilgiler öğretim programı üzerinden incelenmesi. *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi (ASOS)*, 8(111), 368-385. <http://dx.doi.org/10.29228/ASOS.46416>
- Batmaz, O. & Yurtbakan, E. (2023). İlkokul Türkçe, hayat bilgisi ve sosyal bilgiler ders kitaplarının kültürel miras unsurları açısından incelenmesi. *Türk Eğitim Bilimleri Dergisi (TEBD)*, 21(1), 1-21. <https://doi.org/10.37217/tebd.1115153>
- Birleşmiş Milletler Eğitim, Bilim ve Kültür Örgütü [UNESCO]. (1972). The Convention Concerning the Protection of the World Cultural and Natural Heritage: Adopted by the General Conference at its seventeenth session Paris, 16 November 1972. <http://whc.unesco.org/en/conventiontext/adresinden> erişilmiştir.
- Birleşmiş Milletler Eğitim, Bilim ve Kültür Örgütü [UNESCO]. (2003). Somut olmayan kültürel mirasın korunması sözleşmesi. <http://www.unesco.org/culture/ich/doc/src/00009-TRPDF.pdf>. adresinden erişilmiştir.
- Cantürk, A. (2020). *Sosyal bilgiler öğretmenlerinin kültür ve miras öğrenme alanına yönelik sınıf içi uygulamalarının incelenmesi* (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Trabzon Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Trabzon.
- Cantürk, A. & Ablak, S. (2024, 8-10 Mayıs). *Ortaokul Türkiye Cumhuriyeti İnkılap Tarihi ve Atatürkçülük Ders Kitabında Somut Kültürel Miras*. [Tam metin bildiri sunumu], International Congress on Tourism, Culture and Economy, Skopje, Nort Macedonia.
- Corbin, J. & Strauss, A. (2008). *Basics of qualitative research: techniques and procedures for developing grounded theory*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Deveci, H. (2009). Sosyal bilgiler dersinde kültürden yararlanma: öğretmen adaylarının kültür portfolyolarının incelenmesi. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 8(28), 1-19.

- Diker, O. & Deniz, T. (2017). *Coğrafya ve tarih perspektifinden somut kültürel miras ve Türkiye*. Ankara: Pegem Akademi Yayınları.
- Eroğlu, B. & Yaldız, E. (2006). Kültür mirasının sürekliliği için anıtsal binaların yeniden kullanılması bağlamında Ermenek Tol Medrese. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 15, 315-340.
- Göçer, A. (2013). Türkçe öğretmeni adaylarının kültür dil ilişkisine yönelik metaforik algıları. *Electronic Turkish Studies*, 8(9), 253-263. <http://dx.doi.org/10.7827/TurkishStudies.5084>
- Gögebakan, Y. (2009). *Görsel sanatlar ve sosyal bilgiler derslerinin ilişkilendirilmesinin kültür varlıklarını tanıma ve sahip çıkma ile ilgili kazanımların gerçekleşmesi ve öğrencilerin tutumları üzerinde etkileri* (Yayımlanmamış doktora tezi). Gazi Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Gürgil, F. (2011). *İlköğretim sosyal bilgiler programında halk kültürünün yeri: İlköğretim öğrencilerinin halk kültürü dersi uygulamalarına ilişkin görüşleri* (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Gazi Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Kafesoğlu, İ. (1984). Milli kültür-siyaset ilişkisi. *Türk Dünyası Araştırmaları Dergisi*, 29, 1-17.
- Kültür ve Tabiat Varlıklarını Koruma Kanunu (23 Temmuz 1983). *Resmi Gazete* (Sayı:18113). <https://www.mevzuat.gov.tr/mevzuat?MevzuatNo=2863&MevzuatTur=1&MevzuatTertip=5/> adresinden erişilmiştir.
- Milli Eğitim Bakanlığı [MEB]. (1969a). *Ortaokullarda Denenecek Sosyal Bilgiler Programı*. *Tebliğler Dergisi*, 32(1582), 427-433. <https://dhgm.meb.gov.tr/www/tum-sayilar/icerik/814/adresinden> erişilmiştir.
- Milli Eğitim Bakanlığı [MEB].(1969b). *Ortaokullarda Denenecek Sosyal Bilgiler Programı*. *Tebliğler Dergisi*, 32(1583), 436-440. <https://dhgm.meb.gov.tr/www/tum-sayilar/icerik/814/> adresinden erişilmiştir.
- Milli Eğitim Bakanlığı [MEB].(1998). *İlköğretim okulu sosyal bilgiler dersi öğretim programının kabulü*. *Tebliğler Dergisi*, 61(2487), 531-568. <https://dhgm.meb.gov.tr/www/tum-sayilar/icerik/814/adresinden> erişilmiştir.
- Milli Eğitim Bakanlığı [MEB].(2005). *İlköğretim sosyal bilgiler dersi 6-7. sınıflar öğretim programı*. Talim ve Terbiye Kurulu Başkanlığı, Ankara.
- Milli Eğitim Bakanlığı [MEB]. (2018). *Sosyal bilgiler dersi (ilkokul ve ortaokul 4, 5, 6 ve 7. sınıflar) öğretim programı*. Ankara: Milli Eğitim Bakanlığı Yayınları.
- Polat, S. (2019). Sosyal bilgilerde kültürel miras konularının öğretimi. T. Çelikkaya, Ç. Öztürk-Demirbaş, T. Yıldırım ve H. Yakar (Ed.), *Yeni Program ve Ders İçeriklerine göre Sosyal Bilgiler Öğretimi 2* içinde (s. 357-387). Ankara: Pegem
- Perker, Z. S. (2010). Avrupa kültür mirasının korunmasında europanostr ödülllerinin rolü ve Türkiye. *E-Journal of New World Sciences Academy*, 5(2), 260-272.
- Tuncel, G. & Altuntaş, B. (2020). İlköğretim 4. sınıf öğrencilerinin kültürel miras algısı: Göstergibilimsel bir analiz. *International Journal of Field Education*, 6(1), 123-140. <https://doi.org/10.32570/ijofe.731122>

Türk Dil Kurumu [TDK]. (2024). Kültür. *Güncel Türkçe Sözlük* içinde <https://sozluk.gov.tr/> adresinden erişilmiştir.

Uygur, N. (1996). *Kültür Kuramı*. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.

Yeşilbursa, C. C. (2011). *Sosyal bilgilerde miras eğitiminin öğrencilerin somut kültürel mirasa karşı tutumlarına ve akademik başarılarına etkisi*. (Yayınlanmamış doktora tezi). Gazi Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.

Yıldırım, A. & Şimşek, H. (2018). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri* (11. baskı).Ankara: Seçkin Yayıncılık.

Zor, A. & Karip, F. (2014). İlköğretim ikinci kademede okutulan derslerin kültürel mirası korumada amaçlarına uygunluğunun değerlendirilmesi. *Gazi Üniversitesi, Güzel Sanatlar Fakültesi, Sanat ve Tasarım Dergisi*, 1(14), 147-162. <https://doi.org/10.18603/std.01869>



ISSN: 2651-2742  
2024- Cilt: 7 Sayı: 2  
Sayfa: 68-76.

Dergi Web Sitesi: <http://sita.cumhuriyet.edu.tr/tr/>

Gönderilme Tarihi: 09.09.2024

Kabul Tarihi: 22.12.2024

Araştırma Makalesi (Research Article)

## GELENEKSEL MARAŞ KELLE PAÇASININ BAZI ÖZELLİKLERİNİN BELİRLENMESİ

Determination of Some Properties of Traditional Maraş Kelle Paça

Aynur YÜCE

Kahramanmaraş  
Sürçü İmam Üniversitesi

Özlem TURGAY\*

Kahramanmaraş  
Sürçü İmam Üniversitesi

### ÖZ

Son yıllarda insanlar geleneksel gıdalara yönelmişlerdir. Maraş kelle paçası geleneksel bir ürün olup yapımında küçükbaş ve büyükbaş hayvanların kelle (baş) ve ayak (paça) kısımları kullanılır. Bu çalışmada Maraş kelle paçasının bazı kimyasal özellikleri ve mineral madde içeriği araştırılmıştır. Çalışmada kullanılan Maraş kelle paçası il sınırlarında faaliyet gösteren 10 farklı işletmeden karışık kelle paça olarak temin edilmiştir. Örneklere ait verilerin ortalaması şu şekildedir: nem içeriği %85.14±1.39, yağ %3.60±0.57, tuz %1.00±0.11, kuru madde %14.86±1.39, protein %8.00±1.37, kül %1.06±0.16, pH 5.52±0.25. Maraş kelle paçasına ait bazı mineral madde değerlerin ortalaması; bakır 1.55±0.66 mg/kg, magnezyum 70.13±5.37 mg/kg, demir 2.23±2.28 mg/kg, kalsiyum 163.16±25.93 mg/kg, çinko 9.55±1.03 mg/kg, potasyum 806.18±101.79 mg/kg, fosfor 587.51±68.78 mg/kg, kurşun 0.34±0.22 mg/kg, kadmiyum 0.0015±0.0014 mg/kg, kobalt 0.023±0.005 mg/kg olarak tespit edilmiştir.

**Anahtar Kelimeler:** Kelle paça, Geleneksel gıda, Gastronomi

\*Sorumlu Yazar: ozlem@ksu.edu.tr

**Önerilen Atıf:** Yüce A. ve Turgay Ö. (2024). Geçmişten Günümüze Ortaokul Sosyal Bilgiler Dersi Öğretim Programlarında Somut Kültürel Mirasın Yeri, Sivas İnterdisipliner Turizm Araştırmaları Dergisi, 7(2), 68-76.

## ABSTRACT

In recent years, people have turned to traditional foods. Maras kelle paca is a traditional food, the head (kelle) and foot (ayak) parts of ovine and bovine animals are used in its construction. In this study, the nutritional composition of Maras kelle paca was determined and the amounts of some chemical and mineral substances contained in it were investigated. Maras kelle paça used in the study were obtained from the samples offered for sale as mixed kelle paça soup from 10 different enterprises operating in the provincial borders.

The average of the values obtained from the chemical analysis of Maras kelle paca were listed respectively: moisture 85.14±1.39%, oil 3.60±0.57%, salt 1.00±0.11%, dry matter 14.86±1.39%, protein 8.00±1.37%, ash 1.06±0.16%, pH 5.52±0.25. The average of the values obtained from the mineral substance analysis of Maras kelle paca were; copper 1.55±0.66 mg/kg, magnesium 70.13±5.37 mg/kg, iron 2.23±2.28 mg/kg, calcium 163.16±25.93 mg/kg, zinc 9.55±1.03 mg/kg, potassium 806.18±101.79 mg/kg, phosphorus 587.51±68.78 mg/kg, lead 0.34±0.22 mg/kg, cadmium 0.0015±0.0014 mg/kg and cobalt 0.023±0.005 mg/kg, respectively.

**Key Words:** Kelle paca, Traditional food, Gastronomy

## 1. GİRİŞ

Kahramanmaraş çayır, mera ve yayla bakımından zengin bir ildir. İl sınırları içinde koyun, sığır ve kıl keçisi besiciliği yapılmaktadır. Bu durum hayvansal gıda ağırlıklı, özellikle et tüketiminin geniş paya sahip olduğu bir beslenme profilini ortaya çıkarmıştır. Hayvansal et ürünlerinin tamamı özel lezzetlere dönüştürülerek değerlendirilmektedir. Zengin mutfak kültürüne sahip Kahramanmaraş'ta geleneksel lezzetlerin başında gelen ve vatandaşların sabah akşam tükettiği kelle paçası, özellikle kış aylarında hastalıklardan korunmak isteyen vatandaşlar tarafından sıkça tercih edilmektedir. Son yıllarda takviye gıda olarak vücuda alınan kimyasalların yerine doğal olarak gıdaların içinde bulunan insan sağlığı için önemli bileşenleri yapısında bulunduran gıdaların kullanımı artmıştır. Bu artış insanları doğal ve yapısıyla oynanmamış gıdalara sevk etmiştir. Kelle paça içerdiği besin değerleri ile önemli bir gıda kaynağı olmasının yanı sıra, tüketiminde kullanılan sumak ve sarımsak ile insan sağlığı için önemli birçok maddeyi barındırır. Türk mutfağında çorbanın yeri diğer mutfaklara göre daha farklıdır. Batı ülkelerinde iştah açıcı ve ana yemek olarak tüketilen çorbalar, genellikle Türk mutfağının girişini oluşturmakla birlikte, geleneksel mutfak kültürümüzde üç öğünde yer alabilen bir yemek çeşididir. Besleyici ve doyurucu özellikleri nedeniyle kahvaltı sofralarında da tüketilmektedir. Kahvaltıda çorba servisi, Türk yemek kültüründe daha fazla yer almaktadır. Çorbaların, Anadolu'da hala sabahları, özellikle kışın daha sık tüketildiği bildirilmektedir (Guggenmos, 2010; Kesmen, 2006; Üçer, 2013).

Topuk kemiğinden yapılan yemek anlamı taşıyan kelle paça, Orta çağ dönemlerinde şifalı olması ve iyileştirme özelliğiyle bilinmektedir. Bu çorba türü koyunun yalnızca ayak bilek etlerinden yapılıyorsa paça çorbası olarak isimlendirilir (Batu, 2016; Demirgöl, 2018; Kasnavieh, 2017). Kelle paça çorbası 2021 yılında Maraş Kelle paçası olarak mahreç işareti almıştır (Anonim 2021).

Yüksek proteini ve jelatini bünyesinde barındıran kelle paça kemik sağlığı açısından önemli bir rol oynamaktadır. Günümüzde, Norveç gibi ülkelerde festivallerde yapılmaktadır. İçeriğindeki kollajen sayesinde kırık iyileşmesi veya ortopedik sorunlarda bu çorbanın faydaları tespit edilmiştir, ancak tek başına kabızlığa sebep olabileceği için sirke ile tüketimi önerilmiştir (Kasnavieh, 2017).



Kelle paça çorbası; Ağrı, Diyarbakır, Erzincan, Güneydoğu Anadolu Bölgesi, İstanbul, İzmir, Kahramanmaraş, Mersin, Tunceli, Van gibi illerde çok farklı şekillerde yapılır.

Kahramanmaraş ilinde ise evlerde ve işletmelerde tüketime sunulan kelle paça yapımında büyükbaş ve küçükbaş hayvanların baş (kelle) ve ayak (paça) kısımları kullanılmaktadır (Anonim, 2021). Ayrıca karkas etler parçalara ayrıldıktan sonra kasaplık ürün olarak satılmayan büyük kemik parçaları da içerisindeki ilikten faydalanmak üzere kelle paça çorbası yapımına katılmaktadır. Hammadde temini Kahramanmaraş'ta bulunan kasaplardan veya mezbahalardan günlük olarak temin edilmektedir. Hammadde temininin sağlanamadığı zamanlar diğer yakın illerden de kelle ve paça tedarikçiler yardımıyla temin edilmektedir. Kullanılacak kellenin erkek hayvan kellesi olması işletmeciler tarafından tercih edilmektedir. Bunun sebebi erkek hayvana ait kellenin sert olmaması ve tadının daha iyi olmasıdır. Kullanılan büyükbaş ve küçükbaş hayvan kellelerinin yaş aralığı tam olarak belirlenmesi güç olmakla birlikte 1 yaşının geçmiş kebiş (keçi kellesi) lezzet açısından daha iyi olduğu için tercih sebebi olabilmektedir (Tokgöz, 2019).

Yapılan literatür çalışmasında geleneksel Maraş kelle paçasının genel özelliklerinin incelendiği bir çalışmaya rastlanmamıştır. Bu çalışmada geleneksel Maraş kelle paçasının nem, yağ, tuz, toplam kuru madde, protein, pH, kül ve bazı mineral maddelerinin belirlenmesi amaçlanmıştır.

## **2.MATERYAL VE METOT**

### **2.1.Materyal**

Materyal olarak Kahramanmaraş il sınırları içinde rastgele seçilmiş ticari olarak faaliyet gösteren işletmeden karışık kelle paça olarak satışa sunulan 10 farklı örnek alınmıştır. Maraş kelle paça örnekleri vakumlu ambalaj içerisinde analize kadar 4°C'de muhafaza edilmiştir.

### **2.2.Metot**

Örneklerin nem miktarı (%) (Anonim, 2001a), yağ (%) (Anonim, 2002a), tuz (%) (Anonim, 1999), toplam kuru madde (%) (Anonim, 2001a), protein (%) (AOAC, 2003), pH (Anonim, 2002b), kül (%) (Anonim, 2001b), mineral madde analizleri (Bakır, Magnezyum, Demir, Kalsiyum, Çinko, Potasyum, Fosfor, Kurşun, Kadmiyum, Kobalt) (Anonim, 2007)'e göre yapılmıştır.

### **2.3.İstatistiksel Analizler**

Araştırmada kullanılan örneklere ait bulgular istatistiksel analize tabii tutulmuştur (IBM SPSS Statistic 22 paket programı) ve önemli bulunan ana varyasyon kaynaklarına ait ortalamalar Tukey HSD Testi yönteminde karşılaştırılmıştır. Sonuçlar Levene İstatistiği uygulanarak grupların türdeşliğine bakılarak gruplar arasında anlamlı bir fark olup olmadığı belirlenmiştir. İstatistiksel analizde varyasyon kaynakları olarak üretici farkı kullanılmıştır. Birden fazla verinin aynı anda ikili karşılaştırılması için Tukey çoklu karşılaştırma testi kullanılmıştır (Anonim, 2012).

### 3.BULGULAR VE TARTIŞMA

Maraş kelle paçasının ortalama nem miktarı %85.14±1.39 (p<0.05), ortalama yağ miktarı %3.60±0.57 olarak bulunmuştur (p<0.05). Örneklerin ortalama tuz miktarı %1.00±0.11 bulunmuştur (p<0.05) (Tablo1). Çelik (2012), kanatlı eti (hindi eti ve tavuk eti) ve kırmızı et karışımı ile elde edilen köftelerin kalite özelliklerini araştırmıştır. Araştırma sonuçlarına göre üretilen köfte örneklerinin tuz miktarını %1.56 olarak bulmuştur. WHO diyetle fazla tuz alımının neden olacağı olumsuz etkilerden korunmak için günlük tuz alımının 5g ile sınırlandırılması gerektiğini bildirmiştir (Anonim, 2016). Örneklerdeki tuz miktarının bu sınır aralığında olduğu tespit edilmiştir. Tablo 1. Maraş kelle paça örneklerinde bazı kimyasal analiz sonuçları

	Minimum	Maksimum	Ortalama
Toplam kuru madde (%)	11.67	16.94	14.86 ±1.39
Yağ (%)	3.05	4.98	3.60±0.57
Tuz (%)	0.82	1.17	1.00±0.11
Nem (%)	83.06	88.33	85.14±1.39
Protein (%)	5.14	10.60	8.00±1.37
Kül (%)	0.81	1.41	1.06±0.16
pH	5.12	5.96	5.52±0.25

Örneklerin ortalama toplam kuru madde miktarı %14.86±1.39 (p<0.05), ortalama % protein miktarı 8.00±1.37 olarak bulunmuştur (p<0.05) . Çelik (2012), kanatlı eti (hindi eti ve tavuk eti) ve kırmızı et karışımı ile elde edilen köftelerin kalite özelliklerini araştırmıştır. Araştırma sonuçlarına göre üretilen köfte örneklerinin ortalama protein miktarını %18.77 olarak tespit edilmiştir. Gün (2014), sığır eti köftelerinin bazı fiziksel kimyasal tekstürel ve duyuşal özellikleri üzerine çeşitli sütçülük yan ürünlerinin etkisini araştırmıştır. Araştırmada kullanılan sığır eti kıymasının ortalama protein miktarı %18.70 olarak bulunmuştur. Tümerkan (2015), geleneksel olarak tüketilen 5 farklı formülasyondaki çorba ve 4 farklı formülasyondaki makarna sosuna gökkuşuğu alabalığı (*Oncorhynchus mykiss*) ilavesinin besinsel kompozisyona olan etkisi araştırdığı çalışmasında hazırlanan çorbalar içerisinde en yüksek protein içeriği % 61.83 (g/100 g kuru madde) ile balık köfteli çorbada bulunmuştur (p<0.05). En düşük protein içeriğine sahip olan çorba ise % 57.47 (g/100 g kuru madde) protein oranı ile terbiyeli balıklı çorbada saptamıştır (p<0.05).

Örneklerde ortalama kül miktarı % 1.06±0.16 olarak tespit edilmiştir (p<0.05). Çelik (2012), kanatlı eti (hindi eti ve tavuk eti) ve kırmızı et karışımı ile elde edilen köfte örneklerinin kül miktarını %2.43 olarak bulunmuştur. Gün (2014), sığır eti köftelerinin bazı fiziksel kimyasal tekstürel ve duyuşal özellikleri üzerine çeşitli sütçülük yan ürünlerinin etkisini araştırmıştır. Araştırmada kullanılan sığır eti kıymasının ortalama kül miktarını % 1.15 olarak bulunmuştur. Dağar (2019), jöle kelle-paça örnekleri üzerinde yaptığı çalışmada ortalama kül miktarlarının

%2.135-2.662 arasında olduğunu tespit etmiştir. Örneklerimizdeki kül miktarının bu değerlerden düşük olduğu tespit edilmiştir.

Maraş kelle paçasında ortalama pH 5.52±0.25 olarak bulunmuştur ( $p<0.05$ ). Bu değerlerin sumak ekşisinden kaynaklandığı düşünülmektedir. Gün (2014), çalışmasında kullanılan sığır eti kıymasının pH değerini 5.86 olarak bulmuştur. Dağar (2019), jöle kelle-paça örnekleri üzerinde yaptığı çalışmada pH değerlerini 6.24-6.527 tespit etmiştir.

Maraş kelle paçası örneklerinde mineral madde analiz sonuçları Tablo2’de verilmiştir. Örneklerde ortalama bakır miktarı 1.55±0.66 mg/kg olarak bulunmuştur ( $p<0.05$ ). Demirel ve ark. (2008), atomik absorpsiyon spektroskopisi kullanarak sığır etindeki mineral madde miktarını araştırmışlardır. Araştırma sonucuna göre sığır etindeki Cu miktarını; 1.74±0.14 µg/g olarak belirlemişlerdir.

Çimer (2018), geleneksel Uşak tarhanasının biyoyararlılığının araştırdığı çalışmasında bakır değerlerinin 8.33-14.28 µg/g arasında değiştiğini tespit etmiştir. Çorba örneklerinin bakır minerali miktarları arasındaki farklılığın istatistiksel olarak önemli olduğu tespit etmiştir ( $p<0.05$ ). Günlük bakır gereksinimi çocuklarda 3 mg, kadınlarda 12 mg, erkeklerde 10 mg’dır (Kartal ve ark., 2004).

Tablo2. Mineral madde analiz sonuçları

	Minimum (mg/kg)	Maksimum (mg/kg)	Ortalama (mg/kg)
Bakır	0.64	2.53	1.55±0.66
Magnezyum	61.35	81.98	70.13±5.37
Demir	0.00	7.00	2.23±2.28
Kalsiyum	120.80	198.40	163.16±25.93
Çinko	7.83	11.17	9.55±1.03
Potasyum	634.40	981.10	806.18±101.79
Fosfor	472.80	699.10	587.51±68.78
Kurşun	0.09	0.82	0.34±0.22
Kadmiyum	0.0001	0.0060	0.0015±0.0014
Kobalt	0.016	0.034	0.023±0.005

Örneklerde ortalama magnezyum miktarı 70.13±5.37 mg/kg’dır ( $p<0.05$ ). Çimer (2018), yaptığı çalışmada magnezyum mineralini 554.99-1702.7 µg/g arasında değiştiğini tespit etmiştir. Maraş kelle paça örneklerinde demir miktarı ortalama 2.23±2.28 mg/kg olarak tespit edilmiştir ( $p<0.05$ ). Demirel ve ark. (2008), sığır etindeki Fe miktarını; 46.7±3.9 µg/g olarak belirlemişlerdir. Çimer (2018), demir mineralinin 19.40-46.88 µg/g arasında değiştiğini tespit etmiştir. Demir eksikliği; başta çocuklar, genç kadınlar, hamileler ve yaşlılar olmak üzere her

yaşta görülen en yaygın hastalıklardan biri olduğu bilinmektedir (Onat ve ark., 2006). Maraş kelle paçasının demir miktarının bu değerlerden yüksek olduğu görülmüştür. Demir eksikliğine bağlı olarak ortaya çıkan anemi rahatsızlığı olan bireylerde tercih edilme sebebi olabileceği anlaşılmıştır.

Örneklerde ortalama kalsiyum miktarı  $163.16 \pm 25.93$  mg/kg olarak bulunmuştur ( $p < 0.05$ ). Çimer (2018), çalışmasında kalsiyum bulgularının  $883.64-1840.9$  µg/g arasında değiştiğini tespit etmiştir. Örneklerin kalsiyum miktarının bu çalışma bulgularından yüksek olduğu görülmüştür.

Maraş kelle paçasında ortalama çinko miktarı  $9.55 \pm 1.03$  mg/kg olarak bulunmuştur ( $p < 0.05$ ). Demirel ve ark. (2008), sığır etindeki çinko miktarını;  $35.9 \pm 2.8$  µg/g olarak belirlemiştir. Çimer (2018), geleneksel Uşak tarhanasının biyoyararlılığının araştırdığı çalışmada çinko mineralini  $8.37-14.28$  µg/g arasında değiştiğini tespit etmiştir. Sağlıklı bir yaşam için günlük çinko ihtiyacı ortalama  $2.4-4.2$  mg'dır. Ancak bu miktar gebe ve emziren kadınlarda  $20-25$  mg'ı bulmaktadır. Bununla birlikte çinko eksikliğinde oral olarak günlük alımın 6 aydan küçük bebeklerde yaklaşık 3 mg, 6 ay-1 yaş arası çocuklarda 5 mg, 1-7 yaş arası çocuklarda 10 mg, 11 yaşından büyüklerde 16 mg olması gerektiği bildirilmiştir (Tüzün ve Arzuhal, 2004). Bu veriler ışığında Maraş kelle paçasının her yaşta tüketiminin günlük alınacak çinko miktarını önemli ölçüde karşılayacağı düşünülmektedir.

Örneklerde ortalama potasyum miktarı  $806.18 \pm 101.79$  mg/kg ( $p < 0.05$ ) olarak tespit edilmiştir. Çimer (2018), araştırmasında potasyum mineralini  $855.30-2793.82$  µg/g arasında değiştiğini tespit etmiştir.

Maraş kelle paçasında ortalama fosfor miktarı  $587.51 \pm 68.78$  mg/kg olarak bulunmuştur ( $p < 0.05$ ). Sığır kalp ve karaciğerinin fosfor içerikleri sırasıyla  $195-230$  mg/100g ve  $352-360$  mg/100g, domuz kalp ve karaciğerinde fosfor içeriği sırasıyla  $131-220$  mg/100g ve  $356-370$  mg/100g, kuzu kalp ve karaciğerinde  $249$  mg/100g ve  $349$  mg/100g olarak belirlenmiştir (Sams, 2001). Ramos ve ark. (2009), Rhea, devekuşu, Emu, tavuk ve sığır etlerinin mineral madde, heme ve non-heme demir içeriklerini incelemiş ve bulunan değerler bu türler arasında karşılaştırılmıştır. Türler arasında fosfor içeriğinin ise  $384$  mg/100g oranında Rhea etinde, daha sonra  $230$  mg/100g ile Emu ve  $213$  mg/100g ile devekuşu etinde tespit etmişlerdir. Örneklerimizdeki fosfor miktarı yukarıda bahsedilen değerlerden yüksek çıkmıştır.

Maraş kelle paçasının ortalama kurşun miktarı  $0.34 \pm 0.22$  mg/kg olarak bulunmuştur ( $p < 0.05$ ). Ağız yoluyla alınan kurşun miktarı ise Amerika'da  $100$  µg ve Avrupa'da  $30$  µg'ın altında iken ülkemizde bu değer  $70$  µg/gün olarak tespit edilmiştir (Dündar ve Aslan, 2005). Demirezen ve Uruç (2006), et ve et ürünleri ile balıktaki Fe, Zn, Cu, Pb, Cd, Ni, Cr, Mn ve Se içeriğini belirlemek amacıyla ICP-AES cihazını kullanmışlardır. Etteki kurşun oranını ortalama  $12.5 \pm 1.18$  (µg/100 g kuru ağırlık) bulmuşlardır.

Günümüzde çoğu endüstri kolunda sıklıkla kullanılan, insan ve hayvanlarda zehirlenmeye neden olan metallerin başında kurşun gelmektedir. İnsan vücudundaki kurşun miktarı ortalama  $125-200$  mg civarındadır. İnsanın kanındaki kurşun seviyesiyle çalıştığı çevrenin kurşun konsantrasyonu arasında önemli bir ilişki olduğu bilinmektedir. Kurşun, hemoglobinin önemli bir bileşeni olan hemin sentezlenmesini önleyerek kansızlığa sebep olmaktadır. Kurşun zehirlenmesi; alyuvarların sentezini azaltmakta ve mevcut olanların da biyolojik ömrünü kısaltmaktadır. Benzer şekilde böbrek enzimlerini de inhibe ederek zehirlenmelere yol açmaktadır. Solunum yoluyla alınan kurşunun %30-40'ı, sindirim

sistemiyle girenin ise %5-10'u kana karışmaktadır (Yaramış, 2007). İnsan vücudundaki kursun miktarı tahmini ortalama olarak 125-200 mg civarındadır ve normal koşullarda, normal fonksiyonlarla insan vücudu günde 1-2 mg kadar kurşunu emilime uğramadan vücuttan atılabilmektedir fakat bu miktarın üstünde emilen kursun, özellikle kemik yapısına girmektedir (Kartal ve ark., 2004). FAO/ WHO uzmanlar komitesi (JECFA) geçici tolere edilebilir haftalık alım miktarını 25 mg/L vücut ağırlığı olarak belirlemiştir. Kodeks Alimentarius Komisyonu (CAC) tarafından tavsiye edilen haftalık sınır ise 0.05 mg/L vücut ağırlığıdır (Çakır ve Yarsan, 2021). Maraş kelle paçanın kurşun değerlerinin bu değerlerden daha düşük olduğu görülmüştür.

Maraş kelle paçasında kadmiyum miktarı ortalama  $0.0015 \pm 0.0014$  mg/kg olarak bulunmuştur ( $p < 0.05$ ). Demirezen ve Uruç (2006), etteki kadmiyum oranını ortalama  $0.86 \pm 0.07$  ( $\mu\text{g}/100$  g kuru ağırlık) olarak bildirmişlerdir. Vücudumuzda normal olarak 40 mg'a kadar kadmiyum bulunabilmekte ve günlük olarak da 40  $\mu\text{g}$ 'a kadar kadmiyum vücuttan atılabilmektedir. WHO maksimum tolere edilebilir haftalık kadmiyum alım miktarını 7  $\mu\text{g}/\text{kg}$  vücut ağırlığı olarak bildirmiştir. Kadmiyumun akciğerler ve prostat üzerine karsinojenik etkisi de bulunmaktadır (Kartal ve ark., 2004; Pagán-Rodríguez ve ark., 2007). Maraş kelle paçanın kadmiyum değerlerinin bu değerlerden daha düşük olduğu görülmüştür.

Örneklerde ortalama kobalt miktarı  $0.023 \pm 0.005$  mg/kg bulunmuştur ( $p < 0.05$ ). Çelik (2017), Gemlik körfezinde avlanan karides, dil, istavrit ve barbun balıklarının sırasıyla ortalama 0.111 mg/kg, 0.093 mg/kg, 0.034 mg/kg ve 0.096 mg/kg kobalt içerdiğini bildirmiştir.

#### 4. SONUÇ

Maraş kelle paçasının bazı kimyasal özellikleri ve mineral madde içeriğinin araştırıldığı bu çalışmada kelle paçanın içerisinde bulunan çok sayıda yararlı mineral bakımından zengin bir gıda olduğu sonucuna varılmıştır. İçerdiği demir sayesinde demir eksikliği (anemi) rahatsızlığı olan bireyler için tercih sebebi olabilecek, içerdiği çinko sayesinde hem küçükler hem de yetişkinler için büyüme fonksiyonlarının gelişmesi ve beyin gelişimi için tercih sebebi olacaktır. Ayrıca içerisinde bulunan kalsiyum kemik ve dişlerin gelişimini destekleyebilecektir. Yapımında kullanılan sumak ve sarımsağın koruyucu, doğal antimikrobiyel ve antioksidan maddeleri içermesi ise bir başka faydalı yönüdür.

Bu çalışma bundan sonra yapılacak olan çalışmalara ışık tutarak kelle paça çorbasında farklı teknikler kullanılarak raf ömrü artırma çalışmalarlarıyla ürünün dış pazarlarda da tanıtımın yapılması sağlanabilir.

#### KAYNAKÇA

Anonim (1999) Et ve Et Mamulleri-Klorür Muhtevası Tayini-Bölüm 1-Volhard Metodu, Ts 1747-1 Iso 1841-1, Türk Standartları Enstitüsü, Ankara.

Anonim (2001a) Et ve Et Ürünleri Rutubet Muhtevası Tayini, Ts 1743 Iso 1442, Türk Standartları Enstitüsü, Ankara.

Anonim (2001b) Et ve Et Ürünleri Toplam Kül Tayini, Ts 1746 Iso 936, Türk Standartları Enstitüsü, Ankara.

Anonim (2002a) Et ve Et Ürünleri Toplam Yağ Miktarı Tayini, Ts 1744, Türk Standartları Enstitüsü, Ankara.

Anonim (2002b) Et ve Et Ürünlerinde Ph Ölçülmesi, Ts 3136 Iso 2917, Türk Standartları Enstitüsü, Ankara.

Anonim (2007) Trace Elements-As, Cd, Hg, Pb And Other Elements. Determination By Icp-MS After Pressure Digestion. Validation Of Chemical Analytical Methods, Nmkl 186.

Anonim (2012) Ibm Corp. Released 2012. Ibm Spss Statistics For Windows, Version 21.0. Armonk, Ny.

Anonim (2016) Salt Reduction Fact Sheet. Available At: [Http://Www.Who.Int/Newsroom/Fact-Sheets/Detail/Salt-Reduction](http://www.who.int/newsroom/fact-sheets/detail/salt-reduction). (Erişim Tarihi: 31.01.2024)

Anonim (2021) Maraş Kelle Paçası. Türk Patent Enstitüsü, Mahreç İşareti, No 945.

Aoac (2003) International. Official Methods Of Analysis, 17th Ed. Vol Ii, Revision 2, Arlington, Va.

Batu, A. (2016) Kazak-Türk Mutfak Kültüründe (Dastarhan) Gastronomi. *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 4(29): 1-16.

Çakir, E.O., Yarsan, E. (2021) Türkiye'nin Farklı Bölgelerinden Toplanan Süt Örneklerinde Bazı Metal Düzeyleri, Ankara Üniversitesi Veteriner Fakültesi, Ankara.

Çelik, P. (2012) *Kanatlı Eti (Hindi Eti Ve Tavuk Eti) Ve Kırmızı Et Karışımı Ile Elde Edilen Köftelerin Kalite Özelliklerinin Belirlenmesi*, Namık Kemal Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Tekirdağ.

Çelik, U. (2017) *Gemlik Körfezinde Avlanan Bazı Deniz Ürünlerinin Kas Dokusundaki Ağır Metal Kontaminasyonunun İndüktif Eşleşmiş Plazma-Optik Emisyon Spektrometresi (Icp-Oes) Metoduyla Belirlenmesi*, Uludağ Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Bursa.

Çimer, B. (2018) *Geleneksel Uşak Tarhanasının Mineral Biyoyararlılığının In Vitro Sindirim Ortamında Araştırılması*, Manisa Celal Bayar Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Manisa.

Dağar, S.B. (2019) *Farklı Kıvam Artırıcıların Hazır Jöle İşkembe Ve Kelle-Paça Üretiminde Kullanılabilme İmkanlarının Belirlenmesi*, Selçuk Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Konya.

Demirel, Ş., Tüzen M., Saracoğlu S., Soylak M. (2008) Evaluation Of Various Digestion Procedures For Trace Element Contents Of Some Food Materials. *Journal Of Hazardous Materials*. 152:1020-1026.

Demirezen D., Uruç K. (2006) *Comparative Study Of Trace Elements In Certain Fish, Meat And Meat Products*. *Meat Science* 2006; 74: 255–260.

Demirgöl, F. (2018). *Çadırdan Saraya Türk Mutfağı. Uluslararası Türk Dünyası Turizm Araştırmaları Dergisi*. (3):105-125.

Dündar, Y., Aslan, R. (2005) Yasamı Kuşatan Ağır Metal Kurşunun Etkileri, *Kocatepe Tıp Dergisi*, 6: 1-5.

Guggenmos, K. (2010) *Culinary Essentials*. Johnson & Wales University. Usa.

Gün, M. (2014) *Sığır Eti Köftelerinin Bazı Fiziksel Kimyasal Tekstürel Ve Duyusal Özellikleri Üzerine Çeşitli Sütçülük Yan Ürünlerinin Etkisi*, Selçuk Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Konya.

Kartal G., Güven A., Kahvecioğlu O., Timur S. (2004) Metallerin Çevresel Etkileri – *Metalurji Dergisi*.137: 46-51

- Kasnavieh, H.M.S. (2017) Dietary Recommendations In Fracture Healing In Traditional Persian Medicine: A Historical Review Of Literature, *Journal Of Evidence-Based Complementary & Alternative Medicine* 22(3): 513-517.
- Kesmen, G. (2006) Çorbalar. Selçuk Üniversitesi, Beslenme Eğitimi Bilim Dalı. Konya. [https://Dergipark.Org.Tr/Tr/Pub/Susbed/Issue/61821/924955]. Erişim Tarihi:31.01.2024.
- Onat, T., Emerk, K., Sözman, E.Y. (2006) *İnsan Biyokimyası*. Palme Yayıncılık. Ankara.
- Pagán-Rodríguez, D., O'keefe, M., Deyrup, C., Zervos, P., Walker, H., Thaler, A., (2007). Cadmium And Lead Residue Control In A Hazard Analysis And Critical Control Point (Haccp). *Environment, J. Agric. Food Chem.*, 55: 1638-1642.
- Ramos A., Cabrera M.C., Del Puerto M., Saadoun A. 2009. Minerals, Haem And Non-Haem Iron Contents Of Rhea Meat. *Meat Science*, 81: 116–119.
- Sams, A.R. (2001) Poultry Meat Processing. Crc Pres Llc., Boca Raton London Newyork Washington, D. C. 30.
- Tokgöz, H. (2019) Sözlü Röportaj. Paça Salonu İşletmecisi. Kahramanmaraş.
- Tümerkan, T. (2015) Farklı Formülasyonlarda Üretilen Çorba Ve Makarna Soslarına Balık Eti İlavesinin Besinsel Kompozisyon Üzerine Etkisi, Yüksek Lisans Tezi, Çukurova Üniversitesi, Su Ürünleri Avlama Ve İşleme Teknolojisi Anabilim Dalı, Fen Bilimleri Enstitüsü, Adana, Türkiye.
- Tüzün Y., Arzuhal N. (2004) Çinko Eksikliği İle İlişkili Deri Hastalıkları. *Dermatose*. 2: 84-91.
- Üçer, M. (2013) *Sivas Sofrası*. Geçmişten Günümüze Milli Yemek Kültürümüz. İstanbul.
- Yaramış, C.P. (2007) *Anemik Ve Anemik Olmayan Atların Bazı Eser Element (Çinko, Bakır, Demir) Ve Ağır Metal (Kurşun, Kadmiyum) Düzeylerinin Belirlenmesi*. İstanbul Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü. Doktora Tezi. İstanbul.



ISSN: 2651-2742  
2024- Cilt: 7 Sayı: 2  
Sayfa: 77-92.

Dergi Web Sitesi: <http://sita.cumhuriyet.edu.tr/tr/>

Gönderilme Tarihi: 09.09.2024

Kabul Tarihi: 22.12.2024

Araştırma Makalesi (Research Article)

## İSVEÇ'İN TURİZM POLİTİKASI VE GÖTEBORG DESTİNASYONU Tourism Policy of Sweden and Gothenburg Destination

Sibel MEHTER AYKIN \* 

Akdeniz Üniversitesi

İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi

### ÖZ

2019 yılında, 2020 Avrupa Akıllı Turizm Başkentleri yarışması için Avrupa Komisyonu tarafından çağrıya çıkmış ve 17 Avrupa Birliği üyesi devletten 35 şehir başvuruda bulunmuştur. Yapılan eleme sonucunda Götoborg (İsveç) ve Málaga (İspanya) 2020 Avrupa Akıllı Turizm Başkenti unvanını kazanmıştır. Bu çalışmada Götoborg destinasyonunun sahip olduğu akıllı turizm unsurları sırasıyla (1) erişilebilirlik, (2) sürdürülebilirlik, (3) dijitalleşme, (4) kültürel miras ve yaratıcılık olmak üzere dört parametre çerçevesinde incelenmiştir. Çalışmanın amacı; Götoborg kentini akıllı turizm başkenti yapan unsurları derlemek ve özgün uygulamaları ön plana çıkarmak suretiyle akıllı şehir ya da akıllı turizm destinasyonu olma çabasındaki kentlere örnek teşkil etmesini sağlamaktır. Bu amaç doğrultusunda, çalışmada nitel araştırma yöntemleri arasında yer alan durum çalışması yöntemi kullanılmıştır. Araştırmanın temel sorunsalı "Götoborg kentini Avrupa Akıllı Turizm Başkenti yapan erişilebilirlik, sürdürülebilirlik, dijitalleşme, kültürel miras ve yaratıcılık bağlamındaki başarılı uygulamalar nelerdir?" şeklinde belirlenmiştir. Her bir uygulamanın esasında belirli bir sosyo-ekonomik ve politik sistemin uzantısı olduğu gerçeğinden hareketle, araştırma bu bilgileri de içerecek şekilde genişletilmiştir. Bu bağlamda, çalışmada ilk olarak İsveç ekonomisinin genel görünümü ve turizm istatistikleri sunulmuştur. Ardından, turizm sektörünün sevk ve idaresi ile turizm politikasının ana hatları aktarılmıştır. Son olarak, Götoborg kentini akıllı turizm başkenti yapan uygulamalardan bahsedilmiş ve politika önerileri geliştirilmiştir.

**Anahtar Kelimeler:** Turizm Politikası, Avrupa Akıllı Turizm Başkenti, İsveç, Götoborg

**Jel Kodları:** Z32, Z38

\* Sorumlu Yazar: sibelaykin@akdeniz.edu.tr

**Önerilen Atıf:** Mehter Aykın S. (2024). İsveç'in Turizm Politikası ve Götoborg Destinasyonu, Sivas İnterdisipliner Turizm Araştırmaları Dergisi, 7(2), 77-92.



## ABSTRACT

In 2019, the European Commission launched a call for 2020 European Smart Tourism Capitals competition and 35 cities from 17 European Union member states applied. As a result of the selection process, Gothenburg (Sweden) and Málaga (Spain) were awarded the title of 2020 European Smart Tourism Capital. In this study, the smart tourism aspects of Gothenburg destination are examined within the framework of four parameters, namely (1) accessibility, (2) sustainability, (3) digitalization, (4) cultural heritage and creativity. The aim of the study is to compile the aspects that make Gothenburg a smart tourism capital and to set an example for cities striving to become smart cities or smart tourism destinations by highlighting unique practices. For this purpose, the case study method, which is among the qualitative research methods, was used in the study. The main problematic of the research is "What are the successful practices in the context of accessibility, sustainability, digitalization, cultural heritage and creativity that make Gothenburg a European Smart Tourism Capital?". Recognizing that each practice is essentially an extension of a specific socio-economic and political system, the research was extended to include this information. In this context, the study first presents an overview of the Swedish economy and tourism statistics. Then, the management and administration of the tourism sector and the main aspects of tourism policy are presented. Finally, the practices that make Gothenburg a smart tourism capital are explained and policy recommendations are developed.

**Keywords:** Tourism Policy, European Capital of Smart Tourism, Sweden, Gothenburg

**Jel Codes:** Z32, Z38

## 1. GİRİŞ

İskandinav yarımadasının doğu kesimini kaplayan İsveç, kuzey-güney yönünde Baltık denizi ve bu denize bağlı Bothnia Körfezi boyunca uzanmaktadır. 447.424 km<sup>2</sup> yüzölçümüne sahip ülkede 10,5 milyon kişi yaşamakta olup (European Union, t.y., Sweden), batıda ve kuzeyde Norveç, kuzeydoğuda Finlandiya, güneybatıda Kattegat ve Sund boğazlarıyla ayrılan Danimarka ile komşudur. Tarihte Viking'lere vatan olmuş İsveç'in günümüzde gezi listelerinde yer alan belli başlı kentleri; başkent Stockholm, Gothenburg, Malmö, Uppsala, Lund, Kiruna, Visby, Helsingborg, Norrköping, Linköping, Örebro, Jönköping, Karlstad, Umeå'dır. (Camperman Sweden, t.y., Cities in Sweden: Exploring the 14 Best Town to Visit).

İsveç denilince ilk akla gelen, Birleşmiş Milletler Kalkınma Programı (United Nations Development Programme – UNDP) tarafından hazırlanan İnsani Kalkınma Endeksi (Human Development Index) bulgularına göre beşinci sırada yer almasıdır (UNDP, 2024: 279). Keza, Dünya Mutluluk Raporu 2024 (World Happiness Report 2024) bulguları çerçevesinde dünyanın en mutlu dördüncü ülkesi olarak belirlenmiştir (Hellivell, Layard, Sachs, de Neve, Akin, Wang, 2024: 15). İsveç aynı zamanda Alfred Nobel'in vatanı olması, *Aurora Borealis* olarak bilen kuzey ışıklarının en iyi gözlemlendiği yerlerden biri olması, buz oteli geleneğini başlatmış olması, en çok adaya sahip ülke konumunda olması, sanat eserleri ile donatılmış geniş bir metro ağına sahip olması, dünyanın en büyük üçüncü müzik ihracatçısı olması ve kişi başına düşen en çok patente sahip ülke olması gibi geniş bir yelpazeye yayılan özellikleri ile de dikkat çekmektedir. İsveç'i eşsiz kılan bir diğer unsur ise, Göteborg kentinin 2020 yılında Avrupa Akıllı Turizm Başkenti (European Capital of Smart Tourism) ilan edilmiş olmasıdır.

Bu çalışma, İsveç'in önemli destinasyonlarından birini oluşturan Göteborg'un turizm varlıklarını incelemek üzere kaleme alınmıştır.

## 2. ÇALIŞMANIN AMACI, YÖNTEMİ VE VERİ SETİ

Çalışmanın amacı; Göteborg kentini akıllı turizm başkenti yapan unsurları derlemek ve özgün uygulamaları ön plana çıkarmak suretiyle akıllı şehir ya da akıllı turizm destinasyonu olma çabasındaki kentlere örnek teşkil etmesini sağlamaktır. Bu amaç doğrultusunda, çalışmada nitel araştırma yöntemleri arasında yer alan durum çalışması (örnek olay çalışması ya da vaka çalışması) yapılması uygun görülmüştür. Durum çalışmalarında; en basit şekliyle, belirli bir sistemin nasıl işlediği bir ya da birkaç örnek üzerinden açıklanmaktadır (Yıldırım ve Şimşek, 1999: 289; Bleijenbergh, 2020: 61; Gerring, 2007: 19; Chimiliar, 2010: 582; Mehter Aykın, 2021: 3-4; Mehter Aykın, Mehter Aykın, 2022: 28; Mehter Aykın, 2023-b: 236, Mehter Aykın, 2024: 78). Bu açıklayıcı bilgiye ulaşmak üzere, arşiv kayıtlarının incelenmesi, geniş bir yelpazeye yayılan doküman analizi, gözlem yapılması ve görüşmelerde bulunulması gibi veri toplama teknikleri kullanılabilir (Yıldırım ve Şimşek, 1999: 296). Araştırma neticesinde elde edilen bulgular, politika geliştirme ve plan/program oluşturma çalışmalarına girdi sağlamak üzere kullanıcıların hizmetine sunulmaktadır (Yıldırım ve Şimşek, 1999: 289; Bleijenbergh, 2020: 61; Gerring, 2007: 19; Chimiliar, 2010: 582; Mehter Aykın, 2021: 3-4; Mehter Aykın, Mehter Aykın, 2022: 28; Mehter Aykın, 2023-b: 236, Mehter Aykın, 2024: 78).

Bu çalışmaya esas oluşturan sistem Avrupa'da giderek yaygınlaşan akıllı turizm uygulamalarıdır. Akıllı turizm sistemin işleyişini açıklamak üzere bugüne kadar çok sayıda çalışma yapılmıştır (Çelik ve Topsakal, 2017; Talu ve Kocaman, 2019; Eris, 2021; Özışık Yapıcı, 2022; Mehter Aykın, 2021; Mehter Aykın, 2022; Mehter Aykın, 2023-a; Mehter Aykın, 2023-b; Mehter Aykın, 2024: 78). Ancak, her bir vakanın kendi özel koşulları üzerinde şekillendiği ve her bir destinasyonun özgün başarılı uygulamaları bulunduğu gerçeğinden hareketle, bugüne kadar yapılmış çalışmaların yeni bir örneklem ile genişletilmesi uygun olacaktır. Bu çalışmada sistemin işleyişi, tekil bir örnek – Göteborg destinasyonu – üzerinden açıklanacaktır. Açıklama deseninin oluşturulmasında, sırasıyla (1) erişilebilirlik, (2) sürdürülebilirlik, (3) dijitalleşme ve (4) kültürel miras ve yaratıcılık olmak üzere, Avrupa Akıllı Turizm Başkentleri yarışmasının dört parametresi referans alınacaktır. Bu bağlamda, araştırmanın temel sorunsalı "Göteborg kentini Avrupa Akıllı Turizm Başkenti yapan erişilebilirlik, sürdürülebilirlik, dijitalleşme, kültürel miras ve yaratıcılık bağlamındaki başarılı uygulamalar nelerdir?" şeklinde tanımlanmıştır. Ancak, her bir uygulamanın esasında belirli bir sosyo-ekonomik ve politik sistemin uzantısı olduğu gerçeğinden hareketle, araştırma bu bilgileri de içerecek şekilde genişletilecektir. Bu çerçevede, İsveç ekonomisinin genel görünümü ve turizm istatistikleri sunulduktan sonra, turizm sektörünün sevk ve idaresi ile turizm politikası ana hatları ile aktarılacaktır. Son olarak, Göteborg kentini akıllı turizm başkenti yapan uygulamalardan bahisle, politika önerileri geliştirilecektir.

Çalışmada kullanılan veriler; ağırlıklı olarak Avrupa Birliği'nin (AB) istatistik ofisi EUROSTAT'ın ana sayfasında yer alan istatistiklerden, AB'nin resmi web sayfasında açık erişime sunulan rapor ve dosyalardan, Birleşmiş Milletler (United Nations – UN) ve Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Teşkilatı (Organisation for Economic Co-operation and Development – OECD) gibi uluslararası kuruluşların kendi misyonları doğrultusunda hazırladıkları raporlardan, İsveç devletinin ve bağlı kurum ve kuruluşlarının resmi web sayfalarında yer alan açıklamalardan derlenmiştir. Büyük ölçüde ikincil veri kaynağına başvuru bu çalışmada, Etik Kurul izni alma ihtiyacı ortadan kalkmıştır. Elde edilen bulgular, Avrupa

Akıllı Turizm Başkentleri yarışması parametrelerinin öngördüğü şekilde, herhangi bir çarpıtmaya yer verilmeksizin bilimsel kurallar çerçevesinde raporlanmıştır. Ayrıca, İsveç dilindeki bazı kavramların Türkçe'ye tercümesinde "Google Translate" aracı kullanılmıştır.

### 3. İSVEÇ EKONOMİSİNİN GENEL GÖRÜNÜMÜ

Tarafsızlık politikası uyarınca iki yüzyıl boyunca herhangi bir savaşa girmemiş olan İsveç, kaynaklarını sanayileşme için kullanmış ve yüksek gelir grubuna dahil ülkeler arasında yer almayı başarmıştır. 2023 yılı itibariyle, İsveç'te kişi başına düşen gelirler (GDP per capita) 44,610 Avro olup, bu rakam gerek AB ortalamasının (29,160 Avro), gerekse Avro Bölgesi ortalamasının (32,040 Avro) çok üzerindedir (Eurostat, t.y., Sweden). Her ne kadar son yıllarda finansal sıkılaştırma politikalarının bir sonucu olarak ekonomi yavaşlamış olsa da İsveç ekonomisi genel olarak otomotiv, elektronik, makine ve ilaç sektörleri öncülüğünde ihracata dayalı bir büyüme sergilemektedir. Rafine petrol, otomobil, ilaç, kağıt ve elektrik ihraç eden ülkenin en büyük ticari ortakları sırasıyla; Almanya (%10), Norveç (%10), Amerika (%9), Danimarka (%8), Finlandiya'dır (%7). Başlıca ithalat kalemleri ise; ham petrol, otomobil, rafine petrol, yayın ekipmanları ve giysi olup, başlıca ticari ortakları Almanya (%16%), Hollanda (%10), Norveç (%9), Çin (%7), Danimarka'dır (%6). Ülke, rekabet gücü ve Ar-Ge yatırımları bakımından genel olarak üst sıralarda yer almaktadır (CIA, t.y., Sweden).

2023 yılı itibariyle Avrupa Birliği'nin toplam nüfusu 448,803,078 kişi olarak kayıtlara geçmiş olup, bunların 10,521,556'i İsveç'te yaşamaktadır. Nüfusun cinsiyet bazında dağılımının eşit olduğu ülkede, İsveçli kadınlar Avrupa'daki en yüksek işgücüne katılım oranlarından birine sahiptir. İsveç'te cinsiyete dayalı ücret farkı 2022 yılı verilerine göre %11.1'dir (Avrupa Birliği'nde aynı yıl itibariyle %12.7 iken Avro Bölgesinde %13.1'dir). Sosyal devlet anlayışını kapitalist sisteme eklemeyi başaran İsveç'te yoksulluk ve sosyal dışlanma riski altında olan kesimin nüfusa oranı 2022 yılı itibariyle %18.6 olarak gerçekleşmiş olup, Avrupa Birliği (%21.6) ile Avro Bölgesi (%21.8) verileri ile kıyaslandığında oldukça iyi bir performansa işaret etmektedir (Eurostat, t.y., Sweden).

1995 yılı itibariyle AB üyesi olan, 2021 yılında ise Schengen Bölgesi'ne dahil olan İsveç, 2003 yılında gerçekleştirilen bir referandum ile Avro kullanmayı reddetmiştir. 2023 yılı verilerine göre; Maastricht Kriterlerinin mali ayağında oldukça başarılı bir performans sergileyen İsveç'in borç stoğunun gayri safi yurt içi hasılaya (GSYİH) oranı %31.2 olup (2023 yılı itibariyle AB için bu rakam %81.7, Avro Bölgesi için %88.6'dır), bütçe açığının GSYİH'ya oranı ise %0.6'dır (2023 yılı itibariyle AB için bu rakam %-3.5, Avro Bölgesi için %-3.6'dır). Aynı yıl itibariyle, enflasyon oranının %5.9 (Avrupa Birliğinde %6.4, Avro Bölgesinde %5.4) olduğu ülkede, işsizlik oranı %7.7 (Avrupa Birliğinde %6.1, Avro Bölgesinde %6.6) olarak kayıtlara geçmiştir (Eurostat, t.y., Sweden).

İsveç, atıkların %39.7'sini geri dönüştürmekte (2022 yılı verileri ile Avrupa Birliği'nde %48.6 iken, Avro Bölgesine dair veri mevcut değildir); nihai enerji tüketiminin %60'ı yenilenebilir enerjiden karşılanmaktadır (2022 yılı verileri ile Avrupa Birliği'nde %23.0, Avro Bölgesinde %21.8). Elektrik fiyatlarının vergiler dahil MWh başına 187 Avro olduğu ülkede (2023'ün ikinci çeyreğinde Avrupa Birliği'nde 285 Avro, Avro Bölgesinde 305.4 Avro), enerjide ithalat bağımlılığı %26.8'dir (2022 yılı itibariyle Avrupa Birliğinde %62.5, Avro Bölgesinde %68.0) (Eurostat, t.y., Sweden).

### 4. TURİZM GÖSTERGELERİ

Turizm sektörünün İsveç ekonomisindeki doğrudan payı, pandemi öncesi dönemde GSYİH'nın %2,6'sı civarında nispeten istikrarlı bir şekilde seyretmiştir. Ancak, pandeminin etkisiyle 2020 yılında %1,7'ye düşmüş, 2021 yılında ise küçük bir toparlanma ile %1,9'a yükselmiştir. Pandemi öncesi döneme kıyasla mutlak anlamda 1.590 kişi azalarak, 2021 yılı itibariyle turizm sektöründe yaklaşık 101.000 kişiye istihdam sağlanmıştır (OECD, 2022: 276). Tablo 1'de uluslararası turizm gelir ve giderleri gösterilmektedir. Buna göre; pandemi öncesinde (2019 yılı itibariyle) 9,193 milyon ABD doları turizm geliri elde eden İsveç'in turizm giderleri aynı dönem itibariyle 14,366 milyon ABD doları olmuş, turizm bilançosu 5,173 milyon ABD doları açık vermiştir. Pandemi öncesi dönem değerlerine ulaşamadığı 2022 yılında ise, değişik oranda azalan turizm gelir ve giderlerine bağlı olarak turizm bilançosundaki açık 3,328 milyon ABD doları olarak kayıtlara geçmiştir.

**Tablo 1: Uluslararası Turizm Gelir ve Giderleri (2019 ve 2022, milyon ABD Doları)**

	Turizm Gelirleri		Turizm Giderleri		Turizm Bilançosu	
	2019	2022	2019	2022	2019	2022
<b>İsveç</b>	9193	9038	14366	12365	-5173	-3328
<b>AB-27</b>	424 375	395 095	343 667	306 736		
<b>Dünya</b>	1 487 000	1 120 000	1 487 000	1 120 000		

**Kaynak:** OECD (2024). OECD Tourism Trends and Policies. Paris:OECD Publishing, s.19-20

Tablo 2'de yıllar itibariyle uluslararası turist varışları gösterilmektedir. Buna göre; pandemi öncesinde (2019 yılı itibariyle) 7.616 bin uluslararası turist varışı gerçekleşmiş ancak pandemi ile birlikte %74 oranında bir küçülme yaşanmıştır. Tablodan da anlaşılacağı üzere, aynı dönem için küçülme oranı AB-27'de %66 iken, dünya genelinde %72 olarak kayıtlara geçmiştir. 2022 yılına gelindiğinde uluslararası turist varışları 6.629 kişiye ulaşmakla birlikte, halen daha pandemi öncesi döneme kıyasla %13 oranında bir küçülmeden bahsetmek mümkündür.

**Tablo 2: Yıllar İtibariyle Uluslararası Turist Varışları (2019-2022, bin varış)**

	2019	2020	2021	2022	2019/2020 Büyüme Oranı	2019/2022 Büyüme Oranı
<b>İsveç</b>	7616	1957	2990	6629	%-74	%-13
<b>AB-27</b>	529 748	179 506	219 142	443 045	%-66	%-16
<b>Dünya</b>	1 465 000	406 000	459 000	975 000	%-72	%-33

**Kaynak:** OECD (2024). OECD Tourism Trends and Policies. Paris:OECD Publishing, s.18-19

Pandemi süresince, uluslararası turizm kayıpları iç turizm canlandırılmak suretiyle telafi edilmeye çalışılmıştır. Yerli ve yabancı ziyaretçilerin tamamını içerecek şekilde, 2020 yılı itibariyle İsveç genelinde toplam 43,3 milyon geceleme yapılmıştır. Bu rakam 2019 yılına

kıyasla %36'lık bir düşüş anlamına gelmektedir. Toplam geceleme hacminin yerli turistler (yurt içi turizm) ve yabancı turistler (uluslararası turizm) bazında dağılımı ise, sırasıyla 38,1 milyon ve 5,2 milyon geceleme olarak kayıtlara geçmiştir. 2021 yılına gelindiğinde ise, yabancı ziyaretçiler tarafından yapılan uluslararası geceleme sayısı bir önceki yıla kıyasla %40 artarak 7,3 milyona yükselmiştir. Aynı yıl itibariyle, yerli ziyaretçiler tarafından yapılan geceleme sayısı, bir önceki yıla kıyasla %23 oranında artarak 46,9 olarak kayıtlara geçmiştir. Pandeminin de etkisiyle iç turistlerin kırsal alana kaydığı gözlemlenmiştir (OECD, 2022: 276).

## 5. TURİZM SEKTÖRÜNÜN SEVK VE İDARESİ

İsveç'te turizm yönetişimi merkezi, yerel ve uluslararası düzeyde örgütlenmiş durumdadır. Merkezi düzeyde; *Ministry of Business and Innovation* (İşletme ve İnovasyon Bakanlığı) turizm sektörünün sevk ve idaresinden sorumlu ana kurumdur. *Tillväxtverket* (*Swedish Agency for Economic and Regional Growth* / Ekonomik ve Bölgesel Gelişme için İsveç Ajansı) olarak bilinen İsveç'in ekonomik ve bölgesel kalkınma ajansı, bahse konu bakanlığa bağlı olarak faaliyetlerini sürdürmekte olup, ulusal düzeyde turizm sektörünün gelişiminden sorumlu birincil kuruluştur. *Tillväxtverket*, turizm sektörünün gelişimini ve girişimciliği teşvik etmek üzere bilgiye dayalı çeşitli faaliyetlerde bulunmakta; bu bağlamda, turizm istatistiklerini derlemekte, piyasa bilgilerini toplamakta, turizm girişimlerini desteklemekte, özellikle de Avrupa Bölgesel Fonları (*European Regional Fund*) kapsamında işletmelerin kaynak bulmalarına yardımcı olmaktadır (Nordic Council of Ministers, 2019: 31). Merkezi Stockholm'de bulunan *Tillväxtverket*'in bölgesel yapılanması bulunmaktadır (OECD, 2022: 276).

Kamu-özel sektör işbirliği modelinde yapılandırılmış bulunan *Visit Sweden* ise, benzer şekilde İşletme ve İnovasyon Bakanlığı'na karşı sorumlu olup, ülkeyi uluslararası düzeyde turizm destinasyonu olarak pazarlamakla görevli bir kuruluştur. Yurt dışında çok sayıda ofisi bulunan *Visit Sweden*, merkezi yönetime ilave olarak 170 civarında turizm işletmesini bünyesinde barındırmaktadır (Nordic Council of Ministers, 2019: 31). *Visit Sweden*, mevcut görevlerinin yanı sıra pandemi döneminde sürdürülebilir turizme dair iç piyasada tanıtım ve pazarlama faaliyetlerini yürütmüştür (OECD, 2022: 276; *Visit Sweden*, t. y., Sweden – a Destination of a Different Nature).

Yerel ve bölgesel düzeyde; merkezi düzeydeki aktörlere ilave olarak İsveç'te yerel/bölgesel yönetimler ile il genel meclisleri buldukları destinasyonlarda turizmin geliştirilmesi için aktif olarak görev almaktadır. Yerel yönetimler, genel olarak *SALAR* olarak bilinen Yerel Yönetimler ve Bölgeler Birliği şemsiye kuruluşu altında faaliyetleri sürdürmektedir. Özellikle destinasyon yönetim ajansının bulunmadığı bölgelerde *SALAR*, paydaşlar arasında işbirliğinin geliştirilmesi ve ağ oluşturma faaliyetlerinin desteklenmesi hususunda yardımcı olmaktadır (OECD, 2022: 276-277; Nordic Council of Ministers, 2019: 31)

Uluslararası düzeyde; bir tür diyalog, danışma ve eşgüdüm platformu görünümündeki *Council for the Promotion of Sweden* (İsveç Tanıtım Konseyi), sırasıyla *Ministry for Foreign Affairs* (Dışişleri Bakanlığı), *Ministry of Enterprise and Innovation* (İşletme ve Yaratıcılık Bakanlığı), *Ministry of Culture* (Kültür Bakanlığı), *Swedish Institute* (İsveç Enstitüsü), *Business Sweden* (İsveç İş Camiası) and *Visit Sweden*'dan (İsveç'e Seyahat) teşekkül etmekte olup, ülkenin yurt dışında tanıtımını sağlamak üzere çalışmalar yürütmektedir. İsveç ayrıca *Nordic Council of Ministers*'in (İskandinav Bakanlar Konseyi) bir bileşeni olarak turizm alanında daha geniş bir perspektiften işbirliğine yönelmiş durumdadır (OECD, 2022: 276-277; Nordic Council of Ministers, 2019: 31).

2021 yılı itibariyle, *Tillväxtverket*'in turizm için ayırdığı bütçe yaklaşık 100 milyon İsveç Kronu'dur (SEK). Aynı yıl itibariyle, *Visit Sweden*'in bütçe tahsisi ise 105 milyon SEK olup, yurt içi pazarlama faaliyetleri için ilave 20 milyon SEK tahsis edilmiştir. Ayrıca, turizm projeleri için bölgesel fonlar/AB fonları kapsamında tahsis edilen nispeten büyük fonların kullanıldığını da belirtmekte fayda vardır (OECD, 2022: 277).

## 6. TURİZM POLİTİKASI VE STRATEJİSİNİN ANA HATLARI

İsveç'te turizm sektörünün mevcut yönetsel yapısı 2005 yılında çıkarılan bir kanuna dayanmaktadır. Bu yapılanma ile ulaşılmak istenen nokta; İsveç'in uzun vadede rekabetçi bir turizm endüstrisine sahip, sürdürülebilir büyümeye ve ülke genelinde istihdamın artmasına katkıda bulunan son derece cazip bir turizm destinasyonu olmasıdır. 2016 yılında başlatılan turizm politikasının güncellenmesi sürecinde, paydaşlardan gelen öneriler doğrultusunda, "*Ett land att besöka*" (*a country to visit* / ziyaret edilesi bir ülke) sloganı ile özdeşleşen taslak turizm stratejisi oluşturulmuştur. Ancak, söz konusu strateji 2018 yılı seçimlerine ve akabinde pandemi kısıtlarına takılmış (Nordic Council of Ministers, 2019: 32) ve hayata geçirilmesi için 2021 yılına kadar beklemek gerekmiştir.

On yıllık bir dönemi kapsayan İsveç'in güncel turizm politikası 2030 yılını hedef almakta olup, Birleşmiş Milletler'in Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri, Ulusal Cinsiyet Eşitliği Politikası hedefleri, Ulusal İklim Politikası hedefleri ve parlamentodan geçen diğer hedefler ile ilişkilendirilerek oluşturulmuştur. Turizm Politikası; İsveç'in "*2030 yılı itibariyle yenilikçiliğe dayalı, dünyanın en sürdürülebilir ve en cazip destinasyonu*" olma vizyonunu içermektedir (Swedish Agency for Economic and Regional Growth, t.y., Swedish National Tourism Strategy). Sırasıyla (1) "daha kolay girişimcilik", (2) "istihdam ve beceriler", (3) "bilgi ve yaratıcılık", (4) "erişilebilirlik", (5) "pazarlama ve iletişim" olmak üzere beş bileşen üzerine yapılandırılan turizm politikası, sektörden doğrudan sorumlu olan İşletme ve İnovasyon Bakanlığı'nın yanı sıra Çevre, Altyapı, Kültür, Eğitim, Çalışma, Dışişleri ve Maliye Bakanlıkları arasında eşgüdüm ve aynı zamanda sektör paydaşları ile işbirliğini de gerektirmektedir. *Tillväxtverket*'in hazırladığı beş yıllık stratejik planlar ile hayata geçirilmeye çalışılan turizm politikası, esas itibariyle sürdürülebilir turizmi, döngüsel ekonomiyi ve dijitalleşmeyi merkeze almış durumdadır. (OECD, 2022: 277-278).

2023-2030 dönemini kapsayan Göteborg Destinasyon Gelişim Programı da ülkenin 2030 Sürdürülebilir Kalkınma Hedeflerine katkıda bulunmak üzere kaleme alınmıştır. Program, *Gothenburg & Co* tarafından paydaşların katılımı ile yürütülmekte olup, bir yandan ziyaretçiler diğer yandan yöre sakinleri ve işletmeler için sürdürülebilir bir destinasyon olma amacını taşımaktadır. Bu bağlamda, sürdürülebilir gelişmenin üç ana boyutunu (sosyal, ekonomik ve çevresel boyutlar) kapsayan bir stratejik yaklaşım içermektedir. Göteborg Destinasyon Gelişim Programı (2023-2030), temel prensip olarak;

- ❖ Destinasyonun sürdürülebilir gelişimini teşvik etmektedir.
- ❖ Stratejik amaç ve hedeflere ulaşmak için politika tercihlerini içeren uzun vadeli bir referans belge olarak hizmet etmektedir.
- ❖ Destinasyonun büyümesi ve gelişmesi için bir araç görevi üstlenmiştir.
- ❖ Destinasyonun gelişimindeki ilerlemeyi ölçmek üzere net hedef, strateji, gösterge ve ölçüm teknikleri içermektedir.

- ❖ Belediye Meclisi tarafından karara bağlanmış olup, Göteborg kentinin tüm kamu kurum ve özel sektör kuruluşları için bağlayıcıdır (Goteborg&Co, t.y.-a, A Sustainable Destination by 2030: The City Gothenburg's Destination Development Programme).

Göteborg Destinasyon Gelişim Programı; (1) ziyaret ve ziyaretçileri, (2) gündelik yaşam ve yöre halkını, (3) çalışma hayatı ve işletmeleri göz önünde bulundurarak oluşturulmuştur. Ziyaretçiler bakımından; Göteborg kentinin her şeyden önce herkese hitap eden, kapsayıcı ve herkese karşı saygılı bir destinasyon olması temel amaçtır. Ziyaretçilerin sürdürülebilir tercihlerde bulunması başlıca amaçlar arasında sıralanmıştır. Böylelikle, ziyaretçilerin neden olduğu çevresel ve iklimsel etkiler minimum düzeye çekilecektir. Göteborg kentinin tüm yıl boyunca ziyaretçileri cezbedici unsurlar sunması bir diğer amaç olarak tanımlanmıştır. Yöre halkı bakımından; seyahat endüstrisinin katma değer sağlaması ve endüstrideki iş imkanlarının artırılması amaçlanmıştır. İşletmeler bakımından; artan taleple birlikte endüstrinin gelişmesi temel amaç olarak belirlenmiştir. Seyahat endüstrisinin destinasyondaki diğer endüstrileri ve akademik camiayı güçlendirmesi bir diğer amaçtır. Dünya klasmanına uygun bir sürdürülebilirlik yaklaşımının hakim kılınması vazgeçilmez bir amaç olarak tanımlanmıştır (City of Gothenburg, t.y., 10-18). Söz konusu amaçlara ulaşmak üzere dört temel strateji benimsenmiştir. Buna göre; (1) cezbedici deneyimler yaşamak ve seyahat motivasyonu oluşturmak için uygun koşulların geliştirilmesi, (2) seyahat endüstrisinin altyapısının geliştirilmesi, (3) seyahat endüstrisi ile kent gelişimi arasındaki etkileşimin güçlendirilmesi ve (4) Göteborg kentinin rol model olarak hareket etmesi ve yenilikçiliğin kolaylaştırılması öngörülmüştür (City of Gothenburg, t.y., 19-24).

İsveç; turizm alanında rekabet gücüne, sürdürülebilir gelişmeye, girişimcilerin karlılığına ve ülke genelinde istihdama katkıda bulunmayı amaçlayan yeni yapılanma ve eylem arayışındadır. Bu çabalarını Baltık Bakanlar Konseyi çatısı altında da sürdürmektedir. Ne var ki, İsveç'in de taraf olduğu Baltık Bakanlar Konseyi tarafından turizmin öncelikli bir sektör olarak kabul edilmesinin görece yeni olduğunu söylemek mümkündür. 2019 yılında hazırlanan turizm temalı bir raporda, Baltık Bölgesi ülkeleri için turizm sektörünün eşgüdüm içerisinde yönetilmesinin faydalarından bahisle, Baltık Turizmi Görev Gücü'nün oluşturulması (*Nordic Task Force on Tourism*) ve Baltık Turizmi Kolaylaştırıcısı'nın (*Nordic Tourism Facilitator*) atanması önerilmiştir (Nordic Council of Ministers, 2019: 12).

## 7. GÖTEBORG DESTİNASYONU'NUN AVRUPA AKILLI TURİZM BAŞKENTİ PARAMETRELERİ ÜZERİNDEN DEĞERLENDİRİLMESİ

Ülkeye gelen uluslararası ziyaretçilerin yaklaşık %30'una ev sahipliği yapan Göteborg, Görsel 1'de de görüleceği üzere, 13 ilçe belediyesinden oluşmaktadır. Göteborg, 2019 yılında Avrupa Komisyonu tarafından çıkılan 2020 Avrupa Akıllı Turizm Başkentleri yarışma çağrısına AB üyesi 17 devletten başvuruda bulunan 35 şehir arasında yer almıştır. Yapılan eleme sonucunda Göteborg (İsveç) ve Málaga (İspanya) 2020 Avrupa Akıllı Turizm Başkenti unvanını kazanmıştır. Bu bölümde Göteborg destinasyonunun sahip olduğu akıllı turizm unsurları sırasıyla (1) erişilebilirlik, (2) sürdürülebilirlik, (3) dijitalleşme, (4) kültürel miras ve yaratıcılık olmak üzere dört parametre çerçevesinde incelenecektir.



Görsel 1: Göteborg Destinasyonu

**Kaynak:** City of Gothenburg (t.y.). The City of Gothenburg's Destination Development Programme: A Sustainable Destination by 2030, s. 3.

### 7.1. Erişilebilirlik

Turistik ürün üretildiği yerde tüketildiği için turizm destinasyonları açısından "erişilebilirlik" önemli parametrelerden birini oluşturmaktadır. Destinasyona ve destinasyondaki cazibe unsurlarına herkes tarafından kolayca ulaşılabilir olması ve ayrıca yerel dil kullanımının iletişime engel bir durum teşkil etmemesi önem arz etmektedir. *Accessible Liseberg Amusement Park* (Liseberg Erişilebilir Eğlence Parkı), Göteborg'un önde gelen cazibe merkezlerinden biridir. Her yıl 3 milyonun üzerinde ziyaretçiye kapılarını açan Liseberg Parkı, her yaşa ve her kesime hitap eden sayısız gezinti alanı, oyun parkuru, konser alanı, dans pisti, restoran vb. unsurları içermekte olup, olabildiğince erişilebilir ve kapsayıcıdır. Her bir etkinliğe tüm ziyaretçiler katılmasa da herkese uygun bir etkinlik bulunmaktadır. Liseberg Parkındaki konser alanları engellilerin erişimini kolaylaştıracak şekilde yeniden tasarlanmış olup, bu alanlarda görme ve işitme engelliler için sesli anlatım ile ya da işaret dili ile sunulan çeşitli performanslar düzenlenmektedir. Özel ihtiyaç grubuna dahil öğrencilere yönelik "Özel Okul Günü" düzenlenmektedir. Sosyal açıdan dezavantajlı çocukların Liseberg'i ziyaret edebilmelerini sağlamak amacıyla söz konusu eğlence parkı, Göteborg'daki sosyal yardım merkezlerine bağışta bulunmakta ve yılda 13.000 ziyaretçiye serbest geçiş hakkı tanımaktadır (European Union, 2020: 17). Liseberg Parkına özel bir dijital oyun ve uygulama geliştirilmiştir. Serbest geçiş kartları ile entegre çalışan Liseberg Uygulaması, eğlence parkındaki günlük aktiviteleri, ilgili harita ve parkur uygunluk koşulları eşliğinde kullanıcıların hizmetine sunmaktadır. Uygulama kapsamında, ayrıca ziyaretçilerin sıra beklerken sıkılmadan vakit geçirmelerine zemin hazırlayan bir dijital oyun – *Helix Game* – ücretsiz olarak ziyaretçilerin beğenisine sunulmaktadır. Ayrıca, parkın güney yakasında ücretsiz WI-FI hizmeti de verilmektedir (Liseberg, tarih yok, Services in the Park).

*Inheritance Fund* (Kültürel Miras Fonu) tarafından finanse edilen *Funktek* (Fonksiyonel Teknoloji) Projesi, engelli bireylerin diğerleri ile eşit zeminde müzeleri ziyaret edebilmeleri ve böylelikle kültürel hayata katılabilmesi amacıyla geliştirilmiştir. Proje kapsamında, engelli bireylerin önerileri alınarak, herkes için işe yarayan çözümler geliştirmek üzere bir engelli rehberi oluşturulmuştur. Göteborg müzeleri genel olarak *Funktek* Projesi kapsamında geliştirilen rehber ve önerileri referans almaktadır. Müze yönetimleri, sergileri düzenleme ve sunuş şekillerini değiştirmişlerdir. Proje kapsamında ayrıca, müze avlusunda yer alan interaktif "şehir oturumları" ile "herkes için rehberli şehir yürüyüşleri" tasarlanmış ve hizmete sunulmuştur (European Union, 2020: 18; Funktek, tarih yok, Welcome to Funktek).



*GotEvent Tillgänglighet* (Erişilebilir Etkinliğimiz Var) olarak bilinen uygulama, 2017 yılında Küresel Destinasyon Sürdürülebilirlik Endeksi Ödülü'ne (*Global Destination Sustainability Index Award*) layık görülmüştür. Uygulama, tüm engelli bireylerin spor etkinliklerinin, konserlerin veya aile eğlencelerinin sunulduğu alanlara kolayca erişimlerini kolaylaştırmakta olup, başta işitme ve görme engelliler olmak üzere, engelli tüm ziyaretçilerin etkinlik süresince işaret dili veya seslendirme yolu ile etkinliği yüksek perdeden izlemelerine olanak sunmaktadır. Tuvaletler, restoranlar gibi tüm tesislere kolayca erişim sağlayabilmeleri için ziyaretçilerin sadece akıllı telefona ve küresel konumlama sistemine (*GPS – Global Positioning System*) sahip olmaları yeterlidir (European Union, 2020: 27).

## 7.2. Sürdürülebilirlik

İsveç gelişmiş bir bisiklet altyapısına sahip olup, *Kattegattleden* (Kattegat Route) olarak bilinen bisiklet rotası İsveç'in önemli değerlerinden biridir. Skane-Helsingborg'dan başlayarak Halland'dan geçen ve Göteborg'da son bulan bisiklet rotası 2018 yılı itibariyle Avrupa'da yılın bisiklet rotası (*Cycle Route of the Year in Europe*) ilan edilmiştir. Toplamda 390 kilometreden oluşan *Kattegattleden* 8 etaba ayrılmıştır. Bunlar sırasıyla; Helsingborg-Höganäs rotası (22 km), Höganäs-Ängelholm rotası (39 km), Ängelholm-Båstad rotası (55 km), Båstad-Laholm-Halmstad rotası (42 km), Halmstad-Falkenberg rotası (57 km), Falkenberg-Varberg rotası (39), Varberg-Kungsbacka rotası (72 km) ve Kungsbacka-Göteborg (64 km) rotasıdır. Bisiklet ağının tamamına ilişkin haritalara interaktif bir uygulama üzerinden erişim sağlanmaktadır. Tüm parkurlar bisiklet ile kat edilebileceği gibi isteğe bağlı tren ile de kat edilebilmektedir. Her bir etap benzersiz olup, yolculuk esnasında okyanus boyunca büyüleyici yerler görmek, keyifli mekanlarda konaklamak, çeşitli lokantalarda lezzetli yemekler yemek mümkündür (European Union, 2020: 37; *Kattegattleden*, t.y., *Stretches Along Kattegattleden*).

2023 yılında gerçekleştirilen "Göteborg'un 400. Yılı" etkinlikleri kapsamında, vatandaşların görüş ve önerileri çerçevesinde, kentte sıra dışı çeşitli etkinlikler düzenlenmiştir. Göteborg'un her üç günde bir yağış alan bir destinasyon olması gerçeğinden hareketle, "su teması" ile kentte özel bir proje hayata geçirilmiştir. "*Rain Gothenburg*" (Yağ Göteborg) şeklinde ifade edilen projenin amacı; esas itibariyle, dikkatleri kentin altyapısına çekmek, yağmur algısını değiştirmek ve iklim değişikliği ile mücadelede sanatın gücünü kullanmaktır. Bu amaç doğrultusunda, 1920-1965 yılları arasında Göteborg'da yaşayan şair Anna Greta Wide (Görsel 2), *Manhole Cover Poet of the Year* (Yılın Yeraltı Şairi) seçilmiş ve onun şiirleri üzerinden iklim değişikliği ile mücadele bağlamında farkındalık yaratılmaya çalışılmıştır (European Union, 2020: 41; *Goteborg&Co*, t.y.-b, *Rain Gothenburg*).



Görsel 2: Şair Anna Greta Wide

**Kaynak:** The History of Nordic Women's Literature (t.y.). Anna Greta Wide

Proje kapsamında, bir yandan şehrin altyapısının geliştirilmesine dolaylı olarak katkıda bulunulurken, yağmur olgusu mimari, sosyal, kültürel ve iklimsel perspektif ile ele alınmıştır. Göteborg halkının yağmur olgusuna bakışını ve konuya yönelik orijinal fikirlerini derlemek üzere "yağmur ve Göteborg kenti" temalı fotoğraf yarışması düzenlenmiştir. Ayrıca, yağmur yağdığı günlerde oyun alanı arayışında olan kent sakinlerine yönelik olarak içine atlayabilecekleri suni su birikintilerinin, tırmanabilecekleri "yağmur şelalelerinin" ve yağmurdan korunabilecekleri yaprak formunda çatıların inşa edildiği bir oyun alanı yaratılmıştır. Proje, 2019 yılında *European Centre for Creative Economy NICE Award*'a (Avrupa Yaratıcı Ekonomi Merkezi Ödülü'ne) aday gösterilmiştir (European Union, 2020: 41; Göteborg&Co, t.y.-b, Rain Gothenburg).

Göteborg kenti, 2016 yılından bu yana son yedi yıl boyunca *Global Destination Sustainable Index* (Küresel Destinasyon Sürdürülebilirlik Endeksi) parametreleri çerçevesinde dünyanın en sürdürülebilir destinasyonu olma durumunu tekrar tekrar tescil ettirmiştir (Gothenburg, t.y., The World's Most Sustainable Destination According to GDSI). Göteborg'daki otellerin %95'i çevreye duyarlı hizmet arzı dolayısıyla bir tür yeşil sertifikaya sahiptir. Kentte; fosil enerji kaynaklarının kullanımı sıkı bir şekilde düzenlenmekte, atık miktarları ölçülerek belirli parametrelere göre kontrol edilmekte, deterjan gibi kimyasal ürünlerin kullanımı sınırlandırılmakta ve otel personeli çevre güvenliği kilit alanlarında düzenli olarak eğitime tabi tutulmaktadır. 1996 yılından bu yana, hemen hemen tüm otellerin dahil olduğu İskandinav Otelleri zinciri; enerji, su ve kimyasal kullanımlarının yanı sıra ayrıştırılmamış atıkları düzenli olarak denetleyip raporlamaktadır (European Union, 2020: 42).

Tek kullanımlık atıkların yarattığı çevresel kirliliğin önüne geçilebilmesi için *Disposable-free Gothenburg Culture Festival* (Tek Kullanımlık Olmayan Göteborg Kültür Festivali) kapsamında plastik tabak, çatal, bıçak kullanımından vaz geçilmiştir. Hatta kendi tabak ve bardaklarını getirenlere indirim uygulanması gibi teşvik edici yöntemlere başvurulmuştur. Söz konusu Festival 2018 yılında *Sustainable Visitor Industry Conference*'da (Sürdürülebilir Ziyaretçi Endüstrisi Konferansı'nda) *Sustainable Event of the Year* (Yılın Sürdürülebilir Etkinliği) seçilmiştir (European Union: 2020: 49).

İsveç, genel olarak binlerce ada (267.570 ada) ile çevrelenmiş bir ülkedir (Görsel 3). Göteborg takımadaları, *Next to Gothenburg* (Göteborg'un Kapı Komşusu) kampanyası ile giderek daha fazla ziyaretçi çekmeye başlamıştır. Tekneler için adalar rotası tanımlanmış, böylelikle bir yandan Göteborg'un merkezindeki yoğunluk azalırken diğer yandan ada sakinlerinin de kazandığı bir sürdürülebilir büyüme modeline doğru geçiş yapılmıştır. (European Union: 2020: 52).



**Görsel 3: İsveç Takımadaları**

**Kaynak:** Haber7 (09.11.2021). Dünyada En Çok Ada Hangi Ülkede? Şaşırtan Liste: İsveç-267.570.

### 7.3. Dijitalleşme

Dijital politika, dijitalleşmenin sunduğu fırsatların kullanılması ve teşvik edilmesi ile ilgili olup, dijital ve elektronik iletişimin düzenlenmesi, ağ ve bilgi güvenliği, frekans politikası ve geniş bant erişimi, dijital altyapı vb. konuları içermektedir. Bu politika alanı aynı zamanda e-Devlet konularını, yani devlet kurumlarının faaliyetlerini daha verimli hale getirmek ve örneğin elektronik kimlik, elektronik imzalar ve açık veriler yoluyla halkın bu kurumlarla iletişimini kolaylaştırmak için dijital politikanın kullanılmasını da kapsamaktadır (Government Offices of Sweden, t.y., Digital Policy). 2017 yılında İsveç Hükümeti, dijital alanda dünyanın en iyisi olma hedefini ortaya koyan Dijital Strateji Belgesini kabul etmiştir. Strateji belgesinin ana amacı, İsveç'in dijitalleşmesinde sürdürülebilirliğin sağlanmasıdır. Söz konusu amaç doğrultusunda sırasıyla (1) dijital okuryazarlık, (2) dijital güvenlik, (3) dijital inovasyon, (4) dijital liderlik ve (5) dijital altyapı olmak üzere beş eksenle alt amaçlar belirlenmiştir (Tablo 3) (OECD, 2018: 28).

**Tablo 3: Sürdürülebilir Dijital İsveç'e Yönelik Beş Stratejik Amaç**

Stratejik Amaç	Açılım
Dijital Okuryazarlık	Bu bağlamda, herkes dijital becerilerini geliştirip kullanabilecektir.
Dijital Güvenlik	Bu bağlamda, herkesin dijital topluma güvenli bir şekilde katılması, sorumluluk alması ve güven duyması için uygun koşullar yaratılacaktır.
Dijital İnovasyon	Bu bağlamda, dijital odaklı yeniliklerin geliştirilmesi, yaygınlaştırılması ve kullanılması için uygun koşullar yaratılacaktır.
Dijital Liderlik	Bu bağlamda, verimlilik ve kalitede dijitalleşme yoluyla sağlanan iyileştirmeler amaca uygun, doğru temelde ve yasal zeminde gerçekleştirilecektir.
Dijital Altyapı	Bu bağlamda, ülkenin tamamının hızlı genişbantı, istikrarlı mobil hizmetleri ve dijitalleşmeyi destekleyen bir altyapıya kolay erişimi sağlanacaktır.

**Kaynak:** OECD (2018). OECD Reviews of Digital Transformation: Going Digital in Sweden, OECD Publishing, Paris, s. 29.

Göteborg'da geliştirilen *Event Impact Calculator* (Etkinlik Etki Hesaplayıcısı) her bir etkinliğin sosyo-ekonomik ve çevresel etkisini ölçümleyen ve tahminlerde bulunulmasını sağlayan bir hesaplayıcıdır. 300'den fazla işletmenin kullandığı hesaplayıcı sayesinde ulaşım dahil turizm ile bağlantılı her türlü faaliyetin etkisi analiz edilerek çeşitli öngörülerde bulunmak mümkün olmaktadır (European Union, 2020: 65).

### 7.4. Kültürel Miras ve Yaratıcılık

Ziyaretçilerin Göteborg'daki yerleşik halk ile kaynaşmaları ve gündelik hayatın bir parçası olmaları amacıyla *West Sweden Tourist Board* (Batı İsveç Turizm Kurulu) tarafından *Meet the*

*Locals* (Yerel Halk ile Tanışın) Projesi hayata geçirilmiştir. Proje kapsamında ziyaretçiler; araba paylaşımı, turistik mekanların birlikte gezilmesi, bir evin bahçesinden meyve koparılması, birlikte kahve içilmesi, halktan kıyafet kiralanması, hobilerin paylaşılması gibi çok değişik şekillerde yerel halk ile buluşmaktadır. Paylaşım ekonomisi üzerine kurulan bu proje kapsamında çeşitli kurum ve kuruluşlar, dijital uygulamalar, sosyal medya grupları ve web siteleri *West Sweden Tourist Board* tarafından bir araya getirilmiştir. Ziyaretçiler paydaşlar ile temasa geçmek suretiyle, yerel halkın çoğu kez ücretsiz sunduğu hizmetlerden faydalanabilmektedir (European Union, 2020: 88; West Sweden Tourist Board, t.y., Meet the Locals: Get Right to the Heart of West Sweden with Meet the Locals).

## 8. SONUÇ

Akıllı turizm destinasyonlarını görünür kılmak ve diğer destinasyonlara emsal oluşturmalarını sağlamak amacıyla Avrupa Komisyonu tarafından düzenlenen yarışmada Göteborg (İsveç) ve Málaga (İspanya) 2020 yılında Avrupa Akıllı Turizm Başkenti unvanına layık görülmüştür. Akıllı turizm başkenti statüsüne haiz olmak için ilgili destinasyonun sırasıyla erişilebilirlik, sürdürülebilirlik, dijitalleşme ve kültürel miras – yaratıcılık parametrelerinin her birinde belirli bir olgunluk seviyesinde bulunması gerekmektedir. 2016 yılından bu yana yedi yıl üst üste *Global Destination Sustainable Index* (Küresel Destinasyon Sürdürülebilirlik Endeksi) çerçevesinde dünyanın en sürdürülebilir destinasyonu ilan edilen Göteborg, İsveç'in "2030 yılı itibariyle yenilikçiliğe dayalı, dünyanın en sürdürülebilir ve en cazip destinasyonu" olma vizyonu ile uyumlu plan, program ve uygulamalar yürütmektedir. Göteborg, ülkeye gelen ziyaretçilerin yaklaşık %30'una ev sahipliği yapmakta olup, Göteborg'un 2023-2030 dönemini kapsayan Destinasyon Gelişim Planı, genel olarak erişilebilirliği, kapsayıcılığı, sürdürülebilirliği, kültürel mirasın korunmasını ve yaratıcılığı referans almaktadır. Göteborg'un öne çıkan özgün akıllı turizm uygulamaları şöyle sıralanabilir:

- ❖ Erişilebilirlik alanında; Lieseberg Engelsiz Eğlence Parkı'nın dezavantajlı gruplara serbest geçiş hakkı sağlaması, engelliler ile dost Liseberg Uygulaması ve *Helix Game* adlı dijital oyunun ziyaretçilere ücretsiz sunulması emsal alınabilecek uygulamalardır.
- ❖ Sürdürülebilirlik alanında; tüm ülkeye yayılan *Kattegattleden* bisiklet rotası, su temasını işleyen *Rain Gothenburg* projesi, tek seferlik tabak, çatal, bardak vb. malzemelerin kullanımında caydırıcı olan *Disposable-free Gothenburg Culture Festival* (Tek Kullanımlık Olmayan Göteborg Kültür Festivali), *Next to Gothenburg* (Göteborg'un Kapı Komşusu) kampanyası tamamen kentin özgün değerlerine dayandırılmış başarılı uygulamalardır.
- ❖ Dijitalleşme alanında; *Event Impact Calculator* (Etkinlik Etki Hesaplayıcısı) sayesinde her bir etkinliğin sosyo-ekonomik ve çevresel etkilerinin ölçülerek isabetli tahminlerde bulunulmasının sağlanması kayda değer bir örnek olarak verilebilir.
- ❖ Kültürel miras ve yaratıcılık alanında; *West Sweden Tourist Board* (Batı İsveç Turizm Kurulu) tarafından hayata geçirilen ve ziyaretçilerin yerel halk ile tanışıp çeşitli paylaşımlarda bulunmalarına imkan veren proje yenilikçi bir yaklaşım içermesi bakımından oldukça başarılı bir uygulamadır.

2023 yılı itibariyle 56,693,837 ziyaretçiye kapılarını açan ülkemizin (Republic of Türkiye Ministry of Culture and Tourism, t.y., Yearly Bulletins) turizm alanındaki hedeflerine koşarken, başarısı AB kurumları tarafından tescil edilmiş Göteborg ve benzeri

destinasyonlardaki özgün uygulamaları yakından takip etmesi ve uygun olanları destinasyonlarımıza aktarması doğru bir yaklaşım olacak gibi gözükmektedir.

## 9. KAYNAKÇA

Bleijenbergh, I. (2010). Case Selection. A.J. Mills, G. Durepos, E. Wiebe (Eds.). *Encyclopedia Of Case Study Research*, Vol. I, 61-63, Thousand Oaks, Ca: Sage.

Campervan Sweden (T.Y.). *Cities In Sweden: Exploring The 14 Best Town To Visit*. 09.08.2024 Tarihinde <https://www.campervansweden.com/blog/travel-information/cities-in-sweden> Adresinden Alındı

Chmiliar, L. (2010). Case Selection. A.J. Mills, G. Durepos, E. Wiebe (Eds.). *Encyclopedia Of Case Study Research*, Vol. I, 582- 583, Thousand Oaks, Ca: Sage.

Cia (T.Y.). *Sweden. The World Factbook*. 13.08.2024 Tarihinde <https://www.cia.gov/the-world-factbook/countries/sweden/> Adresinden Alındı.

City Of Gothenburg (T.Y.). *The City Of Gothenburg's Destination Development Programme: A Sustainable Destination By 2030*. 19:08.2024 Tarihinde <https://goteborgco.se/uploads/2023/05/the-city-of-gothenburgs-destination-development-programme-2023-2030.pdf> Adresinden Alındı.

Çelik, P.; Topsakal, Y. (2017). Akıllı Turizm Destinasyonları: Antalya Destinasyonunun Akıllı Turizm Uygulamalarının İncelenmesi. *Seyahat Ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 14(3), 149-166.

Eris, T. (2021). Akıllı Turizm Kapsamında İzmir'in Akıllı Turizm Uygulamalarının İncelenmesi: 'Visitizmir' Örneği. *International Journal Of Contemporary Tourism Research*, 5 (Özel Sayı), 126-134, Doi: 10.30625/ijctr.948257.

European Union (2020). *Compendium Of Best Practices: 2019 & 2020 European Capital Of Smart Tourism Competitions*. European Commission: Tendered To Scholz & Friends Agenda Berlin Gmbh European Office. 08.08.2024 Tarihinde <https://smartrtourismcapital.eu/wp-content/uploads/2020/03/compendium-2020-final.pdf> Adresinden Alındı.

European Union (T.Y.). *Sweden*. 09.08.2024 Tarihinde <https://european-union.europa.eu/principles-countries-history/eu-countries/sweden-en> Adresinden Alındı.

Eurostat (T.Y.). *Sweden. Country Facts*. 07.09.2024 Tarihinde <https://ec.europa.eu/eurostat/cache/countryfacts/> Adresinden Alındı.

Funktek (T.Y.). *Welcome To Funktek*. 22.08.2024 Tarihinde <https://funktek.se> Adresinden Alındı.

Gerring, J. (2007). *Case Study Research: Principles And Practices*. Usa: Cambridge University Press.

Goteborg&Co (T.Y.-A). *A Sustainable Destination By 2030: The City Gothenburg's Destination Development Programme*. 19.08.2024 Tarihinde <https://goteborgco.se/en/destination-development/a-sustainable-destination-by-2030/> Adresinden Alındı.

Goteborg&Co (T.Y.-B). *Rain Gothenburg*. 25.08.2024 Tarihinde <https://goteborg2023.com/jubileumsprojekt/rain-gothenburg-2/> Adresinden Alındı.

Gothenburg (T.Y.). *The World's Most Sustainable Destination According To Gdst*. 09.08.2024 Tarihinde <https://www.goteborg.com/en/guides/the-worlds-most-sustainable-destination> Adresinden Alındı.

Government Offices Of Sweden (T.Y.). *Digital Policy*. 19.12.2024 Tarihinde <https://www.government.se/government-policy/digital-policy/> Adresinden Alındı.

Haber7 (09.11.2021). *Dünyada En Çok Ada Hangi Ülkede? Şaşırtan Liste: İsveç-267.570*. 26.08.2024. Tarihinde <https://m.haber7.com/seyahat/haber/3160227-dunyada-en-cok-ada-hangi-ulkede-sasirtan-liste> Adresinden Alındı.

Helliwell, J. F.; Layard, R.; Sachs, J. D.; De Neve, J-E.; Akin, L. B.; Wang, S. (2024). *World Happiness Report 2024*. University Of Oxford: Wellbeing Research Center.

Kattegattleden (T.Y.). *Stretches Along Kattegattleden*. 24.08.2024 Tarihinde <https://kattegattleden.se/en/> Adresinden Alındı.

Liseberg (T.Y.). *Services In The Park*. 22.08.2024 Tarihinde <https://www.liseberg.se/en/park/plan-your-visit/services-in-the-park/> Adresinden Alındı.

Mehter Aykın, S. (2021). Avrupa Birliği'nin Turizm Politikası Çerçevesinde Avrupa Akıllı Turizm Başkentleri. *Journal Of Tourism Intelligence And Smartness*, 4(1), 1-18.

Mehter Aykın, S. (2022). Málaga: Avrupa Akıllı Turizm Başkenti (2020). *Journal Of Tourism Intelligence And Smartness*, 5(1), 24-37.

Mehter Aykın, S. (2023-A). *Turizm Destinasyonları İçin Yol Haritası*. Ankara: Detay Yayıncılık, No: 1773.

Mehter Aykın, S. (2023-B). Lyon Kenti'nin Avrupa Akıllı Turizm Başkenti Parametreleri Üzerinden Değerlendirilmesi. *Journal Of Tourism Intelligence And Smartness*, 6(3), 234-241.

Mehter Aykın, S. (2024). İrlanda'nın Turizm Politikası Ve Akıllı Turizm Uygulamaları. *Journal Of Tourism Intelligence And Smartness*, 7(2), 77-87.

Nordic Council Of Ministers (2019). *Nordic Tourism Policy Analysis*. Denmark. Doi: [10.6027/Nord2019-008](https://doi.org/10.6027/Nord2019-008)

Oecd (2018). *Oecd Reviews Of Digital Transformation: Going Digital In Sweden*, Oecd Publishing, Paris. Doi: <http://dx.doi.org/10.1787/9789264302259-en>

Oecd (2022). *Sweden, Oecd Tourism Trends And Policies 2022*. Oecd Publishing, Paris. Doi: <https://doi.org/10.1787/64464ddf-en>

Oecd (2024). *Oecd Tourism Trends And Policies 2024*. Oecd Publishing, Paris. Doi: <https://doi.org/10.1787/80885d8b-en>.

Özışık Yapıcı, O. (2022). Akıllı Şehir Kapsamında Bursa'nın Akıllı Turizm Uygulamalarının Değerlendirilmesi: Gobursa Örneği. *Journal Of Tourism Intelligence And Smartness*, 5(1)38-49.

Republic Of Türkiye Ministry Of Culture And Tourism (T.Y.). *Yearly Bulletins*. 08.08.2024 Tarihinde <https://www.ktb.gov.tr/en-249299/yearly-bulletins.html> Adresinden Alındı.

Swedish Agency For Economic And Regional Growth (T.Y.). *Swedish National Tourism Strategy*. 15.08.2024 Tarihinde <https://barents-council.org/document/2021-11-25-sweden-national-tourism-strategy-nov-2021.pdf> Adresinden Alındı.



Talu, N., Kocaman, H. (2019). *Türkiye'de İklim Değişikliği İle Mücadelede Politikalar, Yasal Ve Kurumsal Yapı*. T.C. Çevre Ve Şehircilik Bakanlığı Çevre Yönetimi Genel Müdürlüğü Yayını, İklim Değişikliği Eğitim Modülleri Serisi 4, Ankara. Erişim Linki: [https://www.iklimin.org/wp-content/uploads/egitimler/seri\\_04.pdf](https://www.iklimin.org/wp-content/uploads/egitimler/seri_04.pdf) Erişim Tarihi: 03.08.2024.

The History Of Nordic Women's Literature (T.Y.). *Anna Greta Wide*. 26.08.2024 Tarihinde <https://nordicwomensliterature.net/writers/wide-anna-greta/> Adresinden Alındı.

Undp (2024). *Human Development Report 2023/2024*. New York.

Visit Sweden (T.Y.). *Sweden – A Destination Of A Different Nature*. 09.08.2024 Tarihinde <https://visitsweden.com/> Adresinden Alındı.

West Sweden Tourist Board (T.Y.). *Meet The Locals: Get Right To The Heart Of West Sweden With Meet The Locals*. 25.08.2024 Tarihinde <https://meetthelocals.se/en/> Adresinden Alındı.



ISSN: 2651-2742  
2024- Cilt: 7 Sayı: 2  
Sayfa: 93-104.

Dergi Web Sitesi: <http://sita.cumhuriyet.edu.tr/tr/>

Gönderilme Tarihi: 18.10.2024


Kabul Tarihi: 05.11.2024


Araştırma Makalesi (Research Article)

## KEÇİBOYNUZU UNUNUN ÇİKOLATALI PUDİNG YAPIMINDA KULLANILMASI

Using Carob Flour in Making Chocolate Pudding

Bayram ALTINTAŞ \*   
Sivas Cumhuriyet Üniversitesi  
Turizm Fakültesi

Emine YILMAZ   
Sivas Cumhuriyet Üniversitesi  
Turizm Fakültesi

Kübra TAHANCI   
Sivas Cumhuriyet Üniversitesi  
Turizm Fakültesi

### ÖZ

Bu çalışmada, çikolatalı puding üretiminde keçiboynuzu unu, mısır nişastası ve çikolata farklı oranlarda (%0, %25, %50, %75 ve %100) ikame edilerek kullanılmıştır. Laktozsuz sütle hazırlanan pudinglerin fonksiyonel ve duyuşal özellikleri incelenmiştir. Besin intoleransı ve besin alerjisi; besinlerin yapısı ile sindirim bozukluğu gibi birçok fizyolojik yanıt için kullanılan terimdir. Bağırsaklarda enzimler yeterli miktarda parçalanma ve emilim oluşturmadaıklarında sindirim bozuklukları, depresyon, mide krampları ve gaz oluşumuna neden olur. Dolayısıyla süt ve süt ürünlerinin tüketiminde farkındalık oluşturulması için laktozsuz süt, unlu mamuller tüketiminde ise keçiboynuzu unu, glutensiz mısır nişastası ve çikolata kullanılmıştır. Ürünlerin kimyasal kompozisyonları, viskozite, iç renk özellikleri (L\*, a\*, b\*) ve duyuşal analizleri yapılarak incelenmiştir. Lezzet, kıvam, koku ve genel beğenirlik düzeyleri belirlenerek betimsel analiz yöntemlerinden frekans analizinden faydalanılmıştır. Anket sonuçları istatistiksel analizler SPSS 22.0 paket programına yüklenmiştir. Çalışma sonucunda, çikolata ikamesi yapılan pudinglerin tat, kıvam, koku ve genel beğeni düzeylerinin arttığı tespit edilmiştir. K1 örneği hiç çikolata içermeyen çikolatalı puding ile K4 örneği dış renk ve görünüm özellikleri açısından en çok beğenilen ürünler olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

**Anahtar Kelimeler:** Keçiboynuzu unu, Çikolatalı Puding, Fonksiyonel Gıda

\* Sorumlu Yazar: bayramaltintas@cumhuriyet.edu.tr

Önerilen Atıf: Altıntaş B., Yılmaz, E. ve Tahancı, K. (2024). Keçiboynuzu Ununun Çikolatalı Puding Yapımında Kullanılması, Sivas İnterdisipliner Turizm Araştırmaları Dergisi, 7(2), 93-104.



## ABSTRACT

In this study, carob flour, corn starch, and chocolate were used in varying proportions (0%, 25%, 50%, 75%, and 100%) to produce chocolate pudding. The functional and sensory properties of the puddings, prepared with lactose-free milk, were examined. Food intolerance and food allergies are terms used to describe various physiological responses, including the structure of foods and digestive disorders. When enzymes in the intestines do not break down and absorb nutrients sufficiently, digestive issues such as depression, stomach cramps, and gas formation can occur. Therefore, lactose-free milk, carob flour, gluten-free corn starch, and chocolate were used to raise awareness about the consumption of dairy products and baked goods. The chemical compositions, viscosity, internal color characteristics ( $L^*$ ,  $a^*$ ,  $b^*$ ), and sensory analyses of the products were examined. Flavor, texture, aroma, and overall acceptability levels were determined using descriptive analysis methods, including frequency analysis. The survey results were subjected to statistical analyses using the SPSS 22.0 software package. As a result of the study, it was found that the flavor, texture, aroma, and overall acceptability levels of the puddings with chocolate substitution increased. The K1 sample, which contained no chocolate, and the K4 sample were determined to be the most preferred products in terms of external color and appearance.

**Keywords:** Carob flour, Chocolate pudding, Functional food

## GİRİŞ

Keçiboynuzu (*Ceratonia siliqua* L.), Leguminosae (Fabaceae-Baklagiller) familyasının Caesalpinaceae alt familyasına ait olup, günümüze kadar bölgesel ve ekonomik değerinin yüksek olmasından dolayı bitki varlığını sürdürmektedir. Köklü bitki erozyon, doğal afetleri önleme potansiyeline sahip olduğu bilinmektedir. Keçiboynuzu meyvesi, dünya genelinde özellikle Türkiyenin'de içerisinde olduğu Akdeniz iklimine sahip ülkelerde yaygın olarak yetiştirilmektedir (Pazır ve Alper, 2016). Meyve, gıda teknolojisinde genellikle toz şeklinde kullanılmaktadır. Meyvenin kabuk ve çekirdek yapısındaki yağ içerikleri, besinsel değerleri, tat-koku özelliklerini etkilemektedir. Dolayısıyla kurutma işlemi ve saklama koşullarında, meyvedeki protein, vitamin ve yağ miktarlarındaki değişimler belirgin şekilde değişime uğradığı belirtilmiştir (Fidan ve ark., 2020).

Keçiboynuzu unun üzerine yapılan birçok araştırmada, insan sağlığına olumlu etkilerinin olduğu belirlenmiştir. Örneğin, çocuklarda zekâ gelişimi ve hafızaları üzerine keçiboynuzu ununun olumlu etkilerinin olduğu belirtilmektedir (Owen ve ark., 2003). Ayrıca, Keçiboynuzu meyvesinin yapraklarından elde edilen ekstraktların oksidatif strese karşı koruma sağladığı ve böbrek hücrelerini koruyucu özellikler gösterdiği belirlenmiştir (Ahmed, S. 2010). Besin değeri yüksek olan keçiboynuzu, aynı zamanda pasta, makarna, peynir, meyve jölesi, kek, ekme, çikolata, dondurma ve marmelat gibi ürünlerin yapımında da kullanılmaktadır. Meyvenin çekirdeği uzun zamandır gıda katkı maddesi üretiminde hammadde olarak tercih edilmektedir. Tatlı tadı, çikolatayı andıran aroması, uygun maliyeti, yüksek lif oranı ve biyoaktif bileşenleri nedeniyle keçiboynuzu baklaları, Akdeniz mutfağında un haline getirilerek içeceklerde, bisküvilerde ve tatlılarda genellikle kakao yerine kullanılmaktadır (Seczyk ve ark., 2016).

Çikolata ise kakao çekirdeklerinden elde edilen genellikle şeker ve süt ürünleriyle karıştırılan bir gıda maddesidir. Kakao, yüksek yağ ve hidrofobik polisakkarit içeriği nedeniyle çikolata, kek, bisküvi ve çeşitli tatlılarda yaygın olarak kullanılmaktadır (Omobuwajo ve ark., 2000). Günümüzde, ürünlerin yağ içeriğini azaltmak ve fonksiyonel özelliklerini iyileştirmek

amacıyla kakao yerine keçiboynuzu unu kullanımı yaygınlaşmaktadır (Rosa ve ark., 2015). Bu çalışmanın amacı keçiboynuzu unun, doğal tatlandırıcı özelliği ile şeker yerine kullanılmasıdır. Ayrıca çikolatanın içeriğinde kakao ürünü olduğundan dolayı toz kakao kullanılmamıştır. Bu amaçla pudingin besin değeri artırılarak glutensiz ürün ortaya konulmaya çalışılmıştır (Şahin ve ark., 2021; Özcan, 2018).

## 1. MATERYAL VE YÖNTEM

Bu çalışmada, çikolatalı puding üretimi için kullanılan laktozsuz süt, keçiboynuzu unu, glutensiz mısır nişastası, çikolata, Sivas'taki yerel marketlerden temin edilmiştir. Bu malzemeler, çikolatalı puding üretiminde temel bileşenler olarak kullanılmıştır.

### 1.1. Çikolatalı Puding Üretimi

Çikolatalı puding üretimi, laktozsuz süt, glutensiz mısır nişastası, çikolata ve keçiboynuzu unu kullanımına yönelik formülasyonlar denenerek üretilmiştir. Yousif ve Alghzawi (2000) tarafından yapılan bir geliştirmede, kavrulmuş keçiboynuzu unu ile kakaonun renk değerlerinin içeriğinin yakın olduğunu belirtmişlerdir. Bu nedenle gıdalarda kakaonun %25'ine kadar keçiboynuzu unu katkısının fark edilmeyeceğini ifade etmişlerdir. İlpumbu'nun (2008) de gerçekleştirdiği başka bir çalışmada ise, ekmeğe %8,96, %10,3 ve %11,6, süt bazlı içecekler de ise yaklaşık %16 oranında keçiboynuzu unu eklenmiştir. Keçiboynuzu unu içeren ekmeklerin %80-90 oranında ticari başarı sağlayabildikleri görülmüştür. Literatüre dayalı olarak, tüm formülasyonlarda keçiboynuzu unu kullanılmış ve farklı oranlardaki performans oranları değerlendirilmiştir (Yıldız ve Demir, 2020). Üretilen pudingler, panelistler tarafından duyuusal değerlendirmeye tabi tutulmuş ve elde edilen tadım değerlendirmelerine göre puding tarifleri üzerindeki gerekli değişiklikler yapılmıştır. Bu nedenle çalışmanın üretim formülasyonunda sütün litre bazına %10 ile %40 arasında keçiboynuzu unu kullanımının gerçekleştiği görülmektedir. Bu doğrultuda, üretim formülasyonunda farklı miktarlarda keçiboynuzu unu, glutensiz mısır nişastası ve çikolata kullanılmıştır. Çalışmada ürünün patentine başvurulabileceği düşüncesiyle pudingin lezzet özellikleri sabit tutulmaya çalışılmıştır. Çalışmada kullanılan formülasyonlar Tablo 1'de sunulmuştur.

**Tablo 1:** Keçiboynuzu unu bazlı çikolatalı puding formülasyonları

Örnek	Süt (L)	Keçiboynuzu Unu(g)	Mısır Nişastası (g)	Çikolata (g)	Toplam
K1	1 Litre	400g	7g	0g	1407g
K2	1 Litre	350g	14g	40g	1404g
K3	1 Litre	200g	28g	80g	1308g
K4	1 Litre	100g	42g	120g	1262g

İlk aşamada 1 litre laktozsuz süt, orta sıcaklıkta ısıtılmaya başlatılmış ve kaynatma sıcaklığı olan 100°C'ye ulaşana kadar 10-15 dakika boyunca sürekli karıştırılarak ocakta tutulmuştur. Süt kaynadıktan sonra üretim sürecinde, laktozsuz süt 35-40°C'ye ulaştığında keçiboynuzu unu eklenmiş, 60°C'de sulandırılmış mısır nişastası ilave edilmiştir. Keçiboynuzu unu karışımında topaklanma oluşmaması için sürekli karıştırma işlemi sürdürülmüştür. Karışımın homojen hale gelmesi ve kıvam alması için yaklaşık 3-5 dakika daha orta ateşte kaynatılmıştır.

Keçiboynuzu ununun puding kıvamına gelmesinden sonra kaynama işlemi 1-2 dakika daha devam ettirilmiş ve karışımın istenilen kıvamda kalması sağlanmıştır. Bu süreçte karıştırma sıcaklığı 90-100°C arasında seyretmiştir. Kırılma noktası (yaklaşık 100°C) ulaştığında 3±1 dakika daha kaynatılarak homojen bir kıvam elde edilmiştir. Kaynama sonrasında, ocaktan alınan kontrol örnekleri oda sıcaklığında bekletilerek 50° C ulaştığında çikolata eklenmiştir. Çikolata, sıcak karışımlarda yaklaşık 2-3 dakika içinde tamamen erimiş yapıya ulaşmıştır, bu kademeli karışım sıcaklığı 40-50 °C civarında olmuştur. Puding +4 derecede buzdolabında 1 gün soğumaya bırakılmıştır. Dinlendirme sürecinin tamamlanmasıyla, duyuşal değerlendirme için cam kavanozlar içerisinde panelistlere sunulmuştur (Karaoğlu ve Koca, 2019).

## 2. YÖNTEM

Çikolatalı pudinglerin reolojik özellikleri üzerine yapılan analizler, örnekler arasında önemli viskozite farklılıklarını ortaya koymuştur. Materyallerin ve çikolatalı puding örneklerinin renk içerikleri Francis (1998) 'e göre, viskozite içerikleri ise Manav (2011) tarafından belirlenen yöntemlere göre incelenmiştir. Viskozite analizleri, Brookfield Model DV-II (Japon) cihazında 0.7 nolu Prep spindle başlığı kullanılarak 50 rpm'de gerçekleştirilmiştir. Ölçümler, +4°C'de 30 saniye süreyle yapılmış ve sonuçlar centipoise (cP) cinsinden verilmiştir.

## 3. DUYUSAL ANALİZ

Çikolatalı puding duyuşal analizleri Sivas Cumhuriyet Üniversitesi Turizm Fakültesi, Gastronomi ve Mutfak Sanatları Bölümü – Uygulama laboratuvarında yapılmıştır. Akademik ve idari personel ile öğrenciler arasından seçilen 14 erkek 16 kadından oluşan toplam 30 kişi panelist seçilmiş olup, duyuşal analizle kullanılan tamamlayıcı ifadeler hakkında bilgi sunulduktan sonra test uygulanmıştır. Duyusal değerlendirmeler, cam kavanozlar içerisine konulan ve kapakları kodlanan puding örneklerinde gerçekleştirilmiştir. Otuz paneliste sunulmuş ve lezzet, renk, kıvam, koku ve genel beğenirlik açısından duyuşal değerlendirmeleri istenmiştir. Parametrik değerlendirmelerde (1-Hiç beğenmedim, 2-beğenmedim, 3- Orta derece beğendim, 4- Beğendim, 5-Çok beğendim) şeklinde puan vermeleri istenmiştir.

## 4. İSTATİKSEL ANALİZ

Araştırma neticesinde elde edilen veriler SPSS 22.0 Paket programı ile betimsel analiz yönteminden frekans analizi kullanılmıştır. İstatiksel analizler neticesinde aralarındaki farklılıklar  $p < 0,05$  güven aralığına göre, önemli bulunan değerler çizelge ve grafiklerle gösterilmiştir. Bütün değerler ortalama  $\pm$  standart hata olarak sunulmuştur. Dört farklı formülasyonda hazırlanan denemeler 4 tekerrürlü olarak yürütülmüştür.

## 5. BULGULAR VE TARTIŞMA

Dünyada birçok meyve ve gıda ürünü değişime uğramaktadır. Bu yüzden birçok gıdaya bağlı hastalık günümüzde artmıştır. Bu hastalıkların tedavisi yoktur fakat önlemek ve azaltmak diyet yapmak önemlidir (Altıntaş ve Kara, 2022). Bu hastalıkların önlenmesi ve korunması açısından herhangi bir işleme maruz kalmamış gıdalar arasından seçmek doğru olacaktır. Keçiboynuzu meyvesi ve unu en doğru alternatif gıdalar arasında yer almaktadır. Meyvenin içeriğinde %62-67 şeker, %4-6 protein, %23-27 diyet lifi 100 gr. çekirdeksiz hali 293 kcal enerji içermektedir (Pazır ve Alper, 2018).

### 4.1. Viskozite

Çikolatalı puding örneklerinin viskozite değerleri 50 rpm'de sırasıyla 1700 mPa.s, 1440 mPa.s, 3060 mPa.s ve 9600 mPa.s olarak ölçülmüştür. Bu değerler, örnekler arasında belirgin kıvam farklılıklarını ortaya koymuştur. İçeriğinde %75 çikolata bulunan K4 örneği, yüksek viskozite değerinin olduğunu göstermektedir. Bu yüksek viskozite, çikolatanın içeriğinde bulunan palm yağları ve diğer katı bileşenlerin pudingin akışkanlığını azaltmasından kaynaklanabilir. Palm yağı, çikolatalı pudinglerin kıvamını artırarak daha yoğun bir yapı oluşturmaktadır (Yılmaz, 2015; Arslan, 2018). K1 örneğinde Çikolata içermeyen pudingin daha düşük viskozite değerine sahip olması, bu pudingin daha akışkan bir yapıya sahip olduğunu göstermektedir. Çikolata ve kakao içermeyen ürünlerde, akışkanlığın yüksek olmasının sebebi, bu tür ürünlerdeki yağ ve katı madde içeriğinin daha düşük olmasıyla ilişkilendirilmektedir (Aydın, 2012; Karabulut, 2017). Ayrıca pudingde glutensiz mısır nişastası da kullanılmıştır. Nişasta sütlü tatlılarda kıvamı artırarak jelleşmeyi sağlamaktadır. Sütlü tatlılarda nişasta, jelleşme sürecine katkıda bulunarak tatlının daha katı ve yoğun bir kıvama ulaşmasını sağlar. Pirinç unu ise tatlılara daha hafif ve yumuşak bir yapı kazandırır. Hangi bileşenin kullanılacağı, hazırlanan tatlının çeşidine göre değişiklik gösterir. Örneğin, pirinç unu daha ince yapılı tatlılarda tercih edilirken, nişasta daha yoğun kıvamlı tatlılarda kullanılmaktadır (Anonim, 2013). Dolayısıyla pudingde kullanılan nişasta bir miktar su ile karıştırılarak kaynayan pudinge eklenmiştir. Nişasta ısı işlem sırasında şişme ya da jelatinizasyon sıcaklıkları şöyle oluşmaktadır (Gürsel, 2001). Mısır nişastası: 62-72 °C, Buğday nişastası: 52-63 °C, Patates nişastası: 56-66 °C Pirinç nişastası: 61-78 °C arasında jelatinize olur. Ayrıca, nişastalı ürünlerde ve çikolata kullanılan gıda katkı maddeleri, ısı işlem sonucunda oluşan viskoz yapıyı, gıdanın parlaklığını ve kıvam artırıcı özelliklerini de etkilemektedir (Erkan, 2004; Yıldırım ve Ercan, 2000).

#### 4.2. Renk

Bir gıdanın renk kalitesi, en önemli parametreler arasında gösterilmektedir. Tablo 2'de gösterilen verileri incelediğimizde çikolatalı puding örneklerinin  $p < 0,01$  çok önemli düzeyde etkilediği görülmektedir. Çikolatalı puding örneklerinde L değerleri 34,28 ile 50,06 arasında değişiklik göstermiş, en düşük kabuk renginin K1; %0' da en yüksek değer K4; %75 çikolata ilavesi arttıkça iç renginde açılmalar meydana geldiği görülmektedir.

Çikolata oranı arttıkça L değerinin düştüğü (34,28 ile 50,06 arasında) gözlemlenmiştir. Çikolata miktarı arttıkça ürünün daha açık renk aldığını göstermektedir. Özcan ve ark. (2019) çalışmalarında, kakao oranı arttıkça puding örneklerinin L değerinin azaldığını, a ve b değerlerinin ise arttığını bildirmişlerdir. Bu sonuçlar bizim gözlemlerinizle paralellik göstermektedir. Çelik ve ark. (2021), keçiboynuzu unu ilavesinin puding örneklerinde L değerini düşürdüğünü, yani rengi koyulaştırdığını rapor etmişlerdir. Ayrıca a ve b değerlerinde artış gözlemlenmişlerdir, bu da daha kırmızımsı-kahverengi bir renk tonu oluştuğunu göstermektedir. Yılmaz ve ark. (2020), farklı nişasta türlerinin puding rengine etkisini inceledikleri çalışmada, mısır nişastasının buğday nişastasına göre daha yüksek L değeri ve daha düşük a ve b değerleri verdiğini, yani daha açık renkli ve daha az sarımsı pudingler elde edildiğini bildirmişlerdir. Keçiboynuzu unu ve çikolata kullanım oranlarındaki değişimin ürünlerin L, a ve b değerlerini önemli derecede etkilediği gözlemlenmiştir. Literatür çalışmaları da bu bulguları desteklemektedir. Keçiboynuzu unu kullanımının genellikle rengi daha koyu ve kırmızımsı-kahverengi tonlara doğru kaydıracağı söylenebilir.

**Tablo 2:** Çikolatalı Puding Örneklerinin Renk Değerleri Etkisi

Örnek	L*	a*	b*
K1	34,28	9,29	17,59
K2	37,07	9,77	20,23
K3	43,41	9,39	20,07
K4	50,06	9,55	20,81

Bizim çalışmamızda (L Değerinde\*) keçiboynuzu unu miktarının artışı çikolatalı puding rengini de belirgin şekilde açmıştır. (a Değerinde\*) kırmızı tonlarda çok büyük tonlarda değişiklik olmamış, puding genel olarak sabit bir kırmızılık seviyesini korumuştur. (b Değerinde\*) Sarımsı tonlarda artış gözlenmemiştir keçiboynuzu unun etkisiyle daha sarımsı bir renge sahip olmuştur. Bu, beklenen bir sonuçtur ve literatürdeki diğer çalışmalarla uyumludur. Bu bulgular, çikolatalı pudinglerin renk, viskozite özelliklerinin, içerdikleri çikolata ve nişasta miktarına göre önemli ölçüde değişiklik gösterdiğini ayrıca farklı içerikteki bileşenlerin akışkanlık deformasyon özellikleri üzerindeki etkilerini anlamak, yeni ürün geliştirme çalışmalarını daha iyi hale getirmek için önemli bir adım olduğunu ortaya koymaktadır. (Demir, 2014).

#### 4.3. Duyusal Değerlendirme

Pudingler ve sütlü tatlılar, süt, şeker, destekleyici, hidrokolloidler, renklendiriciler ve aroma vericiler gibi ürünlerden oluşan kompleks karışımlardır. Bu ürünlerde esnek, temel kalınlaştırıcı madde olarak görev yapar ve su ile sütle etkileşime girerek jelatinleşmeyi sağlar; Böylece karakteristik kremi yapı ve yarı katı kıvam elde edilir. Bu tür proteinli yapıya sahip sütlü tatlılar, yaygın tüketim ürünleriyle birlikte, bir araya gelerek orijinal tat ve doku profilini oluştururlar (Aguilar-Raymundo vd. 2018).

Deneme gruplarından elde edilen lezzet, renk, kıvam, koku ve genel beğenirlik analizlerine ait bulgular Tablo 3, 4, 5, 6 ve 7'de verilmiştir. Tablo 3'te keçiboynuzu unundan elde edilen çikolatalı puding örneklerinde, lezzet algısına yönelik değerlendirmeler gösterilmektedir. Lezzet algısı, kimyasal, hormonal ve sinirsel uyarılardan oluşan karmaşık bir sistemdir. Tat, koku, doku ile görsel uyarıların bir bütünü olarak değerlendirilmektedir (Muslu ve Gökçay, 2021). Bu çalışmada, içeriğinde hiç çikolata bulunmayan K1 örnek ürünün orta derecede beğenildiği, K2; %25 ve K3; %50 oranında çikolata içeren ürünlerin beğenildiği ve K4; %75 çikolata içeren ürünlerin ise daha çok beğenildiği tespit edilmiştir. Bu bulgular, çikolata oranı arttıkça çikolatalı pudinglerin lezzet açısından daha fazla beğenildiğini ortaya koymaktadır. Çikolatalı puding üzerine yapılan bir araştırma hem fizyolojik hem de kendi kendine bildirilen beğenme ölçümlerinin sakaroz konsantrasyonu (tatlılık) ve kakao içeriği arttıkça arttığını bulmuştur. Bu, tüketicilerin çikolata ürünlerine yönelik tercihinin hem tatlılıktan hem de kakao yoğunluğundan etkilendiğini ve daha yüksek çikolata içeriğinin beğenmeyi artırdığına dair gözlemlerimizle uyumlu olduğunu göstermektedir (Martinez vd. 2021).

**Tablo 3:** Lezzet

	K1	K2	K3	K4

Keçiboynuzu Ununun Çikolatalı Puding Yapımında Kullanılması

	N	%	N	%	N	%	N	%
Hiç Beğenmedim	4	13,3	1	3,3	0	0	1	3,3
Beğenmedim	8	26,7	4	13,3	6	20,0	3	10,0
Orta derece beğendim	11	36,7	8	26,7	5	16,7	3	10,0
Beğendim	5	16,7	15	50,0	14	46,7	8	26,7
Çok beğendim	2	6,7	2	6,7	5	16,7	15	50,0

Tablo 3 incelendiğinde, K1 sütununda "Hiç beğenmedim" ve "Beğenmedim" oranlarının yüksekliği dikkat çekmektedir. Bu bulgu, keçiboynuzu ununun katılımcılar üzerinde olumsuz bir algı yarattığını, dolayısıyla iyileştirilmesi gereken unsurlar olduğunu düşündürmektedir. K1 örneğinin, katılımcıların damak tatlarıyla uyuşmadığı ve beklentilerini karşılamadığı sonucuna varılabilir. Araştırmada, çikolatalı puding örneklerinde katılımcıların dış renk algıları değerlendirilmiş ve sonuçlar çikolata içeriğiyle ilişkilendirilmiştir.

Tablo 4 incelendiğinde, %50 çikolata içeren K3 örneği, katılımcılar tarafından renk açısından en beğenilen örnek olarak öne çıkmıştır. Verilere göre, K3 örneğinde katılımcıların %50'si "Beğendim" ve %13,3'ü "Çok beğendim" şeklinde geri bildirimde bulunmuştur. Bu örneğin renk açısından yüksek beğeni aldığını göstermektedir. Buna karşılık, %75 çikolata içeren K4 örneğinin diğerlerine göre renk beğeni oranının daha düşük olduğu tespit edilmiştir. K4 örneğinde katılımcıların %33,3'ü "Çok beğendim" demiş olsa da, bu oran K3'ten düşüktür. Bu durum, renk algısının çikolata içeriğine bağlı olarak değiştiğini göstermektedir. Yüksek çikolata içeriği, pudinglerin renk açısından daha olumlu değerlendirilmesine katkıda bulunurken, çikolata oranı azaldıkça renk beğenisi de azalmaktadır. Çikolatalı puding örneklerinde estetik değerlendirmelerde çikolata miktarının önemli bir faktör olduğunu ve keçiboynuzu ununun kullanımının dikkatli dengelenmesi gerektiğini göstermektedir. Yüksek doz çikolata daha iyi ise keçiboynuzu kullanım oranı azaldığında renk üzerine etkisinin önemli olmadığı, çikolata içeriği yüksek örneklere verilen puanlardan anlaşılmaktadır.

**Tablo 4:** Renk

	K1		K2		K3		K4	
	N	%	N	%	N	%	N	%
Hiç Beğenmedim	2	6,7	1	3,3	1	3,3	1	3,3
Beğenmedim	4	13,3	6	20,0	6	20,0	6	20,0
Orta derece beğendim	7	23,3	8	26,7	4	13,3	8	26,7

Beğendim	8	26,7	10	33,3	15	50,0	5	16,7
Çok beğendim	9	30,0	5	16,7	4	13,3	10	33,3

Puding tarzı ürünlerin ya da dondurulmuş ürün tercihlerinde besin içeriği ne kadar yüksek olursa olsun eğer gıdaların tat, kıvam, koku gibi tekstürel özellikleri kabul görmez ise bu tüketiciler tarafından tercih edilme özelliğini azaltmaktadır. Çünkü tüketiciler genel olarak gıdanın önce duyuşal özelliklerine bakarak tercihte bulunmaktadır (Yousif et al., 2012). Renk beğenisi aynı zamanda sadece ürünün içeriği ile ilgili değil, bireylerin kişisel bakış açısı, renk algısı ve çevresel koşullara (örneğin, ortamın ısı, ışık, vb. özelliklerine) göre de farklılık göstermektedir (Smith ve Jones, 2020). Çikolatalı pudinglerin renklerinin değerlendirilmesinde bu tür çevresel faktörlerin yanı sıra, katılımcıların duyuşal durumu ve kişisel deneyimlerinin de etkili olabileceği belirtilmiştir (Brown, 2019). Bu bulgular, renk beğenisinin karmaşık ve çok boyutlu bir olgu olduğunu ve ürün formülasyonlarının bu tür duyuşal özellikleri dikkate alarak optimize edilmesi gerektiğini ortaya koymaktadır.

Tablo 5'te, farklı çikolatalı puding örneklerinde kıvam beğenisine yönelik katılımcıların geri bildirimlerini göstermektedir. Kıvam beğenisi, tat deneyiminin önemli bir bileşenidir ve gıda ürünlerinin tüketici kabulünü doğrudan etkileyebilir.

**Tablo 5:** Kıvam

	K1		K2		K3		K4	
	N	%	N	%	N	%	N	%
Hiç Beğenmedim	3	10,0	2	6,7	4	13,3	3	10,0
Beğenmedim	4	13,3	6	20,0	6	20,0	8	26,7
Orta derece beğendim	6	20,0	4	13,3	6	20,0	8	26,7
Beğendim	10	33,3	14	46,7	9	30,0	6	20,0
Çok beğendim	7	23,3	4	13,3	5	16,7	5	16,7

Tablodaki verilere göre, "Hiç Beğenmedim" ve "Beğenmedim" kategorilerinde katılımcıların %10,0 ile %26,7'si kıvamı beğenmediğini belirtmiştir. Ancak "Orta derece beğendim," "Beğendim" ve "Çok beğendim" kategorilerinde yer alan katılımcıların oranları, özellikle bazı örneklerde daha yüksektir. Örneğin, birinci örnekte %33,3'lük bir kesim kıvamı beğenirken, %23,3'ü kıvamı çok beğendiğini belirtmiştir. Benzer şekilde, ikinci örnekte %46,7 oranında katılımcı kıvamı beğenmiş ve %13,3'ü çok beğenmiştir.

Bu bulgular, pudingin kıvamının beğeni düzeyinin önemli bir belirleyicisi olduğunu ve bu beğenin farklı puding örneklerinde değişiklik gösterebildiğini ortaya koymaktadır. Smith ve Jones'un (2020) çalışmasında da vurgulandığı üzere, kıvam algısı, gıda ürünlerinde tüketici

memnuniyetinin kritik bir bileşenidir. Özellikle puding gibi süt bazlı tatlılarda, uygun kıvamın sağlanması hem duyuşal hem de genel tüketici kabulünü artırmaktadır (Smith ve Jones, 2020). Kıvam algısı üzerine yapılan akademik çalışmalar, gıda ürünlerinin tüketici tarafından kabul edilmesinde kritik bir rol oynadığını ortaya koymaktadır. Özellikle süt bazlı ürünler, pudıngler ve çikolatalar gibi gıdalarda kıvam, lezzet kadar önemli bir faktördür. Yapılan araştırmalara göre, tüketiciler gıdanın kıvamındaki küçük farkları bile algılayabilir, çünkü ağız içindeki dokusal hassasiyet, farklı partikül büyüklüklerini ve dokusal özellikleri ayırt edebilir. Bu durum, ürünün kabul edilmesi ya da reddedilmesinde etkili olur (Hayes, 2019). Kıvam algısı, mekanoreseptörler olarak adlandırılan ve fiziksel uyarıcılara tepki veren sinirler aracılığıyla hissedilir. Örneğin, çikolata üretiminde, partikül boyutları ve yağ içeriği gibi faktörler kıvamı etkiler ve bu özelliklerin doğru ayarlanması, tüketici memnuniyetini artırabilir (Chen, 2014). Ayrıca, daha yumuşak veya kremsi bir kıvam, genellikle tüketiciler tarafından daha çok tercih edilirken, aşırı sert veya jelimsi kıvamlar olumsuz bir duyuşal deneyim yaratabilir (Rahman ve Rahim, 2015).

Bu çalışma, kıvamın yanı sıra diğer duyuşal özelliklerin de (tat, koku, renk) tüketici tercihlerini etkilediğini vurgulamaktadır. Gıdanın kıvamı, bu özelliklerle birlikte değerlendirilerek ideal tüketici deneyimi sağlanabilir (Chen ve Stokes, 2012).

**Tablo 6:** Koku

	K1		K2		K3		K4	
	N	%	N	%	N	%	N	%
Hiç Beğenmedim	4	13,3	2	6,7	2	6,7	2	6,7
Beğenmedim	4	13,3	6	20,0	4	13,3	7	23,3
Orta derece beğendim	8	26,7	4	13,3	6	20,0	3	10,0
Beğendim	9	30,0	11	36,7	14	46,7	7	23,3
Çok beğendim	5	16,7	7	23,3	4	13,3	11	36,7

Tablo 6'daki farklı çikolatalı puding örneklerinde koku beğenisine yönelik katılımcıların geri bildirimlerini göstermektedir. Koku, gıdaların duyuşal kalitesini belirleyen ve tüketici kabulünü doğrudan etkileyen önemli bir faktördür. Tablodaki verilere göre, "Hiç Beğenmedim" ve "Beğenmedim" kategorilerinde katılımcıların %13,3 ila %23,3'ü kokuyu beğenmediğini belirtmiştir. Bununla birlikte, "Orta derece beğendim," "Beğendim" ve "Çok beğendim" kategorilerinde yer alan katılımcıların oranları, bazı örneklerde daha yüksektir. K3 örneğinde en çok beğenilen örnek iken, K1 ve K2 örnekleri kabul edilebilir düzeyde beğeni kazanmıştır.

**Tablo 7:** Genel Beğenirlik

K1	K2	K3	K4
----	----	----	----



	N	%	N	%	N	%	N	%
Hiç Beğenmedim	1	3,3	2	6,7	1	3,3	2	6,7
Beğenmedim	6	20,0	2	6,7	3	10,0	3	10,0
Orta derece beğendim	8	26,7	6	20,0	6	20,0	4	13,3
Beğendim	12	40,0	16	53,3	13	43,3	6	20,0
Çok beğendim	3	10,0	3	10,0	7	23,3	15	50,0

Çikolatalı puding analiz sonuçları, çikolata oranının artmasıyla genel beğeni oranlarının da arttığını göstermektedir. Bu durum, çikolatanın tat ve koku özelliklerinin tüketici tercihleri üzerinde olumlu bir etkiye sahip olduğunu ortaya koymaktadır. Özellikle K4 örneğinde %50'lik bir kesimin yüksek çikolata oranına sahip örneklerin katılımcılar tarafından daha fazla beğenildiği belirlenmiştir. Son yıllarda yapılan araştırmalar, tüketicilerin tat ve sağlık arasındaki ilişkiye dair algılarını da incelemiştir. Çoğu tüketici, tatlandırıcı yerine şekerle tatlandırılmış çikolataları tercih etmekte, hatta daha sağlıklı alternatifler sunulsa bile iyi tada sahip çikolataları tercih etmektedir (Del Prete ve Samoggia, 2020). Bu durum, tat ve koku özelliklerinin tüketici tercihinde belirleyici bir rol oynadığını göstermektedir.

## SONUÇ

Araştırma neticesinde elde edilen bulgulara göre keçiboynuzu unu ilavesi ile elde edilen puding örneklerinde viskozite ve renk oluşumlarında çikolata ve nişasta önemli düzeylerde olumsuz etkilememiştir. Yapılan duyu analizlerde %25, %50, %75 çikolata içeren formülasyonların genel beğeni oranı yüksektir fakat içeriğinde K1 örneğinde hiç çikolata bulunmayan pudinglerin beğeni oranı düşüktür. Puding örneklerin de (L, a ve b) renk değerlerinde ise çikolata ilavesiyle iç rengin artış gösterdiği belirlenmiştir. Viskozite analizinden elde edilen sonuçlara göre keçiboynuzu ununa nişasta ve çikolata ilavesinin puding örneklerinin kıvamı artırdığı, akışkanlığını azalttığı gözlemlenmiştir. Bu sonuçlar doğrultusunda keçiboynuzu unun %75 seviyesine kadar kullanılabileceği, sağlık açısından çikolata ve nişastanın %25 seviyesine kadar düşürülebileceği ifade edilebilir. Ayrıca, keçiboynuzu unu ile formüle edilmiş pudingler, gluten intoleransı olan bireyler için güvenli bir alternatif sunarken, düşük glisemik indeks ve yüksek lif içeriği ile kan şekeri dengesini korumak isteyen tüketicilere de hitap etmektedir. Bu formülasyonlar, beslenme ihtiyaçlarına daha geniş bir perspektifle yaklaşarak hem sağlıklı yaşam tarzlarını desteklemekte hem de fonksiyonel gıdalar açısından değerli bir seçenek oluşturmaktadır. Özellikle gastronomi dünyasında artan sağlıklı gıda taleplerine yanıt veren bu pudingler, inovatif yaklaşımların bir örneği olarak öne çıkmaktadır.

## KAYNAKÇA

Aguilar-Raymundo VG, Vélez-Ruiz JF. Nohut Unu ile Zenginleştirilmiş Bir Süt Tatlısının Fizikokimyasal ve Reolojik Özellikleri. *Gıdalar*. 2018; 7(2):25. <https://doi.org/10.3390/foods7020025>

Altıntaş, B. ve Karaca E.Z. (2022), YILMAZ, İ. (Ed.). *Menü Planlama ve Özel Menüler Kitabı*.ss.75-84. Akademisyen Kitabevi. Ankara

Anonim, "Gıdalarda kullanılan kimyasallar", (21.04.2013), <http://www.igdirsm.gov.tr/component/content/article/109-saglik/1213-hazrgdalarda-kullanlan-kimyasallar>, (2013).

Arslan, S. (2018). "Çikolatalı Ürünlerde Palm Yağlarının Viskozite Üzerindeki Etkileri". *Gıda Teknolojileri Dergisi*, 23(3), 45-53.

Aydın, E. (2012). *Çikolatalı Ürünlerin Reolojik Özellikleri ve Kalite Kontrolü*. Anadolu Üniversitesi Yayınları.

Brown, C. (2019). Psychological and Environmental Influences on Taste and Color Preferences. *Food Quality and Preference*, 73, 1-10.

Del Prete, M. ve Samoggia, A. (2020). Çikolata tüketimi ve satın alma davranışı incelemesi: Gelecekteki araştırmalar için araştırma sorunları ve içgörüler. *Sürdürülebilirlik*, 12 (14), 5586.

Demir, İ. (2014). *Gıda Reolojisi: Teori ve Uygulamalar*. İstanbul Üniversitesi Yayınları.

Erkan H (2004). Farklı tahıl unları kullanılarak üretilen tarhana örneklerinin kimyasal, fonksiyonel ve duyuşal özelliklerinin araştırılması. Doktora Tezi, Hacettepe Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Gıda Mühendisliği Anabilim Dalı, Ankara

Fidan H, Stankov S, Petkova N, Petkova Z, Iliev A, Stoyanova M, Ivanova T, Zhelyazkov N, Ibrahim S, Stoyanova A, Ercisli S. Evaluation of chemical composition, antioxidant potential and functional properties of carob (*Ceratonia siliqua* L.) seeds. *Journal Food Science Technology*, 2020;57,2404-2413.

Francis, F. J. (1998). Colour analyses, *Food Analysis* (SS Nielson, ed.).

Gürsel, A., 2001. Sütlü tatlılar, Süt Esaslı Ürünler, Ankara Üniversitesi Basımevi, Ankara, s:174-189.

Ipumbu, L., 2008. Composition analysis of locally cultivated carob (*Ceratonia siliqua*) cultivars and development of nutritional food products for a range of market sectors, PhD Thesis, The Department of Food Science, Stellenbosch University, Western Cape Winelands

Karabulut, A. (2017). "Çikolatalı Pudinglerin Reolojik Özellikleri ve Üretim Teknikleri". *Yemek Bilimleri Dergisi*, 19(1), 102-110.

Karaoğlu, H., ve Koca, N. (2019). Gıda Teknolojisinde Yenilikçi Yaklaşımlar. *Gıda Dergisi*, 34(4), 15-22.

Manav, H. M. (2011). *Fermente kremaların bazı özelliklerinin depolama süresince araştırılması* (Doctoral dissertation, Yüksek Lisans Tezi, Ankara Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Süt Teknolojisi Anabilim Dalı, 95s, Ankara).

Martinez-Levy AC, Moneta E, Rossi D, Trettel A, Peparario M, Saggia Civitelli E, Di Flumeri G, Cherubino P, Babiloni F, Sinesio F. Fizyolojik ve Açıkça Kendi Kendine Bildirilen Ölçümler Yoluyla Farklı Sakkaroz Konsantrasyonlarına Sahip Çikolatalı Pudingde Tat Tepkileri. *Gıdalar* . 2021; 10(7):1527. <https://doi.org/10.3390/foods10071527>

Muslu, M., ve Gökçay, G. F. (2021). Lezzet algısının oluşmasında çevresel ve genetik faktörlerin etkileri. *Batı Karadeniz Tıp Dergisi*, 5(1), 7-18.

- Nakilcioğlu-Taş E, Çakaloğlu B, Ötleş S. Farklı oranlarda keçiboynuzu unu içeren pestillerin bazı fiziksel, kimyasal ve duyuşal özelliklerinin belirlenmesi. *Türk Tarım – Gıda Bilim ve Teknoloji Dergisi*, 2018;6(8): 945-952.
- Omobuwajo TO, Busari OT, Osemwegie AA, 2000. Thermal agglomeration of chocolate drink powder. *Journal of Food Engineering*, 46(2): 73-81.
- Owen, R.W., Haubner, R., Hull, W.E., Erben, G., Spiegelhalder, B., Bartsch, H., 2003. Isolation and elucidation of the major individual polyphenols in carob fiber. *Food and Chemical Toxicology* 41:1727-1738.
- Özcan, M. M. (2018). Keçiboynuzu (*Ceratonia siliqua* L.): Gıda ve Sağlık Üzerine Etkileri. *Tarım ve Gıda Bilimleri Dergisi*, 33(1), 1-9.
- Pazır F, Alper Y, 2016. Keçiboynuzu meyvesi (*Ceratonia siliqua* L.) ve sağlık. *Akademik Gıda*, 14(3): 302-306.
- Pazır, F. ve Alper, Y. (2018). Keçiboynuzu fasulyesi (*Ceratonia siliqua* L.) ve ürünleri. *Anadolu Ege Tarımsal Araştırma Enstitüsü Dergisi*, 28 (1), 108-112.
- Rosa CS, Tessele K, Prestes RC, Silveira, M, Franco F, 2015. Effect of substituting of cocoa powder for carob flour in cakes made with soy and banana flours. *International Food Research Journal* 22(5): 2111-2118.
- Seczyk L, Swieca M, Gawlik-Dziki U. Effect of carob (*Ceratonia siliqua* L.) flour on the antioxidant potential, nutritional quality, and sensory characteristics of fortified durum wheat pasta. *Food Chemistry*, 2016;194:637-642.
- Smith, A., ve Jones, B. (2020). The Influence of Environmental Factors on Perception of Food Color. *Journal of Sensory Studies*, 35(3), 299-310.
- Smith, A., ve Jones, B. (2020). The Role of Texture in Consumer Acceptance of Dairy Products. *Journal of Sensory Studies*, 35(4), 450-462.
- Şahin, S., Yılmaz, M., ve Demir, C. (2021). Gıda Üretiminde Doğal Tatlandırıcıların Kullanımı. *Türk Gıda Teknolojisi Dergisi*, 44(3), 90-102.
- Yıldırım Z ve Ercan R (2004). Ekstrüzyon koşullarının farklı buğday unları kullanılarak üretilen tarhanaların çözünürlüğüne ve su absorpsiyonuna etkileri. *Tarım Bilimleri Dergisi* 10(4): 428-434
- Yıldız, H., ve Demir, H. (2020). Keçiboynuzu Ununun Gıda Ürünlerinde Kullanım Potansiyeli. *Gıda Bilimi ve Teknolojisi Dergisi*, 28(2), 78-85.
- Yılmaz, H. (2015). "Çikolata ve Kakao İçeren Ürünlerde Viskozite Değişkenleri". *Türk Gıda Bilimleri Dergisi*, 14(4), 75-82.
- Yousif EI, Gadallah MGE, Sorour A, 2012. Physico-chemical and rheological properties of modified corn starches and its effect on noodle quality. *Annals of Agricultural Science*, 57(1):19- 27.
- Yousif, A., ve Alghzawi, H. M., 2000: Processing and characterization of carob powder, *Food Chemistry*, 69, 283-287.



ISSN: 2651-2742  
2024- Cilt: 7 Sayı: 2  
Sayfa: 105-116.

Dergi Web Sitesi: <http://sita.cumhuriyet.edu.tr/tr/>

Gönderilme Tarihi: 12.07.2024

Kabul Tarihi:24.10.2024

Araştırma Makalesi (Research Article)

## KÜMELEME ANALİZİ İLE TURİZM VERİLERİNE GÖRE AKDENİZ ÜLKELERİNİN İNCELENMESİ

Examination of Mediterranean Countries According to Tourism Data with Cluster Analysis

Şebnem ZORLUTUNA \*   
Sivas Cumhuriyet Üniversitesi  
İ.İ.B.F.

### ÖZ

Turizm ekonomik anlamda, boş zaman ve tasarrufun nasıl kullanılabileceği ile ilgili ekonomik bir kararla başlayan ve yatırım, tüketim, istihdam, ihracat ve kamu gelirleri gibi ekonomik yönleri bulunan sosyo-ekonomik bir olaydır.

Turizm sektörü en hızlı büyüyen sektörlerin başında gelmektedir. Ülkelerin milli gelirlerinin önemli bir bileşeni turizm gelirleridir. Turizm faaliyetlerindeki artış, turizm gelirlerini doğrudan artırırken istihdamın artışına, ödemeler bilançosunda olumlu etkiye ve dış ticaret açığının kapatılmasına da katkı sağlamaktadır. Turizm sektörünün verimliliği bakımından turizmin ülke ekonomileri için önemini anlamak rekabetin yoğun ve ekonomik koşulların ağır olduğu küresel dünyada çok büyük öneme sahiptir.

Bu çalışmanın amacı dünya turizminde oldukça büyük bir paya sahip olan Akdeniz havzasındaki ülkelerin benzerliklerine göre sınıflandırılmasıdır. Akdeniz ülkeleri Türkiye'nin turizm alanındaki en güçlü rakipleridir. Yapılan birçok çalışma bu ülkelerin ekonomik büyümeleri ile turizm gelirlerinin pozitif ilişkili olduğunu göstermektedir. Bu bağlamda, Dünya Ekonomik Forumu tarafından hazırlanan, Seyahat ve Turizm Kalkınma Endeksi ve bazı önemli turizm göstergeleri kullanılarak Akdeniz ülkeleri k-ortalamar kümeleme analizi ile benzerliklerine göre sınıflandırılmıştır. Yapılan analizler sonucunda çalışmaya dahil edilen 18 Akdeniz ülkesi 2 kümede sınıflandırıldığında İtalya, Fransa ve İspanya 1.küme oluştururken, diğer Akdeniz ülkeleri (Türkiye, Yunanistan, Sırbistan, Hırvatistan, Karadağ, Slovenya, Makedonya, Bosna Hersek, Arnavutluk, Lübnan, Kıbrıs, Malta, Mısır, Tunus, Fas, Portekiz) 2. küme oluşturmuştur. Gelen turist sayısı bakımından Türkiye'nin 2. kümede yer

\* Sorumlu Yazar: szorlutuna@cumhuriyet.edu.tr

Önerilen Atıf: Zorlutuna Ş. (2024). Kümeleme Analizi İle Turizm Verilerine Göre Akdeniz Ülkelerinin İncelenmesi, Sivas İnterdisipliner Turizm Araştırmaları Dergisi, 7(2), 105-116.

alan ülkelerin ortalamasının çok üzerinde olmasına rağmen, turist başına düşen gelire bakıldığında 2. kümedeki ülkelerin ortalamasının da altına düşmektedir. Bu Türkiye'nin turizm açısından benzerlik gösterdiği 1. kümedeki ülkeler arasında yer alamamasının en önemli sebebi olarak görülmektedir. Ayrıca turizm sektöründeki istihdamın toplam istihdamdaki payının diğer Akdeniz ülkelerinin hemen hemen hepsinden düşük oranda olması da göze çarpan diğer önemli bir etkidir. Son olarak, Çevresel Sürdürülebilirlik, Sosyoekonomik Dayanıklılık ve Koşullar, Seyahat ve Turizm Talebi Baskısı ve Etkisini içeren alt endeks puanları da diğer ülkelere göre düşüktür ve yükseltmek için acil planlar yapılarak biran önce uygulamaya konulması gerekmektedir.

**Anahtar Kelimeler:** Turizm, Kümeleme Analizi, Akdeniz Ülkeleri.

#### **ABSTRACT**

In economic terms, tourism is a socio-economic phenomenon that starts with an economic decision on how to use leisure time and savings and has economic aspects such as investment, consumption, employment, exports and public revenues.

The tourism sector is one of the fastest growing sectors. Tourism revenues are an important component of the national income of countries. The increase in tourism activities directly increases tourism revenues and contributes to the increase in employment, positive impact on the balance of payments and closing the foreign trade deficit. Understanding the importance of tourism for national economies in terms of the productivity of the tourism sector is of great importance in a global world where competition is intense and economic conditions are severe.

The aim of this study is to classify the countries in the Mediterranean basin, which have a large share in world tourism, according to their similarities. Mediterranean countries are Turkey's strongest competitors in the field of tourism. Many studies show that the economic growth of these countries is positively correlated with their tourism revenues. In this context, using the Travel and Tourism Development Index prepared by the World Economic Forum and some important tourism indicators, Mediterranean countries were classified according to their similarities by k-means clustering analysis. As a result of the analysis, the 18 Mediterranean countries included in the study were classified into 2 clusters, with Italy, France and Spain forming the 1st cluster, while the other Mediterranean countries (Turkey, Greece, Serbia, Croatia, Montenegro, Slovenia, Macedonia, Bosnia and Herzegovina, Albania, Lebanon, Cyprus, Malta, Egypt, Tunisia, Morocco, Portugal) formed the 2nd cluster. Although Turkey is well above the average of the countries in cluster 2 in terms of the number of tourist arrivals, it falls below the average of the countries in cluster 2 in terms of income per tourist. This is seen as the most important reason why Turkey is not among the countries in cluster 1, with which it is similar in terms of tourism. In addition, the fact that the share of employment in the tourism sector in total employment is lower than almost all other Mediterranean countries is another important factor. Finally, the sub-index scores for Environmental Sustainability, Socioeconomic Resilience and Conditions, and Travel and Tourism Demand Pressure and Impact are also low compared to other countries, and urgent plans need to be made and implemented as soon as possible.

**Keywords:** Tourism, Cluster Analysis, Mediterranean Countries.

## 1. GİRİŞ

Turizm birbirini tamamlayan karmaşık birçok unsurun oluşturduğu holistik bir olgudur. Turizm konaklama ve seyahat sektörü arasında yürütülen faaliyetler gibi görünse de, çok yönlü ve çok sektörlü bütünsel faaliyetlerden oluşur.

Turizm endüstrisi birçok sektörü etkileyen bir endüstri olarak çoğu ülkenin en önemli gelir kaynağından biridir. Hatta bazı ülkelerin ekonomik gelirleri sadece turizm endüstrisine dayanmaktadır. Dünyada turizm endüstrisinde turist çeken ülkeler olarak ilk sıralarda Fransa, Amerika, İspanya, İtalya gibi ülkelerin yanında Türkiye de yer almaktadır. Fakat turizm gelirleri kapsamında ise Türkiye turist sayısı ile kıyaslanınca hak ettiği geliri sağlayamamaktadır. Türkiye konumu itibarıyla Akdeniz çanağında yer almasından dolayı bu çanakta yer alan Yunanistan, İtalya, İspanya gibi ülkelerle rekabet etmektedir. Akdeniz kültürü doğal ve kültürel miras bileşenlerinden oluşmaktadır. Çok sayıda dil, din ve kültürü barındırmaktadır. Akdeniz kültürü, Hıristiyan, Musevi ve Müslümanların birlikte yaşayarak oluşturduğu bir kültür topluluğudur (Hamamcıoğlu, 2003; Akın, Koç ve Seçilmişler, 2007; Apaydın Başa, 2012). Türkiye daha çok deniz-kum-güneş turizmi isteyen turistleri çekmektedir. Ayrıca bazı zamanlarda ortaya çıkan krizler nedeniyle hassas olan turizm endüstrisinde kırılmalar yaşanmaktadır. Siyasi kriz, terör gibi olaylar yaşanınca turistler Türkiye'yi tercih etmek yerine benzer ülkeleri tercih etme eğilimine girmektedir. Bundan dolayı turizm sektöründe doğru strateji ve politikalar geliştirmek için Türkiye'deki turizm gelişimine, yeni trendlere bakmak ve rakip ülkeler olan Akdeniz çanağı ülkelerinin verilerini analiz etmek önem kazanmaktadır (Bahar, 2021).

Bu bağlamda turizm potansiyeli yüksek olan Türkiye'nin Akdeniz ülkeleri arasındaki yerinin kümeleme analizi ile belirlenmesi yararlı olacaktır. Böylece Türkiye'nin turizm sektöründe daha fazla gelişmesi yönünde atılacak adımlar doğru bir şekilde belirlenecektir.

Bu amaçla çalışmada Dünya Ekonomik Forumu tarafından hazırlanan, Seyahat ve Turizm Kalkınma Endeksi ve bazı önemli turizm göstergeleri kullanılarak Akdeniz ülkeleri k-ortalamlar kümeleme analizi ile benzerliklerine göre sınıflandırılmıştır. Yapılan analizler sonucunda çalışmaya dahil edilen 18 Akdeniz ülkesi 2 kümede sınıflandırıldığında İtalya, Fransa ve İspanya 1.küme oluştururken, diğer Akdeniz ülkeleri (Türkiye, Yunanistan, Sırbistan, Hırvatistan, Karadağ, Slovenya, Makedonya, Bosna Hersek, Arnavutluk, Lübnan, Kıbrıs, Malta, Mısır, Tunus, Fas, Portekiz) 2. kümeyi oluşturmuştur.

## 2. LİTERATÜR

Ülkeleri turizm istatistikleri bakımından sınıflandıran ve inceleyen çalışmalardan bazıları şöyledir.

Kılıç vd. (2011), 2007 yılına ait veriler ile 9 değişkene göre 30 ülkeyi bulanık kümeleme yöntemi ile Turizm istatistikleri bakımından sınıflandırmışlardır. Yapılan çeşitli analizler sonucunda doğru sınıflandırılma oranı en yüksek küme sayısı 3 olarak belirlenmiştir. Analiz sonucuna göre, 1. küme Paraguay, Norveç, Macaristan, Şili, Slovakya; 2. küme Almanya, İtalya, Avusturya, Çin, Fransa, Polonya, Hollanda, ABD, Portekiz ve 3. küme ise Arabistan, Filipinler, Panama, Tunus, Jamaika, Mısır, Avustralya, Ürdün, Hırvatistan, Fas, Belarus, İsrail, Finlandiya, Türkiye, İspanya, Slovenya ülkelerinden oluşmaktadır.

Giray (2013), farklı kümeleme yöntemleri ile 159 ülkeyi uluslararası turizm istatistiklerine göre sınıflamıştır. Bulanık kümeleme analizi ile Türkiye'nin ABD, İngiltere, Almanya, Fransa, İtalya, İspanya, Avusturya, Çin, Malezya, Meksika, Rusya ve Ukrayna ile aynı kümede yer aldığı sonucuna ulaşmıştır. Klasik kümeleme analizi sonucunda ise bu kümeye Hong Kong da eklenmektedir.

Dünya Seyahat ve Turizm İndeksini kullanarak Akıncı ve Yüzbaşıoğlu'nun (2015) yaptıkları araştırmada, Türkiye'nin dünya turizmindeki payının önceki yıllara nispeten arttığı raporlanmıştır. Ancak elde edilen verilerin rakip ülkelerin daha hızlı büyüdüğünü gösterdiği de çalışmada belirtilmiştir.

Yüzbaşıoğlu vd. (2017) çalışmalarında, Akdeniz ülkeleri arasında İspanya, Fransa, İtalya, Türkiye, Yunanistan ve Mısır'ın seyahat endüstrisinin en önemli destinasyonları olduğu sonucuna ulaşmışlardır.

Berberoğlu (2020) çalışmasında Akdeniz ülkeleri içerisinde İtalya, Fransa, İspanya ve Türkiye'nin ele alınan değişkenler bakımından diğer ülkelerden ayrıştığını ifade etmektedir. Bu ülkelerin deniz, kum, güneş, tarihsel zenginlik bakımından Akdeniz Havzası'nda en çok turist çeken ülkeler olduğunu, fakat Türkiye'nin bu özelliklerini daha iyi tanıtması, bunun için gereken hedeflerin ve stratejilerin doğru belirlenerek ihtiyaç duyulan ekonomik kaynaklarında ayrılması gerektiğini ifade etmiştir. Çalışmada ülkenin ekonomik anlamda güçlü olmasının Turizme kaynak ayrılabilmesi için öncelikli şart olduğu belirtilmiştir.

Özaydın ve Çemrek (2020) araştırmalarında temel bileşenler analizi ve kümeleme analizi kullanarak Avrupa Birliği ülkeleri ve Türkiye'nin turizm sektöründeki sınıflamasını yapmışlardır. K-ortalamlar tekniği kullanılarak ve küme sayısı 2 alınarak yapılan Kümeleme Analizi sonuçlarına göre, Almanya, Fransa, İspanya, İngiltere ve Türkiye aynı kümede yer alırken, diğer Avrupa Birliği ülkeleri de diğer kümede yer almıştır. Küme sayısı 3 olarak alındığında, Fransa, İtalya, İspanya, İngiltere ve Türkiye aynı kümede, Almanya ayrı bir kümede, kalan 23 Avrupa Birliği ülkesi başka bir kümede yer almıştır. Küme sayısının 4 olması durumunda ise, Avusturya, Çekya, Yunanistan, Macaristan, Hollanda, Portekiz, Romanya ve İsveç aynı kümede, Almanya yine ayrı bir kümede, Fransa, İtalya, İspanya, İngiltere ve Türkiye aynı kümede, kalan 15 Avrupa Birliği ülkesinin ise diğer bir kümede yer aldığı görülmüştür.

Bahar (2021), Akdeniz çanağında yer alan Türkiye, İspanya, İtalya, Fransa ve Yunanistan'ın 2007-2017 verilerini inceleyerek değişim payı (shift-share) analizi ile bölgesel değişimleri analiz edip bu sektördeki eğilimleri ve nedenlerini araştırarak, stratejik rekabet avantajı sağlayacak faktörleri belirlemiş ve önerilerde bulunmuştur. Çalışmada Türkiye turizminin kriz yaşamaması için dünyada değişen dinamikleri iyi gözlemlemesi ve yeni kriz politikaları, stratejileri geliştirerek krize dirençli turizm çeşitlerinin yaygınlaştırılması önerilmiştir.

Gürler'in (2023), seyahat ve turizm sektöründe benzer ülkeleri sınıflandırmayı amaçladığı çalışmasında Türkiye, endeks puanına göre 61 ülke arasında 34, gelen turist sayısı bakımından ise 10.sırada yer almaktadır. Bu çalışmaya göre, Türkiye'nin en iyi olduğu unsur Hava Taşımacılığı Altyapısı, en kötü olduğu unsur ise Emniyet ve Güvenlik'tir.

### 3. YÖNTEM

#### 3.1. K-Ortalamlar Kümeleme Yöntemi

Kümeleme analizinde esas gaye, verileri benzerliklerine göre sınıflandırmak ve araştırma amacına en uygun şekilde bilgiyi özetlemektir (Tatlıdil, 2002).

Birimlerin benzerliklerine göre sınıflamasının yapılmasında farklı yöntemler söz konusudur. Bu yöntemlerin en temel özelliği, kümeler arasındaki farklılıklar ile kümeler içindeki benzerlikleri maksimum yapmasıdır. Kümeleme yöntemlerinden en sık kullanılanlar hiyerarşik ve hiyerarşik olmayan kümelemedir (Blashfield and Aldenferder, 1978).

Hiyerarşik (aşamalı) yöntemler ikiye ayrılır; Birleştirici Hiyerarşik Yöntemler ve Ayırıcı Hiyerarşik Yöntemler. Birleştirici Hiyerarşik Kümeleme Yönteminde başlangıçta tüm birimlerin ayrı ayrı birer küme olduğu, Ayırıcı Hiyerarşik Kümelemede ise önce tüm birimlerin tek küme olduğu kabulü vardır. Birleştirici Hiyerarşik Kümeleme yöntemi birimlerin birbirleri ile hangi aşamada ve hangi benzerlik seviyesinde ortak özellikler taşıyan kümeler oluşturduklarını göstermeleri bakımından daha yaygın kullanılır (Özdamar, 2002, s. 294).

Hiyerarşik olmayan kümeleme yöntemi, küme sayısına dair ön bilginin varlığı durumunda veya araştırma amacına uygun olarak küme sayısı belirlenmiş ise kullanılabilir (Çakmak vd., 2005). Hiyerarşik kümeleme yöntemlerinde olduğu gibi Hiyerarşik olmayan kümeleme yöntemleri de birimlerin k kümeye parçalanmasında, kümelere atanmasında ve küme merkezlerinin belirlenmesindeki farklılıklardan dolayı farklı isimle anılır. Yöntemlerden bazıları k değerini deneyerek belirlemeyi ve  $k=2,3,4,\dots,h$   $h < n$  olacak şekilde ardışık bir parçalanmayı önerir. Bazı yöntemlerde ise çekirdek noktalar seçilir, oluşacak kümelerin merkezi kabul edilir ve bu çekirdekler etrafında oluşacak kümelere birimlerin atanması önerilmektedir (Özdamar, 2002, s. 326). Pek çok Hiyerarşik olmayan kümeleme yöntemlerinin başında en çok olabilirlik ve k-ortalama yöntemi gelir.

#### 4. ANALİZ VE BULGULAR

Bu çalışmada, 18 Akdeniz ülkesine ait Dünya Ekonomik Forumu tarafından 2021'de hazırlanan, Seyahat ve Turizm Kalkınma Endeksi, bu endekse ait alt endeksler ve bazı önemli turizm göstergeleri kullanılmıştır. Bunlar;

---

TTDI (Turizm ve Seyahat Kalkınma Endeksi) puanı

Gelen turist sayısı (milyon)

Turizm geliri (milyon dolar)

TT (Turizm ve Seyahat) endüstrisi GSYİH'nın toplam GSYİH'daki payı (%)

TT endüstri istihdamının toplam istihdamdaki payı (%)

Yurtiçi ziyaretçilerin TT harcamaları içindeki oranı (%)

Kolaylaştırıcı ortam alt endeksi

Seyahat ve turizm politikası ve kolaylaştırıcı şartlar alt endeksi

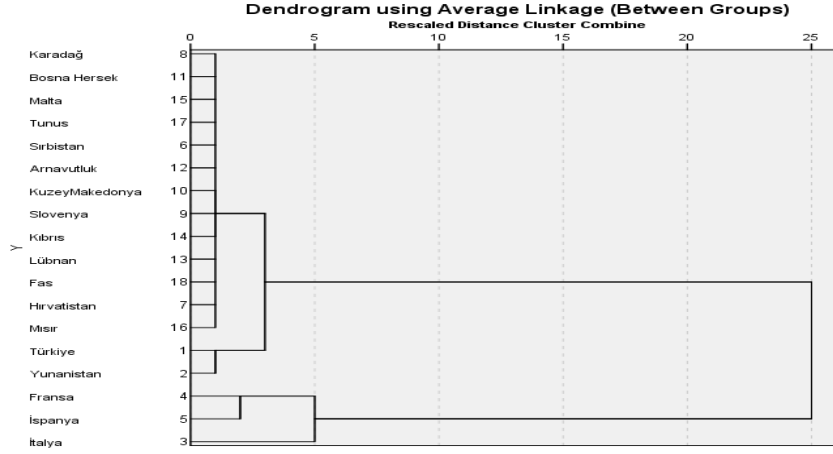
Alt yapı alt endeksi



Ziyaretçilerin seyahat ve turizm talepleri alt endeksi

Seyahat ve turizmin sürdürülebilirliği alt endeksi

Çalışmada öncelikle dendrograma bakılarak küme sayısı 2 olarak belirlenmiştir.



Şekil 1.Dendrogram

K- ortalamalar kümeleme analizi sonuçlarına göre, ülkelerin buldukları kümeler Tablo 1 'de verilmiştir. İtalya, Fransa ve İspanya 1.küme oluştururken, çalışmada ele alınan diğer Akdeniz ülkeleri ise 2. küme oluşturmaktadır.

Tablo 1. Ülkelerin Kümelere Dağılımı

Küme	İtalya, Fransa, İspanya
1	
Küme	Türkiye, Yunanistan, Sırbistan, Hırvatistan, Karadağ, Slovenya, Makedonya, Bosna Hersek, Arnavutluk, Lübnan, Kıbrıs, Malta, Mısır, Tunus, Fas, Portekiz
2	

Tablo 2 değişkenlerin kümelerdeki ortalamalarını ve Türkiye verilerini göstermektedir. Gelen turist sayısına bakıldığında Türkiye'nin 2. küme ortalamasının çok üzerinde olduğu görülmektedir. Ancak turist başına düşen gelire bakıldığında 2. kümedeki ülkelerin ortalamasının da altına düşmektedir.

Dünyada turizm endüstrisinde en çok turist çeken ülkeler arasında Türkiye de yer almakla birlikte turizm gelirleri kapsamında turist sayısı ile kıyaslanınca hak ettiği geliri sağlayamamaktadır (Bahar, 2021). Bu Türkiye'nin turizm açısından benzerlik gösterdiği 1. kümedeki ülkeler arasında yer alamamasının sebeplerinden biridir.

Seyahat ve Turizm Kalkınma Endeksine ve alt endekslere bakıldığında **kolaylaştırıcı ortam** ve **seyahat ve turizmin sürdürülebilirliği** alt endeksleri değişkenlerine göre Türkiye'nin diğer ülkelerin ortalamalarının altında kaldığı diğer endeks puanlarının ise bulunduğu küme ortalamalarından yüksek olduğu görülmektedir.

Tablo 2. Değişkenlerin Kümelerdeki Ortalamaları ve Türkiye Verileri

	Küme	Türkiye

Değişkenler	1	2	
TTDI puanı	5,1	4,0	4,2
Gelen turist sayısı (milyon)	28,6	3,1	15,9
Turizm geliri (milyon dolar)	23612,7	3301,6	10220
TT endüstrisi GSYİH'nın toplam GSYİH'daki payı (%)	2,4	2,4	1,7
TT endüstri istihdamının toplam istihdamdaki payı (%)	5,0	4,8	2,5
Yurtiçi ziyaretçilerin TT harcamaları içindeki oranı (%)	70,3	39,5	47,2
Kolaylaştırıcı ortam alt endeksi	5,3	4,8	4,6
Seyahat ve turizm politikası ve kolaylaştırıcı şartlar alt endeksi	4,6	4,4	4,6
Alt yapı alt endeksi	5,3	3,8	4,4
Ziyaretçilerin seyahat ve turizm talepleri alt endeksi	5,4	2,4	3,8
Seyahat ve turizmin sürdürülebilirliği alt endeksi	4,5	4,1	3,6

Değişkenlerin kümeler itibarıyla farklılık gösterip göstermediğini Tablo 3'ten görebiliriz. Seyahat ve turizm endüstrisinin GSYİH'nın toplam GSYİH'daki payı, Seyahat ve turizm endüstri istihdamının toplam istihdamdaki payı, Seyahat ve turizm politikası ve kolaylaştırıcı şartlar alt endeksi ve Seyahat ve turizmin sürdürülebilirliği alt endeksi değişkenlerinin kümeler itibarıyla istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermediğini söyleyebiliriz.

**Tablo 3. ANOVA Testi Sonuçları**

	Küme		Hata		F	p
	Ortalama Karesi	sd	Ortalama Karesi	sd		
TTDI puanı	2,841	1	,156	17	18,183	,001
Gelen turist sayısı (milyon)	1637,153	1	31,378	17	52,175	,000
Turizm geliri (milyon dolar)	1042203163,206	1	17584925,300	17	59,267	,000

TT endüstrisi GSYIH'nın toplam GSYIH'daki payı (%)	,002	1	1,185	17	,001	<b>,971</b>
TT endüstri istihdamının toplam istihdamdaki payı (%)	,091	1	5,324	17	,017	<b>,898</b>
Yurtiçi ziyaretçilerin TT harcamaları içindeki oranı (%)	2397,537	1	252,016	17	9,513	,007
Kolaylaştırıcı ortam alt endeksi	,696	1	,151	17	4,606	,047
Seyahat ve turizm politikası ve kolaylaştırıcı şartlar alt endeksi	,097	1	,123	17	,790	<b>,386</b>
Alt yapı alt endeksi	6,086	1	,494	17	12,330	,003
Ziyaretçilerin seyahat ve turizm talepleri alt endeksi	22,737	1	,475	17	47,837	,000
Seyahat ve turizmin sürdürülebilirliği alt endeksi	,502	1	,114	17	4,391	<b>,051</b>

Tablo 4, incelenen Akdeniz ülkelerinin verilerini göstermektedir. Bu ülkelerin diğer verilerini de Türkiye ile karşılaştırdığımızda daha önce de belirtildiği gibi gelen turist sayısı ve turizm gelirleri bakımından 1.kümede yer alan Fransa, İspanya ve İtalya'dan sonra Türkiye 4. ülke konumundadır. Buradaki sıkıntı kişi başı gelirin düşük olmasıdır.

Dünya geneline bakıldığında ülkelerin gelişmişlik düzeyleri ile hizmet sektöründe çalışan oranı arasında doğru orantı olduğu görülmektedir (Bahar, 2021). Tablo 4'te Türkiye'nin turizm sektöründeki istihdamın toplam istihdamdaki payının diğer Akdeniz ülkelerinin hemen hemen hepsinden düşük oranda olduğu görülmektedir. Bu bize Türkiye'de diğer sektörlerinin otomasyon makineleşmeyi halen tamamlamadığını ve Türkiye'de halen emek yoğun üretim yapıldığını göstermektedir.

Burada en dikkat çekici değişken seyahat ve turizmin sürdürülebilirliği alt endeks puanıdır. Bu endekste Türkiye, diğer tüm ülkelerin gerisinde yer almaktadır. Bu Türkiye'nin rekabetçi konumunu zayıflatmaktadır, bu konuda acil planlar oluşturulup uygulamaya konulmalıdır. Bu alt endeks Çevresel Sürdürülebilirlik, Sosyoekonomik Dayanıklılık ve Koşullar, Seyahat ve Turizm Talebi Baskısı ve Etkisini içerir (WEF, 2022).

Bu alt endeksin içerdiği unsurlar incelenecek olursa;

**Çevresel Sürdürülebilirlik:** Bir ekonominin doğal çevresinin genel sürdürülebilirliğini, doğal kaynaklarının korunmasını ve iklim değişikliğine karşı kırılganlığını ve hazırlığını ölçer. Su

sıkıntısı, deniz ve hava kirliliği, orman örtüsünün kaybı ve türlerin yok olma riskinin derecesi, bir ülkenin çevresinin durumu hakkında fikir verir. Ayrıca, kamu ve özel sektörün çevreyi ve milli parkları koruması ve uluslararası çevre anlaşmalarının onaylanması, hükümetin ve özel sektörün doğaya dayalı Seyahat ve Turizm'i oluşturan doğal varlıkları ne ölçüde koruduğunu göstermektedir. Son olarak, sera gazı emisyonlar, yenilenebilir enerji kullanımı, yeşil altyapıya yatırımı ve hava olaylarına maruz kalma ile ilgili ölçütler, bir ülkenin Seyahat ve Turizm sektörünün karşı karşıya olduğu en büyük uzun vadeli tehditlerden biri olan iklim değişikliğine ne kadar açık, hazır ve istekli olduğunu anlamak açısından önemlidir.

**Sosyoekonomik Dayanıklılık ve Koşullar:** Bir ekonominin sosyoekonomik refahını ve dayanıklılığını ortaya koymaktadır.

Çocuk ve annelik desteği, işsizlik ve engellilik yardımları gibi sosyal koruma hizmetlerine yatırım yapılması ve bu hizmetlerin kapsamının genişletilmesi de işgücü piyasasının ekonomik gerileme ve diğer şoklar karşısında daha dirençli hale getirilmesinde kilit öneme sahiptir.

Ayrıca, yoksulluk oranlarıyla ölçülen temel kaynaklara erişimle birlikte, yukarıdaki tüm faktörler Seyahat ve Turizm sektöründeki yatırımı etkileyen daha geniş sosyal ve ekonomik istikrarda rol oynamaktadır.

**Seyahat ve Turizm Talebi Baskısı ve Etkisi:** Seyahat ve Turizmin kalitesi ve etkisinin yanı sıra aşırı kalabalık ve talep dalgalanmasının varlığına veya bunlarla ilgili risklere işaret edebilecek faktörleri ölçer.

Yönetilemeyen turizm gelişimi, destinasyonların kapasitelerinin üzerinde çalışmasına, aşırı kalabalığa, doğal ve kültürel kaynakların zarar görmesine, altyapının zorlanmasına, konut fiyatlarının artmasına ve yerel halk için genel olarak yaşanabilirliğin azalmasına yol açabilir.

Ele alınmadığı takdirde, bu tür sorunlar bölge sakinlerinin turizme karşı tepki göstermesine, ziyaretçi memnuniyetinin azalmasına ve genel destinasyon çekiciliğinin düşmesine yol açarak Seyahat ve Turizmin gelişimini olumsuz yönde etkileyebilir.

**Tablo 4. Ülkelerin Değişkenler Bakımından Karşılaştırılması**

Ülkeler	TTDI puanı	Celen turist sayısı (milyon)	Turizm geliri (milyon dolar)	TT endüstrisi GSYİH'nin toplam payı (%)	TT endüstri istihdamının toplam payı (%)	Yurtiçi ziyaretçilerin TT harcamaları içindeki oranı (%)	Kolaylaştırıcı ortam alt endeksi	Seyahat ve turizm politikası ve kolaylaştırıcı şartlar alt endeksi	Alt yapı alt endeksi	Ziyaretçilerin seyahat ve turizm talepleri alt endeksi	Seyahat ve turizmin sürdürülebilirliği alt endeksi
Türkiye	4,2	15,9	10220,0	1,7	2,5	47,2	4,6	4,6	4,4	3,8	3,6
Yunanistan	4,5	7,4	4932,9	3,0	6,4	54,4	5,1	4,8	4,7	3,1	4,2
İtalya	4,9	25,2	19796,6	3,0	6,6	80,6	5,1	4,5	5,1	5,2	4,5
Fransa	5,1	41,7	32564,1	2,0	4,2	67,1	5,5	4,5	5,4	5,5	4,6

## Kümeleme Analizi İle Turizm Verilerine Göre Akdeniz Ülkelerinin İncelenmesi

İspanya	5,2	18,9	18477,4	2,2	4,3	63,2	5,3	4,9	5,5	5,5	4,5
Sırbistan	3,8	0,4	1248,7	1,0	1,6	34,7	4,9	4,2	3,5	1,8	4,0
Hırvatistan	4,2	5,5	5568,9	4,5	8,9	15,9	4,9	4,4	4,5	2,7	4,1
Karadağ	3,9	0,4	165,0	2,5	7,0	27,4	4,8	4,3	3,9	1,5	4,2
Slovenya	4,3	1,2	1370,5	2,7	4,8	58,1	5,2	4,8	4,0	2,2	4,6
Makedonya	3,5	,1	252,1	1,2	1,9	47,1	4,4	4,0	3,0	1,7	3,7
Bosna Hersek	3,4	,2	349,5	1,3	2,7	52,0	4,3	3,8	2,8	1,7	3,7
Arnavutluk	3,8	2,6	1128,8	4,5	6,8	24,9	4,7	4,3	3,2	1,8	4,2
Lübnan	3,4	,4	8593,3	1,2	4,4	26,7	4,1	3,8	2,8	2,1	3,7
Kıbrıs	4,4	,6	658,3	1,1	3,8	19,4	5,3	4,9	4,4	2,2	4,6
Malta	4,3	,7	416,7	1,6	8,4	16,2	5,3	4,9	4,4	1,9	4,6
Mısır	4,2	3,6	4397,6	2,5	3,8	65,2	4,7	4,8	3,6	3,1	4,2
Tunus	3,6	2,0	839,5	3,2	3,0	63,2	4,3	4,4	2,9	2,3	3,7
Fas	3,8	2,8	3829,1	2,8	3,5	38,4	4,4	4,4	3,3	2,7	3,8

### 5. SONUÇ ve ÖNERİLER

Akdeniz Havzası Dünyada turistik açıdan büyük cazibesi olan bir bölgedir. Akdeniz mozağını oluşturan ülkeler, jeopolitik, etnik, dinsel ve kültürel açıdan farklı ve benzer özellikler göstermektedir (Apostolopoulos, Loukissas ve Leontidou, 2000; Bozok ve Köroğlu, 2007). Türkiye Akdeniz'deki geniş kıyı şeridiyle Akdenizde turizm açısından önemli bir konuma sahiptir.

Bu araştırmada, Akdeniz Havzası'nda yer alan 23 Akdeniz ülkesinden 18'i ele alınmıştır. Bu ülkeler Dünya Ekonomik Forumu'nun yayınladığı Seyahat ve Turizm Kalkınma (2022) Raporlarındaki verilere ve bazı turizm istatistiklerine göre sınıflandırılmış ve bu sınıflandırma sonucunda Türkiye'nin durumu belirlenmiştir.

Yapılan analizler sonucunda çalışmaya dahil edilen 18 Akdeniz ülkesi 2 kümede sınıflandırılmış İtalya, Fransa ve İspanya 1. kümeyi oluştururken, Türkiye ve diğer Akdeniz ülkeleri (Yunanistan, Sırbistan, Hırvatistan, Karadağ, Slovenya, Makedonya, Bosna Hersek, Arnavutluk, Lübnan, Kıbrıs, Malta, Mısır, Tunus, Fas, Portekiz) 2. kümeyi oluşturmuştur.

Gelen turist sayısı bakımından Türkiye'nin 2.kümede yer alan ülkelerin ortalamasının çok üzerinde olduğu görülmektedir. Ancak turist başına düşen gelire bakıldığında 2. kümedeki ülkelerin ortalamasının da altına düşmektedir. Bu Türkiye'nin turizm açısından benzerlik gösterdiği 1.kümedeki ülkeler arasında yer alamamasının sebeplerinden biridir.

Türkiye'de turizm sektöründeki istihdamın toplam istihdamdaki payının diğer Akdeniz ülkelerinin hemen hemen hepsinden düşük oranda olduğu görülmektedir.

Seyahat ve Turizm Kalkınma Endeksine ve alt endekslere bakıldığında sadece kolaylaştırıcı ortam ve seyahat ve turizmin sürdürülebilirliği alt endeksleri değişkenlerine göre Türkiye'nin diğer ülkelerin ortalamalarının altında kaldığı diğer endeks puanlarının ise bulunduğu küme ortalamasından yüksek olduğu görülmektedir. Burada en dikkat çekici olan Türkiye'nin seyahat ve turizmin sürdürülebilirliği alt endeks puanının tüm diğer ülkelerden düşük olmasıdır. Çevresel Sürdürülebilirlik, Sosyoekonomik Dayanıklılık ve Koşullar, Seyahat ve Turizm Talebi Baskısı ve Etkisini içeren bu alt endeks puanımızı yükseltmek için acil planlar yapılarak biran önce uygulamaya konulması gerekir.

Turizme ne kadar önem verilse de insan kaynaklı bir sektör olmasından dolayı kırılgan ve hassas yapıya sahip bir sektördür. Yaşanan ekonomik ve politik krizler, politik istikrarsızlık, terörün varlığı, başka ülkelerin iç olayları ve salgınlar turizm sektörü üzerinde hemen etkisini göstermektedir. Bu gibi durumlarda turistler Türkiye'yi tercih etmek yerine benzer ülkeleri tercih etme eğilimine girmektedir. Turistlerin eğilimleri de turizmi etkileyen ve turist kaybına sebep olan bir faktördür. Zamanla turistlerin istek, eğilim ve konaklama şekil ve süreleri farklılık gösterebilmektedir.

Ülkeler ekonomilerine sağladığı yüksek miktarlarda getiriden dolayı, turizm sektörüne ciddi yatırımlar yapmaktadır. Bu yatırımların geri dönüşü için, sektörün dünya turizminde ortaya çıkan gelişmeleri, yenilikleri, toplumsal farklılaşmaları, değişen tüketim anlayışlarını, tatil türü tercihlerini, insanın teknoloji ve doğa arasındaki etkileşimini yakından izlemesi, gelişmeler ışığında kendini yenilemesi sürdürülebilirliğinin temel koşuludur. Bu sebeple turizm dinamiklerinin sürekli incelenerek bu alanda politika ve stratejilerin geliştirilmesi gereklidir.

## 6. KAYNAKÇA

Apostolopoulos, Y., Loukissas, P. and Leontidou, L. (2000). Tourism, development, and change in Mediterranean. Apostolopoulos, Y., Loukissas, P. & Leontidou, L. (Eds.) içinde Mediterranean Tourism: Facets of Socioeconomics Development and Cultural Change. (s. 3-14) London: Routledge.

Bahar, M. (2021). Türkiye'nin Turizm Gelişimi ve Eğilimler. Nevşehir: Kapadokya Üniversitesi Yayınları.

Berberoğlu, B. (2020) Akdeniz Ülkeleri'nde Turizmin Ekonomiye Katkısı ve Türkiye'nin Konumu. Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi, 4(2) 200-221.

Blashfield, R.K. ve Aldenferder, M.S. (1978). The Literature on Cluster Analysis. Multivariate Behavioral Research,13, 271-295.

Bozok, D., ve Köroğlu, A. (2007). Akdeniz ülkelerine yönelik uluslararası turizm hareketleri. Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi, Sayı:1, 146-157

Çakmak, Z., Uzgören, N. ve Keçek, G. (2005). Kümeleme analizi teknikleri ile illerin kültürel yapılarına göre sınıflandırılması ve değişimlerinin incelenmesi, Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, (12), 15-36.

Giray, S. (2013, September). Ülkelerin turizm istatistikleri bakımından farklı kümeleme analizi metodları ile sınıflandırılması ve Türkiye'nin bu oluşumdaki yeri. In International Conference on Eurasian Economies (pp. 695-704).

Gürler, C. (2023). Ülkelerin Turizm Potansiyellerine Göre K-Ortalamalar Yöntemi Kullanılarak Kümelmesi. MANAS Sosyal Araştırmalar Dergisi, 12(1), 353-363.

Kılıç, İ., Emir, O., & Kılıç, G. (2011). Bulanık kümeleme analizi ile ülkelerin turizm istatistikleri bakımından sınıflandırılması. *İstatistikçiler Dergisi: İstatistik ve Aktüerya*, 4(1), 31-38.

Kozak, N. (2001). Genel Turizm: İlkeler-Kavramlar. Detay yayıncılık.

Özaydın, Ö. ve Çemrek, F. (2020). Avrupa Birliği Üyesi Ülkeler ve Türkiye'nin Turizm Göstergeleri Açısından Çok Değişkenli İstatistiksel Tekniklerle İncelenmesi, 3(2), 270-283. DOI: 10.33083/joghat.2020.49

Özdamar, K. (2002). Paket programlar ile istatistiksel veri analizi. Kaan Yayınları, 4. Baskı, Eskişehir.

Tatlıdil, H. (2002). Uygulamalı çok değişkenli istatistiksel analiz. Ankara: Akademi Matbaası.

Yüzbaşıoğlu, N. ve Akıncı, Z. (2015). "Türkiye Dünya Turizm Sektörü İçerisinde Bir Belirleyici mi Yoksa Bir Taşıyıcı mı". *Finans Politik ve Ekonomik Yorumlar*, 52: 45-61.

Yüzbaşıoğlu, N., Çelik, P. ve Topsakal, Y. (2017). Dünya Seyahat Turizm Rekabetçilik Raporuna Göre Akdeniz Ülkelerinin Turizm Rekabetçiliğinin İncelenmesi. II. Uluslararası Stratejik Araştırmalar Kongresi, 28 Eylül – 1 Ekim 2017, Antalya, ss. 174-188.

WEF, Travel & Tourism Development Index 2021: Rebuilding for a Sustainable and Resilient Future In Sight Report, May 2022.



ISSN: 2651-2742  
2024- Cilt: 7 Sayı: 2  
Sayfa: 117-136.

Dergi Web Sitesi: <http://sita.cumhuriyet.edu.tr/tr/>

Gönderilme Tarihi: 25.09.2024

Kabul Tarihi: 17.12.2024

Araştırma Makalesi (Research Article)

## MEDİKAL TURİZM HAREKETLİLİĞİNDE KÜLTÜREL YAKINLIĞA YÖNELİK KAVRAMSAL BİR ÇALIŞMA

A Conceptual Study on Cultural Proximity in Medical Tourism Mobility

Gülden POLAT \* 

Sivas Cumhuriyet Üniversitesi  
Cumhuriyet Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu

### Öz

Turizm seyahatlerine farklı bir ivme kazandırarak sağlık ve turizm hizmetlerini bir arada buluşturan medikal turizm, 1900'li yıllardan günümüze dünya çapında artan bir ilgiye sahiptir. Ekonomik getirisinin yüksek olması hem ülke yöneticilerinin ilgisini hem de şirketlerin ilgisini medikal turizm pazarına çekmektedir. Gittikçe popülerleşen bu turizm türünde medikal turistlere ilişkin bilinmeyen özellik ve yönlerin fazlalığı araştırmacıların dikkatini bu alana kaydırmaktadır. Destinasyon seçim aşamasında medikal turistleri motive eden çok sayıda faktör mevcuttur. Bu çalışmada, uluslararası medikal turistleri motive eden temel faktörler ile bu faktörler arasında yer alan kültürel yakınlığın önemini belirlemek ve kültürel yakınlık alt faktörlerine ilişkin içeriklerin ortaya konulması amaçlanmıştır. Kavramsal olarak gerçekleştirilen bu araştırmanın sonuçlarına göre, kültürel yakınlığın medikal turizm seyahatlerinin önemli bir şekillendiricisi olduğu belirlenmiştir. Ek olarak, kültürel yakınlık faktörleri arasından dil ve diasporanın bu turizm türüne ilişkin destinasyon seçiminde oldukça belirleyici bir etkiye sahip olduğu ancak akraba/arkadaş varlığı, yiyecek-içecek, tarihsel bağlar ve din ile medikal turizm ilişkisinin yeterince ele alınmadığı belirlenmiştir.

**Anahtar Kelimeler:** Medikal turizm, kültürel yakınlık, dil aşinalığı, diasporik medikal turizm

### Abstract

Medical tourism, which brings together health and tourism services by giving a different momentum to tourism travels, has had an increasing interest worldwide since the 1900s. Its high economic return attracts the attention of country managers and companies to the medical tourism market. In this increasingly popular type of tourism, the abundance of unknown

\* Sorumlu Yazar: [gpolat@cumhuriyet.edu.tr](mailto:gpolat@cumhuriyet.edu.tr)

Önerilen Atıf: Polat G. (2024). Medikal Turizm Hareketliliğinde Kültürel Yakınlığa Yönelik Kavramsal Bir Çalışma, Sivas İnterdisipliner Turizm Araştırmaları Dergisi, 7(2), 117-136.



characteristics and aspects of medical tourists is shifting researchers' attention to this area. There are many factors that motivate medical tourists during the destination selection phase. This study aims to determine the main factors that motivate international medical tourists, the importance of cultural proximity among these factors, and to reveal the contents of the sub-factors of cultural proximity. According to the this conceptual research results, it has been determined that cultural proximity is an important shaper of medical tourism travels. In addition, it has been determined that among the cultural proximity factors, language and diaspora have a significant effect on the choice of destination for medical tourism, but the relationships between the presence of relatives & friends, food & beverages, historical ties, religion and medical tourism have not been addressed sufficiently.

**Key Words:** Medical tourism, cultural proximity, language familiarity, diasporic medical tourism

## 1. GİRİŞ

Ülke dışı seyahatlerinde turistlerin önem verdiği konuların başında kültür gelmektedir (Heung, Kucukusta & Song, 2010). Kültürün, uluslararası medikal seyahatlerde önemli bir şekillendirici olduğu birçok araştırmacı tarafından kabul edilmektedir (Glinos, Baeten, Helble & Maarse, 2010; Jagyasi, 2010; Liu & Chen, 2013). Turizm ve sağlık gibi iki önemli hizmet kolunun bir çatı altında bulunduğu medikal turizme sağlık boyutundan yaklaşıldığında tıbbi hizmetlerde kültürü anlamak; sağlayıcıların hastaların kültürel inançlarını ve davranışlarını anlamalarını, hastaların da sağlayıcı ülkelerin kültür ve davranışlarını anlamalarını gerektiren iki yönlü bir süreçtir (Jagyasi, 2010). Öncelikli olarak sağlık hizmetlerinden faydalanan, turizm ürünlerine de talep gösteren uluslararası hastalar olarak nitelendirilen medikal turistlerin bilhassa evlerinden çok uzak olmayan bölgeleri tercih etmelerinde kültür ve coğrafi yakınlık önemli rol oynayabildiği gibi (Connell, 2013; Falk & Prinsen, 2016; Pollard, 2012) dil ve yemek gibi kültürel benzerlikler nedeniyle mesafeler bazen çok da uzak görünmeyebilir. Medikal turistler sadece tıbbi bakım alma konusunda değil yolculuklarında da güvende olduklarını bilmek isterler (Falk & Prinsen, 2016), bu sebeple özellikle çeşitli açılardan kendilerine yakın buldukları bölgeleri tercih etme eğilimindedirler. Bu bağlamda, kültürel yakınlık medikal turistlerin karar verme süreçlerinde etkili olan önemli bir kriterdir. Bu kriterin diğer medikal turizm motivasyonları içerisinde nasıl bir öneme sahip olduğunun belirlenmesi ve kültürel yakınlık alt faktörleri ile medikal turizm ilişkisinin ortaya konulması gerekmektedir.

Kültürel yakınlık teorisi; benzer kültürlere sahip ülkelerin, belirli faaliyet veya davranışlara birlikte katılma olasılıklarının daha yüksek olduğunu öne sürmektedir (SCISPACE, 2024). Xu & Jiang (2010), kültürel yakınlığı; ev sahibi ülke ile tüketicinin kendi ülkesi arasındaki kültürel geçmişin benzerliği olarak tanımlamıştır. Geleneksel uygulamalar, dil, din, yiyecek ve içecekler, alışkanlıklar, tarihsel bağlar kültürel yakınlığı oluşturan faktörlerdir (Pollard, 2012). Kavram, özellikle uluslararası dağıtım yönetimi alanında önemlidir; çünkü müşteriler her zaman hizmet sağlayıcılarını kendi aşinalıklarına göre karşılaştırma eğilimindedirler (Hofstede, 1980). Müşterilerin kültürel yakınlık algıladıkları tesis sağlayıcılarını seçme olasılıkları yüksektir (Connell, 2006; 2013). Kültürel sebeplerle kendilerini daha rahat ve güvende hissettikleri için medikal turizm destinasyonu olarak Çinliler Tayvan'ı, Amerikalılar Meksika'yı, İngilizler Hindistan'ı tercih ederler (Liu & Chen, 2013).

Medikal turizm araştırmalarının birçoğu göstermektedir ki fiyat faktörü genel olarak medikal turizm tercihlerindeki en önemli belirleyicidir (Bookman & Bookman, 2007; Polat, 2021). Bu noktada; kişisel gelir, gelecekteki fiyatlara ilişkin beklentiler, sağlık hizmetlerinin

bulunabilirliği gibi hususlar medikal turistlerce değerlendirmeye alınır. Fiyat olgusunu sırasıyla kültürel yakınlık, coğrafi uzaklık, tıbbi uzmanlık ve ün izler. Bookman & Bookman (2007)'nın bu sıralamasına göre ikinci karar verme kriteri olarak turistlerin kültürel yakınlığı dikkate aldığı açıktır.

Küresel rekabet, müşteri tabanını artırmak isteyen ülkeleri rakiplerinden farklılaştıracak yeni ürünler yaratmaya yönlendirmektedir. Bu nedenle sektörde yer almak isteyen destinasyonlar her gün yeni bir konseptle ortaya çıkmaktadır. Bu konseptlerden bazıları sağlık turizmi bileşenlerini farklı turizm türleriyle bütünleştirirken, bazıları da yeni uygulamalar ekleyerek çekiciliği artırmayı ummaktadır (Polat & Öztürk, 2021). Medikal turizm kararlarında kültürel yakınlığın önemli bir belirleyici olması sebebiyle yakınlığın tahsis edilemediği durumlarda sağlık hizmeti sağlayıcıları, müşterileri için bu tür uygulamaları kendileri tasarlayabilmektedir. Kültürel değerlere önem veren Taylandlı Bumrungrad Hastanesi, Orta Doğulu hastalarının kendilerini güvende ve rahat hissetmeleri için Arapça tercümanlarının çalıştığı, dini açıdan uygun yiyecek-içeceklerin servis edildiği, dini gerekliliklerin yerine getirilebileceği hizmet alanlarını müşterilerine sunmaktadır. Tayland gibi Bangkoklu Uluslararası Tıp Merkezi de kültürlerine özgü yiyecek-içecek hizmeti ve dinsel uygulamalar için gerekli imkânları Japon hastalarına sunmaktadır (Bookman & Bookman, 2007).

İlgili alanyazın sağlık hizmetlerinden yararlanma sürecinde kültürel ve özellikle de dilsel benzerliğin önemine dikkat çekmektedir. Bu uyum gerçekleşmediği takdirde destinasyon tercihi bireylerin ulusötesi bakım hizmeti, alternatif tıp, uzman doktor arayışlarıyla ana vatanlarında sonuçlanabilmektedir (Lee, Kearns & Friesen, 2010; Migge & Gilmartin, 2011). Ana vatan alternatifini dışında başka bir ülkeyi tercih edecek medikal turistler açısından farklı bir ülkeye gitmek, kendisine yabancı hissettiği ortamda hayati risk teşkil edebilecek tedavileri aldığı düşünüldüğünde güven faktörünün önemi daha da öne çıkmaktadır (Sevim, 2019). Bu sebeple; dilini bildiği, rahatça hareket edebildiği, dinini özgürce yaşayabildiği, beslenme açısından sorun yaşamadığı ortam medikal turistin kültürel yakınlık duygusuna sahip olmasıyla gerçekleşecektir. Bu çalışmada, medikal turistlerin karar verme süreçlerinde etkili olan faktörler ve bu faktörlerden biri olan kültürel yakınlığın medikal turist davranışına etkisi araştırılmıştır. Bu çalışma ile medikal turizm ve kültürel yakınlık ilişkisine yönelik içeriğin kavramsal olarak ortaya konulması hedeflenmiştir.

## 2. BAŞLICA MEDİKAL TURİST MOTİVASYONLARI

Tedavi amaçlı gerçekleştirilen seyahatlerin geçmişi uzun yıllar öncesine dayanmaktadır. Az gelişmiş ya da gelişmekte olan ülkelere zengin sınıfın, gelişmiş ülkelerin nitelikli sağlık tesislerine yaptığı seyahatler 20. yüzyılın sonlarına gelindiğinde devam etmekle beraber gelişmiş ülkelere diğerlerine olacak şekilde tam tersi yönde bir rota seyretmiştir. Binlerce hasta ile ifade edilen bu ikinci rotadaki hareketlilik medikal uygulamalara ilaveten turizm endüstrisi ürünlerini kapsamına alarak çok daha geniş çaplı bir tüketim olayına öncülük etmiştir. Bu tasavvurda sadece medikal hizmet almak için başka bir yere gerçekleştirilen seyahatlere medikal seyahat, sağlık hizmetinin yanı sıra turizm hizmetinin alındığı seyahatlere ise medikal turizm denilmiştir. Kavramı ele alan yazarlar medikal turizmin uluslararası ve genellikle komşu ülkelere ya da diasporik ülkelere gerçekleştiğinden bahsetmiştir (Connell, 2013; 2016). Kimi yazarlar da seyahatlerin cinsiyet değiştirme operasyonlarında olduğu gibi uzak ülkelere (Voigt ve ark., 2010) yöneldiğini öne sürmüştür.

Başka bir ülkeden sağlık hizmeti almak için seyahat etme eylemine medikal turizm kavramının dışında alanyazında farklı anlatım biçimleri kullanıldığı görülmüştür. Bir tür

yersiz yurtsuzların sağlık arayışı olarak ifade edilen 'tıbbi göçebelik' (Lunt, 2020); yasaklanan prosedürlerden dolayı üreme teknolojisi seyahatleri için 'sürgün' (Inhorn, 2011); ülkedeki sorunlu sağlık sisteminden kaçan medikal seyahatçiler için ise 'mülteci' (Milstein & Smith, 2006) terimi kullanılmıştır. Nielsen ve arkadaşları (2012), göçmenleri içeren hasta hareketliliğini karakterize etmek için 'sınır ötesi sağlık hizmetleri' terimini kullanmışlardır. Benzer şekilde Ormond & Lunt (2019)'un çalışmasında; ulusötesi tıbbi seyahat, tıbbi göç, tıbbi sürgün, uluslararası sağlık tüketimi, ulusötesi hasta hareketliliği, biyomedikal hac gibi terimlerin geçtiğine rastlanılmıştır. Glinos ve arkadaşları (2010), 'medikal turizm' terimi yerine sınır ötesi hasta hareketliliğini kullanmayı tercih etmiş ve bu hareketliliğin asıl sebebinin tedavi olduğuna dikkat çekmişlerdir. Dolayısıyla, yazarlar tedavi amacıyla seyahat etmeyen, destinasyonda bulunduğu esnada sağlık kuruluşlarına başvuran turistlere, göçmenlere ve mültecilere araştırmalarında yer vermemişlerdir.

Whittaker, Leng & Hong (2017)'a göre tıbbi bakım için seyahat etmek, var olan ulusötesi ve bölge içi bağlantıların bir uzantısıdır. Bu noktada 'çıkış'; hastanın konumuna bağlı olarak acil bir çıkış, bir güvenlik önlemi, zenginlerin yararlandığı bir ayrıcalık, ayrımcılıktan kaçma, tanıdıklık ve güvenceden doğan alışkanlık gibi çeşitli anlamlara gelebilir. Bu bağlamda; seyahat etmek sadece bir 'çıkış' değil aynı zamanda bölge içi bakım arayan hastalar için kültürel yakınlıklar, aşinalık, sosyal ağlar ve tarihsel bağlar anlamlarına gelebilir.

Medikal turizm kavramına ilişkin belirsizlikler mevcut olsa da ülkelerin bu pazardan olabildiğince faydalanmak için geliştirdiği stratejiler gün be gün artış göstermektedir. Bu noktada; medikal turistlerin ihtiyaç ve isteklerini anlamak, pazarda söz sahibi olmak isteyen ülkeler için önem arz etmektedir. Medikal turistler; cinsiyeti, yaşı, gelir düzeyi, çeşitli talep ve kültürel özellikleri ile karma bir kitleyi betimlerler ve bu yüzden onları kategorilere sokmak oldukça zordur. Tedavi olmak amacıyla varış yeri seçimini belirlemek tek ortak özellikleridir (Bookman & Bookman, 2007). Öncelikli olarak tedavi arayışında olan bu kitlenin motivasyonları birbirinden oldukça farklılık gösterebilir. Kozmetik cerrahi için seyahat eden bir hasta, ülkesinden uzakta başka bir ülkenin bilinmeyenlerinden zevk alabilirken, göçmenler dil ya da tedavi türü açısından kendilerini daha rahat hissedebilecekleri ana vatanlarını tercih edebilmektedirler (Lunt ve ark., 2014). Buradan hareketle, kültürel yakınlığın göçmenlerin karar verme süreçlerinde önemli bir faktör olduğu ifade edilebilir.

'Destinasyon Çekiciliği Modeli'nde Pollard (2012), tedavi arayanların (medikal turistlerin) nihai kararlarında etkili olan faktörleri herhangi bir sıralama olmaksızın yedi grupta toplamıştır. Bunlar;

1. Coğrafi yakınlık, seyahat süresi, hedefe ulaşmada engeller
2. Kültürel yakınlık, dil, din, mutfak, gelenek ve alışkanlıklar
3. Destinasyon imajı, ülkenin ünü
4. Destinasyon altyapısı veya tedavi merkezinin kalitesi
5. İklim, turistik çekicilikler, konaklama tesisleri
6. Risk, ödül
7. Ücret

olarak sıralanabilir. Pollard'ın oldukça kapsayıcı sınıflandırmasına benzeyen bir diğer kategorize çalışmasında Glinos & Beaten (2006), hastaların destinasyon seçimini etkileyen

faktörleri; coğrafi/kültürel yakınlık, hizmet çeşitliliği ve kalitesi, maliyet, algılanan kalite ve biyoetik mevzuat olmak üzere beşe ayırmıştır. Bu sınıflandırmadan farklı bir sonuca ulaşan Horton & Cole (2011), ABD'nden Meksika'ya sağlık hizmeti almak için seyahat eden Meksikalıları motive eden faktörleri; maliyet, kendine özgü tıbbi uygulama biçimleri, hizmetlerin hızlılığı, kişisel ilgi ve etkili ilaçlar olarak sıralamışlardır. Lunt ve arkadaşları (2014), Birleşik Krallık'a seyahat eden 77 medikal turistle yaptıkları mülakatlar sonucunda katılımcıların en önemli motivasyonlarını; erişebilirlik, maliyet, uzmanlık, kültürel ve ailevi faktörler olarak tespit etmişlerdir. Duruma ters açıdan bakıldığında da yani turistlerin motivasyonlarını olumsuz etkileyen faktörlerin yine kültür temelli olduğu belirlenmiştir. ABD'nde yürütülen araştırmada Flores, Abreu, Olivar & Kastner (1998), sağlık bakımı alma konusunda karşılaşılan problemleri belirlemek için 203 Latin çocuğun ailesi ile görüşmüşlerdir. Başta dil problemleri olmak üzere kültürel farklılıklar, fakirlik, sağlık sigortasının olmayışı, ulaşım zorlukları, uzun bekleme süreleri en büyük sorunlar olarak ifade edilmiştir. Dil problemleri yüzünden çocukların yetersiz tıbbi bakım alması, yanlış teşhis konulması, yetersiz ilaç, hatalı yatış sorunları ile karşılaşmıştır. Her dokuz aileden biri, medikal personelin Latin kültürünü anlamaması nedeniyle çocuklarını geçmişte hastaneye götürmediklerini ifade etmişlerdir. Seyahat edilen destinasyonla herhangi bir kültürel bağ ya da ailevi ilişkinin bulunmadığı durumlarda destinasyon tercihini etkileyen en belirleyici faktörün fiyat olduğu belirlenmiştir. Bu gibi durumlarda çoğu zaman arkadaş tarafından tavsiye edilen bir sağlayıcı tercih edilmiştir. Buradan hareketle; aile, arkadaş gibi kişisel bağların önem kazandığı açıktır (Hanefeld, Lunt, Smith & Horsfall, 2015).

Asya ülkelerinden İran'da gerçekleştirilen araştırmada Lajevardi (2016), medikal turistlerin İran'ı seçme sebeplerini; kaliteli sağlık hizmetleri, düşük maliyetli tedavi ve ilaçlar, gelişmiş ve yeni medikal uygulamalara erişim, nitelikli donanım ve profesyonellere erişimin yanı sıra Irak, Azerbaycan gibi komşu ülkelerle kültür ve dil benzerliği olarak sıralamıştır. Yakın coğrafyadan bir diğer araştırmada; Yirik, Ekici & Baltacı (2015), Türkiye'yi tercih eden turistlerin dağılımını incelediklerinde; Türkiye ile kültürel bağları olan ülkelerin ön plana çıktığını görmüşlerdir. Almanya, Fransa ve Hollanda gibi Türk gurbetçi sayısının yoğun olduğu ülkelere, Balkan ülkelerinden ve Türkiye Cumhuriyetlerinden çok sayıda sağlık turistinin Türkiye'yi tercih ettiği belirlenmiştir.

Uzak doğu ülkelerinden Tayvan'ı tercih eden Çinli turistler üzerine gerçekleştirilen araştırmalarda (Wang, 2012; Wu, Li & Meng-Yu, 2016); dil engelini olmaması, fiyatın makul olması, Çinliler ve Tayvanlılar arasında yakınlık ve sıcaklık hissiyatından dolayı Tayvan'ın, Çinli turistler için en iyi seçenek olduğu ifade edilmiştir (TaiwanHolidays.com.au, 2007). Başlarda medikal turizmi küresel çapta geliştirmeyi düşünen Tayvan hükümeti sonrasında kültürel yakınlıklarını göz önünde bulundurup medikal turizmde ana pazar olarak Çin'i belirlemiştir (Wu ve ark., 2016).

Yabancı medikal turistlerin büyük çoğunluğunun komşu ülkeler Endonezya (%69), Singapur (%12), Japonya'dan (%4) geldiği (Frost & Sullivan, 2010) Malezya'da, başlıca motivasyon faktörlerinin sırasıyla makul fiyatlar, mükemmel tıbbi hizmetler, destek hizmetleri, kültürel yakınlık ve dini faktörler olduğu ayrıca Güneydoğu Asya Ülkeleri Birliği (ASEAN) bölgesinden gelen turistlerin, diğer bölgelerden gelen turistlere göre daha güçlü 'kültürel benzerlik' motivasyonuna sahip olduğu belirlenmiştir. Malezya ve Endonezya özellikle dil ve yiyecek bağlamında kültürel benzerlikleri paylaşılan iki ülkedir (Musa, Thirumoorthi & Doshi, 2012).

Glinos ve arkadaşları (2010), hasta hareketliliği uygulamalarına farklı bir çerçeveden yaklaşarak ikili bir ayırım ortaya koymuşlardır. Birinci grupta yurt dışında sağlık hizmeti aramaya yönelik hasta motivasyon türlerini (bulunabilirlik, karşılanabilirlik, aşinalık ve algılanan kalite), ikinci grupta ise onlara bu imkanları sunan finansman türlerini esas almışlardır. Tseng (2013) de çalışmasında finansman noktasına yoğunlaşarak en belirgin sebepleri; sağlık sigortasının olmayışı, sağlık sigortasının yetersizliği, yüksek maliyetler, erişilemezliğin yanı sıra tanıdık olmayan dil ve kültür olarak sıralamıştır. Connell (2011), ekonomik faktörlere ilaveten ayrımcılık, tanıdık bir kültürel ortamda tedavi olma arzusu, arkadaş ve ailelerle hasret giderme gibi sağlık bakımının önündeki kültürel engelleri dile getirmiştir. Aynı doğrultuda, Mathijsen & Dzedzic (2024), hem ticari hem de ticari olmayan faktörlerin bu süreçte önemli olduğuna işaret etmiştir.

Medikal seyahatlere ilişkin mevcut veriler; küresel pazarda seyahatlerin birçoğunun aşına olunan en yakın sınırın ötesine, büyük ölçüde de benzer kültürlere sahip kişilerce gerçekleştiğini göstermektedir (Connell, 2016). Yunanlılar Bulgaristan'a, Finliler Estonya'ya, Ruslar Litvanya'ya seyahat ederken (Muth, 2015) Hindistan'daki medikal yolcuların yaklaşık %19'unun benzer kültürlere sahip komşu ülkelerden (Bangladeş, Nepal ve Sri Lanka) ve %43'ünün Afganistan ve Orta Doğu'dan geldiği bilinmektedir (IWHTA, 2010).

Tıbbi bakım almak için uluslararası seyahat etme konusunda kişilerin ne kadar istekli oldukları kavranamamakla beraber incelenen araştırmalar göstermektedir ki konum, maliyet, gelir düzeyi, prosedürün ciddiyeti, beklentiler, deneyim, kültür ve dil seyahat tercihinin etkileyen faktörler arasındadır. Bu seyahatlerde kısa mesafeler; maliyeti düşürücü, aşinalığı ise artırıcı rol oynar. Destinasyon tercihinde sıralı bir aşama mevcut olmasına rağmen yoksul hastalar sınırdaki yakın yerleri tercih ederler (Kangas, 2002). Özellikle de sınır ülke ya da kendi ülkesi dışında başka bir ülkeye tedavi amaçlı giden hastanın farklı kültürel ve sosyal sistemlerden dolayı belirsizlik yaşayacağı dikkate alınmalıdır (Wahyudi & Yaslis, 2019).

## 2.1. Kültürel Yakınlık/Aşinalık Faktörü

Geçmişten gelen birikimler, deneyimler ve inşa ettikleriyle kişinin kendi yaşamını nasıl ürettiğini anlatan kültür, bir topluluğun belirli zaman ve koşullarda oluşturduğu sosyal kişiliğidir (Erdoğan, 2005). Bu açıdan din, dil, yemek, örf, adet, sanat ve geleneksel uygulamalardan oluşan kültür, son dönemin popüler turizm türlerinden medikal turizmde varış yeri seçimini etkileyen başlıca faktörler arasında yer alır (Falk & Prinsen, 2016). Yukarıda değinildiği gibi bu faktörlerin önem derecesi özelinde kişiden kişiye, genelinde ise bir destinasyondan diğer bir destinasyona farklılık gösterir, fakat medikal turistlerin büyük kısmının tercih edeceği destinasyonda kendi kültürüne uygun hizmetlerin sunulmasını beklediği açıktır. Bu sebeple medikal turizm seyahatlerinde genellikle aynı dil bölgesindeki veya İngilizce'nin konuşulduğu, ayrıca benzer kültürel bağlamlara sahip ülkeler hedef alınır (Connell, 2013; Ye, Qiu & Yuen, 2011).

Özel bir tedavi türüne kısıtlanamamakla birlikte bir dili konuşabilme ve sağlık tesisi yakınlarında aile üyelerinin varlığı medikal seyahatler için önemli motivasyon faktörleridir. Özellikle diaspora hastaları arasında kişisel bağlar, tedavi için kliniğin veya doktorun seçilmesinde kritik önem taşır (Hanefeld ve ark., 2015). Lokdam ve arkadaşlarının (2016), sağlık sistemi içerisinde rahat hissetmek olarak kavramsallaştırdıkları aşinalık; sağlık profesyonelleriyle gerçekleştirilen görüşmelerde hastaların kendilerini rahat ve güvende hissetme bağlamına özellikle dil ve iletişim konusuna vurgu yaptıkları bir kavramdır.

Aşinalığın özellikle sınır ötesi ülkelere gerçekleştirilen hasta hareketliliğinde itici güç olarak öne çıktığı ifade edilir ve bu güç doğal olarak aynı yerel topluluğun yaşadığı sınır bölgelerinde daha fazla bulunur. Ortak bir yakınlık duygusunun olduğu yerlerde, insanlar sağlık hizmeti almak amacıyla sınırı geçmeyi sadece coğrafi olarak daha yakın olduğu için değil, aynı zamanda ortama daha aşına hissettikleri için tercih ederler (Glinos & Beaten, 2006). Sınır bölgelerinde yaşayanlar için düzenli olarak karşıya geçebilme imkanı ve hizmet sağlayıcıların kendi dillerini konuşabilmesi sınır ötesini kendilerine daha yakın hissettirir (Glinos ve ark., 2010). Sağlık sistemlerine aşinalık da medikal turistlerce arzulan bir durumdur. Eğer başka bir sağlık sistemi hastaya daha tanıdık geliyorsa kültürel olarak da yakın olacak anlamına gelir. Ayrıca ne kadar ulaşılabilir ve tanıdık olursa, tedavi araştırma süreci de o kadar kısacaktır (Mainil ve ark., 2012).

Rokni ve arkadaşları (2013), sağlık ihtiyaçlarını karşılamada sosyal ve kültürel farklılıkların Müslüman ülkeleri, diğer Müslüman ülkelere yönelttiğini belirterek kültürel yakınlık faktörünün önemine dikkat çekmişlerdir. Tıp merkezleri, uzmanlık, nispeten düşük maliyet, doğal kaynaklardan yararlanma, Arap pazarlarına yakınlığın yanı sıra bazı komşu ülkelerle kültür ve dil benzerliğinin İran'a yabancı hasta ve medikal turist çekmede avantajlar sağladığını dile getirmişlerdir. Kültürel yakınlık etkisinin en belirgin hissedildiği örneklerden birini Çinli turistler oluşturmaktadır. Malezya nüfusunun dörtte birini Çinli Malezyalılar oluşturmakta, bu durum Malezya'nın olumlu algılanmasına etki etmektedir. Çinli Malezyalıların kültürünün, Çinli medikal turistlerin kültürüne benzerliği ve Mandarin dilini akıcı bir şekilde konuşabilmeleri Malezya'yı çekici kılmaktadır (Cham, Lim, Sia, Cheah & Ting, 2020). Böylelikle, ilgili alanyazının medikal turizm seyahatlerinde kültürel yakınlık faktörünün önemini ortaya açık bir biçimde koyduğu ifade edilebilir. Kültürel yakınlık faktörlerinden hangisi ya da hangilerinin ön plana çıktığı ya da arka planda kaldığı medikal turizm hareketliliğinin daha iyi anlaşılabilmesi için araştırılması gerekli bir konudur.

### 2.1.1. Diaspora

Constant & Zimmermann (2016) diasporayı, 'ortak bir kültürel kimliğe sahip olan ve algıladıkları şekliyle yaşadıkları ülke veya menşe (ana vatan) kültürleriyle özdeşleşmeye devam eden göçmen geçmişine sahip kişiler' olarak tanımlamaktadır. Göçün ve küresel işgücü piyasasının taleplerinin bir sonucu olarak göçmenler ve gurbetçiler kültürel, ailesel ve dilsel nedenlerden dolayı tıbbi tedavi için menşe ülkelerine dönebilmektedirler (Lee ve ark., 2010). Bu bağlamda, 'önceden planlanmış ve/veya organize edilmiş şekilde menşe ülkelerine seyahat eden ve oradaki sağlık hizmetlerinden gönüllü yararlanan göçmenler' diasporik medikal turistler olarak tanımlanmaktadır (Mathijssen & Mathijssen, 2020).

Medikal turizm denilince akla ilk gelen ülkelerden biri olan Hindistan'da medikal turizmin gelişmesini sağlayan en önemli olgu diasporadır. Diasporik hastaların tesis, personel ve kişiler arası ilişkilerinde kültürel yakınlıklarının güçlü olması, ana vatanlarına geldiklerinde kendilerini güvende hissettirmektedir. Ayrıca yerleşik olmayan çifte pasaportlular tesislerde yabancı hasta görünümünden çıkmakta, böylelikle daha az ücret ödeyebilmektedirler (Bookman & Bookman, 2007). Aşına oldukları bir coğrafyada tıbbi tedavi alıyor olmanın avantajları ile diasporik hastalar medikal turizm kitlesinin önemli bir kısmını teşkil etmektedir. Ampirik araştırmaların niceliksel verileri, göçmenlerin yaklaşık %20-25'lik kısmının diasporik medikal turizmi oluşturduğunu göstermektedir. Hindistan'da, tüm ülkelerden gelen yerleşik olmayan Hintliler medikal turistlerin %22'sini oluştururken (IMTJ, 2010) benzer şekilde Amsterdam'daki Türk göçmenlerin %21'inin de sağlık hizmeti için ana

vatanlarını tercih ettikleri belirlenmiştir (Mathijsen, 2019; Şekercan ve ark., 2014). Wallace, Mendez-Luck & Castaneda (2009) çalışmalarında, Meksika sağlık hizmetlerinden faydalanan 952.000 Kaliforniyalıının yaklaşık yarısının Meksikalı göçmenlerden oluştuğunu ifade etmişlerdir.

Diasporik hareketlilikte denizaşırı medikal seyahatler sıklıkla rastlanan bir durumdur. Özellikle ABD'ndeki Meksikalılar ile Araplar ve Hintliler de dâhil olmak üzere ikinci kuşak denizaşırı göçmenler, tıbbi bakım için uygun bir kültürel ortama yönelirler (Connell, 2013). Kaliforniya'da yaşayan Meksikalı göçmenlerin Meksika'da sağlık hizmeti aramasında yine kültürel faktörlerin etkisi büyüktür (Wallace, Mendez-Luck & Castaneda, 2009).

Diasporik medikal turistleri motive eden faktörleri belirlemeye çalışan araştırmacılardan Ormond & Lunt (2019) bu faktörleri; kültürel, dilsel ve iletişimsel olarak gruplandırmıştır. Vargas (2020) ise ABD'ndeki sigorta kapsamı sürece dâhil edilmediğinde karşılanabilirlik, kültürel aşinalık, algılanan bakım kalitesi ve coğrafi yakınlığın Meksika sınır şehirlerindeki sağlık hizmeti sağlayıcıları için avantaj sağladığını ifade etmiştir (Connell, 2013). Inhorn (2011), Orta Doğu'ya üreme tedavisi için dönenlerin motivasyon faktörlerini tıbbi vatan sevgisi, tıp dili, ortak din, ahlaki güvenilirlik, başışçı tipi ve ev konforu gibi çoğu kültürel motivasyonlara ait olan faktörler şeklinde sıralamıştır. Kimi durumlarda katılımcıların, kültürel ya da dilsel zorluklar hakkında pek bir şey söylemese de şikâyetlerinin bu kapıya çıktığı görülmüştür (Migge & Gilmartin, 2011). Araştırmalar göstermektedir ki aşinalık, diasporik medikal turistleri motive eden bir faktördür (Glinos ve ark., 2010; Inhorn, 2011; Lee ve ark., 2010; Migge & Gilmartin, 2011).

Göçmenlerin kendi ülkelerinde sağlık hizmeti arama nedenleri görüldüğü gibi karmaşıktır ve kültürel geçmişlerine derinden bağlı olduğu kadar ikamet ettikleri ülkedeki resmi ve gayri resmi sağlık hizmetlerine erişimle de bağlantılıdır (Nielsen ve ark., 2012). Sağlık hizmetlerinde göçmenlerin en fazla aradığı niteliklerde; tercümanlık hizmetlerinin sağlanması, dile uygun yazılı materyaller, kültürel olarak duyarlı bakım (sağlık hizmeti uygulayıcılarının kendi kültürel geçmişlerini, önyargılarını ve mesleki kültürel normlarını kabul etme yeteneği) ve kültüre göre sağlığın geliştirilmesi, hastalık önleme ve destek programları yer alır (Fortier, 2010).

Genel olarak diasporik medikal turizm, göçmenlerin sağlık hizmeti almak için uyguladığı bir 'strateji' olarak algılanmaktadır. Kültürel bağlamın dahil olmasıyla bu strateji iletişim kolaylığı ve karmaşık prosedürlerin anlaşılmasını sağladığı gibi aynı zamanda hastaların ve hasta yakınlarının akraba ve arkadaşlarını ziyaret etmesine olanak tanır (Connell, 2013; Inhorn, 2011; Lee ve ark., 2010). Diğer yandan, tercih edilen hizmet içeriklerine bakıldığında Connell (2016) ve Mathijsen (2019) diasporik tıbbi seyahatin işlevsel (rutin sağlık hizmetleri ve kritik olmayan durumlar için) olduğunu ve küçük çaplı işlemleri temsil ettiğini belirtmişlerdir. Diasporik medikal turistler, hala iyi anlaşılamayan ve hedeflenemeyen cazip bir tüketici kesimidir. İki ülke arasındaki bağları geliştiren ulusötesi toplulukların bir parçasıdır. Gönderen ve kabul eden ülkelerin sağlık sistemlerini önemli ölçüde etkileyecek tekrar ziyaretler yoluyla eş zamanlı olarak ikili sağlık sistemlerine katkıda bulunurlar (Mathijsen & Mathijsen, 2020).

### 2.1.2. Yiyecek-İçecek

Medikal turistlerin bazıları kültürel mutfağı denemekten hoşlanırken diğerleri yiyecek-içecek hizmetinde yeniliklere açık olmamayı gereklilik olarak görebilirler. Ne olursa olsun, ameliyat

öncesi ve sonrası süreçte beslenme iyileşmeyi kolaylaştırabilir, hastanede kalış süresini kısaltabilir ve komplikasyonları azaltabilir (Webb, 2015). En temel ihtiyaç olan beslenme için yapılan harcamalar turistlerin bütçelerinde önemli bir paya sahiptir. Malezya'da yapılan bir araştırmada, medikal turistlerin ortalama 8720 dolar harcadıkları tespit edilmiştir. Bu harcamanın kalemlerini; 3742 \$ ile tıbbi tedavi maliyeti, ardından 1187 \$ ile uluslararası uçak biletleri, 1038 \$ ile konaklama, 468 \$ ile yiyecek-içecek ve 159 \$ ile yurt içi ulaşım oluşturmuştur. Medikal turistlerin neredeyse tamamı (121 kişiden 108'i) en az bir başka kişiyle, genellikle bir akrabasıyla seyahat etmiş ve bu kişinin harcaması dahil edilmemiştir (Musa ve ark., 2012). Bu sonuçlar göstermektedir ki, eşlikçiler hariç medikal turistlerin harcama sıralamasında yiyecek-içecek için yapılan harcamalar dördüncü sırada yer almıştır. Tayland'da medikal turistlere eşlik edenler, otellere ve turizm faaliyetlerine medikal turistlerin yaklaşık iki katı kadar harcama yapmıştır (Connell, 2013; NaRanong & NaRanong, 2011).

Bir başka araştırmada Alfarajat (2022), Güney Kore sağlık kurumlarının Birleşik Arap Emirlikleri'nden gelen hastalara ve onların refakatçilerine sunduğu helal gıda hizmetlerine ilişkin algılarını değerlendirmiştir. Helal yemek hizmetine dair hastaların ihtiyaçlarına ilişkin bilgi eksikliğinden başlayarak ihtiyaçlarının tam olarak anlaşılmasına kadar beş düzey ortaya çıkmıştır: (i) Güney Kore sağlık kurumları hastaların sağlık bakım ihtiyaçlarını anlamamıştır, (ii) Güney Kore sağlık kurumları yeni bir helal gıda politikası benimsemelidir, (iii) kurumların hastalara sunduğu gıdalar tam anlamıyla helal gıda olarak algılanmamıştır, (iv) sunulan yiyecekler kaliteli Arap yemekleri değildir, (v) yemekler lezzetlidir, hastalar tarafından beğenilmiştir. Sonuç olarak, tedavi olmak için gelen bireylerin öncelikle kültürlerinin doğru anlaşılmasının gerektiği ifade edilebilir.

### 2.1.3. Akraba/Arkadaş Varlığı

İş ve tatil amacıyla seyahat edenlere göre akraba ve arkadaş ziyaretinde (AZZ) bulunanların daha sık seyahat ettiği söylenebilir (Mathijssen, 2019; O'Leary, Lee, Kim & Nadkarni, 2015). AZZ ile tedavi amaçlı seyahatlerin ilişkilendirildiği yolculukların sayısındaki artış, medikal turizmin AZZ turizmiyle pek çok ortak noktaya sahip olmasına bağlanabilir. En azından, bu faaliyetlerin turizm altyapısına belli bir seviyede katkısının olduğu ifade edilebilir (Connell, 2013).

Bir destinasyonda akraba ve arkadaşların varlığı medikal turistler için çeşitli anlamlar barındırabilir. Hanefeld ve ark., (2015) varış ülkesine olan kültürel aşinalığın yanı sıra ülkenin ana dilini konuşabilme yeteneğinin ve tedavi merkezi yakınında aileden birinin varlığının destinasyon seçiminde önemli belirleyicilerden olduğunu ifade etmişlerdir. Avrupa Birliği, Kanada, Birleşik Krallık ve ABD'nde ikamet eden yirmi beş Romanyalı medikal seyahatçinin motivasyonunu tıbbi hizmet fiyatı, doktorların yetkinliği, bekleme süresinin azlığı gibi faktörler oluşturmuşken bilgi kaynağı olarak en çok aile ve akrabalarından destek alındığı ve kalınan süre boyunca en fazla yine onlarla zaman geçirildiği görülmüştür (Vasile, 2017). Bazen de AZZ amacıyla çıkılan seyahatlerde tedavi için sağlık kurumlarına başvurulduğu belirlenmiştir. Belçika'da yaşayan Polonya diasporası öncelikle AZZ, arka planda ise sağlık hizmeti almak için ülkelerini ziyaret etmişlerdir. Yeterli zaman aralığı, maliyet göreceliği, kaliteli alışveriş imkânı ve kültürel benzerlik bu çalışmada motivasyonu oluşturan faktörler olarak saptanmıştır. Akraba ve arkadaşların varlığı medikal seyahatçilere sevgi ve ilgi ile karşılandıklarını hissettirdiği için evlerindeki konforu aratmamaktadır. Bu durum özellikle doğum süreçlerinde önem arz etmektedir. Bazı tedavilerde, özellikle komplikasyon olasılığı



daha yüksek olan prosedürler uygulandığında akraba ve arkadaşlardan gelecek psikolojik destek medikal turistler için büyük bir anlam teşkil etmektedir (Mathijsen, 2019).

Diasporik seyahatlerin motivasyon kaynaklarını araştıran Huang, King & Suntikul (2017)'un göç ve turizm üzerine gerçekleştirdikleri kapsamlı alanyazın taramasında; aile bağlarını koruma veya aile yükümlülüklerini yerine getirme (düğünler, cenazeler, aile ritüelleri vb.), sosyal bağları canlandırma, arkadaş ve akrabaları ziyaret etme gibi durumlar etnik ve kültürel kimlikleri güçlendirmenin en önemli motivasyon faktörleri olarak belirlenmiştir.

#### 2.1.4. Dini Etkiler

Din yakınlığı karar verme aşamasında medikal turistlerin aradıkları özelliklerden biridir. Orta Doğu ve Arap ülkelerinden gelen hastaların nitelikli tıbbi tedaviye ve helal gıda, Müslüman personel istihdamı gibi yan hizmetlere duyarlılığı, Güney Asya ülkelerini bu konuda harekete geçirmiştir. Bu hassasiyetlere özen gösteren Ürdün ve Malezya medikal turizmde cazip hale gelmiştir (Bookman & Bookman, 2007; Cohen, 2008). Hastanelerinde İslami niteliklerini öne çıkaran Malezya, öncelikle Orta Doğu'ya odaklanmış, diğer yandan Myanmar ve Vietnam'a ticaret misyonları düzenlemiştir. Komşu ülke Endonezya'dan da çok sayıda tıbbi ziyaretçi çekmeyi başarmıştır (Chaynee, 2003). Ayrıca nüfusunun üçte birinin Çince konuşmasının avantajıyla Malezya, Çin pazarına da odaklanmıştır (Ormond, 2013). Budizm'in egemen olduğu Tayland ise komşuları Kamboçya, Laos, Butan, Myanmar ve Vietnam'a yoğunlaşmıştır (Pornwasin, 2014).

Bir bölgede medikal turizmi geliştirmek isteyenler o bölgede kültürel yakınlık mevcut değil ise onu yaratmaya çalışmalıdırlar. Örneğin; Tayland'daki Bumrungrad Hospital, Orta Doğulu hastalarının rahat edebilmeleri için kültürleriyle uyumlu bir bölüm inşa etmiştir. Bu kapsamda; Arapça tercümanlar istihdam edip din tarafından kabul edilen yemekleri sunmak için yeni mutfaklar kurmuş, ayrıca mescitler oluşturmuşlardır (Henderson, 2003).

Din içerisindeki farklılıklar kimi durumlarda medikal turizm hareketliliğinin yönünü belirleyebilmektedir. Örneğin; İslam'ın Sünni ve Şii mezhepleri, yardımcı üreme teknolojisi konusunda farklı bakış açılarına sahiptir, dolayısıyla Sünni İslam'ın hâkim olduğu ülkelerdeki Şii Müslümanlar, doğurganlık tedavileri için İran'ı tercih edebilmektedirler (Connell, 2013; Moghimehfar & Nasr-Esfahani, 2011). Bazen de medikal turistler tedavisinin içeriğini açığa vurmak istemeyebilmektedirler. Jinekoloji uzmanlığında kültürel mesafe ve din benzerliği önemli faktörler olmasına rağmen Eşiyok ve arkadaşları (2017) diaspora lehine herhangi bir kanıtla rastlamamıştır. Araştırmacılara göre bu durumun nedeni, Türk kökenli kadınların jinekolojik sorunlarını gizli tutmak istemeleridir.

#### 2.1.5. Dil Aşinalığı

Başkalarıyla ilişki kurma ve bu ilişkinin yarattığı konforda anahtar rol oynayan iletişim, medikal turistlerin hem tedavi olunacak hastane hem de geleneksel turistik alan ziyaretlerinde seyahatlerini mümkün kılma, hatta keyifli hale getirme potansiyeline sahiptir (Falk & Prinsen, 2016). Tıbbi prosedürlerin temelini oluşturan tanıdık dil ve kültür; bölgesel ilişkilerin, sınır geçişlerinin ve diaspora seyahatinin altını çizdiği için potansiyel ve mevcut destinasyonlar artan bir şekilde yakın bölgeleri hedef alırlar (Connell, 2016).

Hastanın dili ile ziyaret edilecek bölgenin dili arasında benzerlik söz konusu olduğunda hastaların kendilerini ifade edebilmesi sağlanacak, bu da sağlık hizmeti sunacak kurumlar ile hizmeti alacaklar arasındaki uyumu kuvvetlendirecektir (Koroğlu, 2021). Tıbbi personel ile

kendi dilinde iletişim kurabilmek güven vericidir. Bu etki ile hastalar, kendi dillerinin konuşulduğu ve geçmiş sömürge bağlarının hala geçerli olduğu ülkelere çekilir. Nitekim İngilizler Hindistan'a, Amerikalılar Filipinler'e, İspanyollar Küba'ya, Suudi Arabistanlılar Ürdün'e seyahat ederler (Bookman & Bookman, 2007). Medikal turizmde dil aşinalığının olmadığı durumda ise kültür ve dilden kaynaklanan problemler tıbbi görüşmeler ve anlaşmalar konusunda çaresizlik duygusunun artmasına neden olur (Jiang, Qiao, Hou & Zhao, 2024).

Dilin, medikal turizm destinasyon seçimindeki önemini vurgulayan Heung ve ark., (2010), Çinli turistler de dahil olmak üzere İngilizce konuşamayanlar için dil engellerinin önemli sorunlar oluşturabileceğini öne sürerler. Bir araştırmada görüşüne başvurulmuş kişi, Çince konuşulmayan bir ülkeye seyahat etmenin külfetli olduğunu ve dil farklılığının aşılması zor problemlere yol açtığını beyan etmiştir. Kendisi profesyonel bir doktor olmadığı için bazı terimlerin anlamlarını bilmediğini, yanlış anlaşılmanın önüne geçilmesi için tıbbi prosedürlerin ya basit bir şekilde açıklanması ya da tanıdık bir dilin kullanılması gerektiğini; benzer görüşteki başka bir katılımcı ise çevirmenin yanlış çeviri yaparak kafasını karıştırmamasından korktuğunu ifade etmiştir. Zıt görüşte olanlar dilin bir engel olmadığını, Taylandlı ve Malezyalı doktorların kendi dilleri olan Mandarin'i konuşabildiklerini belirtmiştir (Chia & Liao, 2020). Özellikle Güneydoğu Asya'ya seyahat eden Çinli medikal turistler dil konusunda sorun yaşamamışlardır (Heung ve ark., 2010). Yeni Zelanda'daki Asyalı nüfusa ilişkin bir rapor, katılımcıların %60'ından fazlasının kendi dilini konuşan doktorlardan tedavi almak istediklerini ortaya koymuştur (Walker, Wu, Soothi-o-soth & Parr, 1998). Yanlış iletişimi azalttığı için yabancı dil bilen sağlık personel istihdamının önemi bu noktada çok daha fazla öne çıkar (Heung ve ark., 2010).

Kimi hastalar için ifade biçimleri son derece önemlidir ve söylemek istediklerini doktorlarına söyleyemedikleri için hüsrana uğrayabilirler. Ancak, tercümanları olduğu ve doktorları doğru tedaviyi sağladığı müddetçe dil engeli bazıları için büyük bir sorun teşkil etmeyebilir (Lee ve ark., 2010). Yabancı dilden kaynaklanan anlaşmazlıkların tercüman yoluyla çözümlendiği Tayvan'da bu anlaşmazlıkları sağlık kurumlarının en aza indirme uğraşları hastaların memnuniyetini ve güvenini artırmıştır. Medikal tedavi alacak Japonlar'ın, Güneydoğu ülkeleri yerine Tayvan sağlık kurumlarını tercih etmeleri gibi Çinlilerin de kendilerini daha güvende ve rahat hissettikleri için Tayvan'ı tercih ettikleri görülmüştür (Liu & Chen, 2013).

Birleşik Krallık'taki Somali topluluğu üyelerinin ulusal sağlık sistemine (National Health Service-NHS) erişimlerinde dil engelleri mevcuttur. Bir Somalili bu konuda: 'Kendinizi iyi hissetmeyip pratisyen hekime gittiğinizde bazen kelimeleri bilmiyorsunuz. Tercüman bulmanın yolunu bulamıyorlar, bu yüzden onu işaret etmeniz gerekiyor. Bazen bir yanlış anlaşılma olabilir' ifadelerini kullanmıştır (Lunt, 2020). İngilizce bilmeyen ve NHS hakkında sınırlı bilgiye sahip katılımcılar, NHS doktorlarıyla çok daha büyük iletişim sorunları yaşasalar da, dil engeli yaşamayan katılımcılar bile sağlık kültürleri ve beklentileri arasındaki çatışmadan kaynaklanan tedirginlik hissetmişlerdir (Osipovič, 2013). Benzer şekilde, Jesus & Xiao (2013)'nin ABD'de gerçekleştirdikleri araştırmalarında; sağlık sigortası kapsamının sürekli olmayışı, kalitesiz tedavi algısı ve düşük İngilizce yeterliliği nedeniyle ABD'nde yaşayan İspanyol asıllı yetişkinlerin, Meksika veya başka bir Latin Amerika ülkesinde sağlık hizmeti arama olasılığını artırdığını ortaya koymuştur. Sağlık hizmetlerindeki kültürel ve dilsel engelleri azaltarak kaliteli sağlık hizmetleri algısını oluşturmak adına önlemlerin alınması gerekmektedir. Bu önlemler, tıbbi bakımın sadece somut yönlerini değil aynı

zamanda uluslararası hastaların psikolojik ihtiyaçlarını ve kültürel beklentilerini de karşılayan hizmetler geliştirmeyi kapsamaktadır (Jiang ve ark., 2024).

Medikal turizmin en çok tercih edilen destinasyonlarından Hindistan'da personel ve doktorlar, hastalarla daha iyi iletişim kurabilmek için İngilizce'nin yanı sıra Almanca, Fransızca, Çince, Japonca gibi dilleri de konuşurlar (Menvielle, Menvielle & Tournois, 2011). Tüketicilerin algılanan risklerini ve hizmete olan psikolojik mesafelerini azaltmayı amaçlayan tedaviler için iletişim kolaylığı sağlamak, tüketici alışkanlıklarını, değerlerini ve inançlarını kolaylaştırmak medikal tur hizmetlerinin en güçlü kaynağıdır. Medikal tur hizmetleri, sağlık personeli ile hassas iletişim gerektirebilecek tıbbi tedaviler bazında oluşturulduğundan bu tür hizmetlerin çok dilli ve çok kültürlü olması gerekir (Jiang ve ark., 2024).

### 2.1.6. Tarihsel Bağlar

Turist gönderen ve turist kabul eden ülkeler arasında geçmişten gelen bağlar, turizm rotalarının geliştirilmesinde yüksek düzeyde etkiye sahiptir ve Türkiye ile Arap ülkeleri bu duruma örnek gösterilebilir. Türkiye'de Arap turistlerin sayısı özellikle son yıllarda dikkat çekici düzeyde artış göstermiştir. Bu artışta, tedavi olmak amacıyla gelen Arap turistlere Türkiye'nin, popüler bir turizm ülkesinde tatil yapma fırsatı sunması etkili olmuştur. En önemlisi de Türkiye ile Arap ülkeleri arasındaki ortak tarih ve gelenektir (Alili, 2015). Benzer şekilde, Macar hizmetlerini tercih eden Batı Avrupalılar, tarihsel bağlar paylaşan Malta ve Birleşik Krallık ya da Avrupa'nın dışı açılmasından dolayı aşinalığı artan Birleşik Krallık ve Polonya örneklerinde olduğu gibi destinasyonlar seyahat rotalarının iyi düzenlendiği çeşitli kaynak ülkelerden hastalarını çekerler. Yakınlık faktörü, insanların daha uzun mesafeler kat etme istekliliği ve becerikliliği göz önüne alındığında kararları şekillendirmede önemli olan ancak belirleyici olmayan bir etkidir (Carrera & Lunt, 2010).

Bölgeler arası tıbbi seyahatin yalnızca erişilebilirlik ve yakınlıkla ilişkilendirilen bir hareket olmadığını; halklar ve yerler arasındaki daha geniş ilişkileri ve tarihlerini yansıttığını ifade eden Whittaker ve ark. (2017), Endonezya'dan Malezya'nın Penang eyaletine tedavi amaçlı seyahat eden kişilerle gerçekleştirdikleri görüşmeler neticesinde; hastaların Endonezya sağlık hizmetlerinden memnun olmadıklarını ve bu hizmetlere güven duymadıklarını belirlemişlerdir. İki ülke arasında geçmişten gelen ticaret, eğitim ve kültürel ilişkiler Endonezya sağlık hizmetlerine ilişkin olumsuz algılara neden olmuş; tedavi için seyahat etme durumunda kalmak, bazı hastaların Endonezya Devleti'nin yetersizliğine ilişkin algılarını güçlendirmiştir.

## 3. SONUÇ VE TARTIŞMA

Medikal turizm hareketliliğinde akışın çok yönlü olduğunu söylemek kolayken her zaman için geçerli olabilecek bir rotadan bahsetmek çoğu zaman mümkün olmamaktadır. Yukarıda sunulan tüm bilgiler göstermektedir ki; bireyler sağlık hizmeti almak için ikamet ettikleri ülke dışında çoğunlukla coğrafi yakınlık bazen de aşinalık etkisi ile sınır komşularını (Glinos ve ark., 2010; Nielsen ve ark., 2012), bütçelerine uygun bölgeleri (Üstün, 2022), kültürel veya ailevi bağların etkisi ile ana vatanlarını (Connell, 2013; Eşiyok, Çakar & Kurtulmuşoğlu, 2017; Glinos ve ark., 2010; Hanefeld ve ark., 2015; Inhorn, 2011; Nielsen ve ark., 2012; Şekercan ve ark., 2014) ya da zorlu tedavilerde başarıyı garantileyen uzak ülkelerin sağlık sistemlerini (Voigt ve ark., 2010) tercih edebilmektedirler.

Medikal turistlerin seyahat öncesi, esnası ve sonrasında değerlendirmeye aldığı birçok kriter bu süreçlerde devreye girmektedir. Fiyatların daha makul olması, alanında uzman sağlık

profesyonelleri, nitelikli ekipmanlar, özel bakım, coğrafi yakınlık, sigorta kapsamının niteliği, kültürel benzerlik, sağlık sistemine aşinalık, özellikle ağır olmayan tedavi süreçlerinde rekreasyonel imkanlar, refakatçilere gösterilen ilgi ve kolaylıklar dışında karşılıklı imzalanan sağlık anlaşmaları, sınırlar boyunca gerçekleşen ticaret akışına bakım ve sağlık ihtiyaçlarının dâhil edilmesi, yerel sağlık sistemindeki yetersizlikler, doktorların daha başarılı sağlık tesisi ya da profesyoneli tavsiye etmesi, diaspora popülasyonları, sömürge bağlantıları ve daha da sayılabilecek diğer faktörler bu hareketliliği şekillendirmede çeşitli düzeylerde etkiye sahiptir.

Medikal turistlerin destinasyon seçiminde en belirleyici faktörün fiyat olduğuna çeşitli araştırma sonuçlarında yer verilmiştir (Connell, 2006; Mathijsen, 2019; Musa ve ark., 2012; Vargas, 2020; Vasile, 2017). Medikal seyahatin ne kadar mal olacağını değerlendirmeye alan hasta için sonrasında coğrafi ve kültürel mesafe önemli rol oynayabilmektedir. Alanyazın taramasında, tedavi amacıyla menşe ülkelerine dönen bazı yabancı ve göçmenler için kültürel yakınlığın önemli olduğunu belirten çalışmalara (Glinos & Baeten, 2006; Lee ve ark., 2010; Üstün, 2022), diğer yandan bu durumun aksini iddia eden düşük sayıda çalışmaya (Jaapar, Musa, Moghavvemi & Saub, 2017) da rastlanılmıştır. Kültürel yakınlığın Çinli medikal turistlerin destinasyon tercihini nasıl etkilediğini araştıran Zhang & Lee (2018), faktörün önemli bir belirleyici olduğunu, ayrıca etkisinin hastalık türüne göre değişebileceğini belirtmişlerdir. Birbirine yakın sınır ülkeleri arasındaki dental hareketlilikte en önemli motivasyon faktörlerini ulaşım kolaylığı, kültürel yakınlık ve dil olarak belirleyen Gheorghe ve arkadaşlarının (2017) aksine Jaapar ve arkadaşlarının (2017)'nin çalışmasında kültürel yakınlık, dental turistler tarafından en az öneme sahip motivasyon faktörü olarak tespit edilmiştir. Dental turistlerin üçte birinden fazlası, Malezya'da helal yiyeceklerin bulunmasını, dini ibadete yönelik kolaylıkları, akraba ve arkadaşların varlığını önemsiz veya tarafsız olarak algılamıştır. Kültürel yakınlığın genel memnuniyet üzerindeki olumsuz etkisini, araştırmacılar ASEAN bölgesinden gelen dental turistlerin çoğunun gayrimüslim olmasına bağlamıştır.

Çalışmada yer verilen araştırmaların birçoğunda, bu makalenin konusunu oluşturan kültürel yakınlığın ya da diğer adıyla aşinalığın medikal turizm destinasyon tercihini etkileyen faktörler arasında önemli bir yere sahip olduğu açıktır. Kültürel yakınlığı oluşturan faktörler arasından diaspora, dil, din, yiyecek-içecek, tarihsel bağlar, akraba ve arkadaş varlığı çalışmada yer verilen başlıklar arasında yer almıştır. Özetlemek gerekirse; kültürel yakınlık faktörlerinin tümünün, özellikle de dil aşinalığının medikal turistlerin en fazla önem verdiği kültürel yakınlık faktörü olduğu iddia edilebilir. Ortak ya da benzer bir dili konuşabilmek, sağlık personeli ile etkili iletişim kurabilmek, doğru tedavinin uygulanması noktasında medikal turistlerin endişelerini gidermektedir. Tarihsel bağlar noktasında ise medikal turizm ile tarihsel bağlar ilişkisini işleyen araştırma sayısının yetersiz olduğu açık bir biçimde ifade edilebilir. Tarihsel bağların aksine yiyecek-içecek konusunun din ile ilişkisinin avantajı (özellikle helal gıda bağlamında) sayesinde araştırmalarda daha fazla kendine yer bulduğu görülmüştür. Medikal turistler için bir destinasyonda akraba ve arkadaş varlığı, kendilerini güvende ve rahat hissedebilmeleri için aradıkları özelliklerden biridir. Zorlu tedavi süreçlerinde akraba ve arkadaşlardan gelecek psikolojik desteğin ve sağlık tesisi ya da profesyonelinin belirlenmesinde verecekleri tavsiyelerin medikal turistler için anlamı büyüktür. Dinsel açıdan yaklaşıldığında ise dini vaciplerini yerine getirebilecekleri imkânların sunulması ve dinen uygun tedavilerin gerçekleştirilmesi özellikle Müslüman hastalarca arzulanan hizmetler arasında yer almaktadır. Diaspora popülasyonu üzerine gerçekleştirilen

araştırmalar, göçmenlerin medikal turizm hareketliliğinde kültürel yakınlık hissettikleri destinasyonları tercih ettiğini göstermektedir.

Kültürel yakınlık olmadığı durumlarda çeşitli sorunlar ortaya çıkabilmektedir. Altsoy ve Boz (2019), çalışmalarında karşılaşılan sorunlar arasında yer alan yabancı dilde TV kanalı, ibadethane, kutsal kitap gibi hizmetlerin yoksunluğunu, yabancı dil bilen personel eksikliğini, yemeklerin hastalara hitap etmemesini kültürel kaynaklı sorunlar olarak tespit etmişlerdir. İşletmelerin, var olan bu sorunları gidererek kültürel yakınlığı tesis edebilmek adına bir dizi uygulamaları hayata geçirdikleri görülmüştür. Hedef ülkenin kültürü doğrultusunda dil bilen sağlık personeli işe yerleştirme, tesislerde tercüman bulundurma, özgün yiyecek-içecek hizmeti sunma, dini vaciplerini yerine getirebileceği alanlar tahsis etme bu uygulamalardan bazılarıdır.

Kültürel yakınlığın var olduğu ya da olmadığı durumlarda hastaların destinasyon tercihlerini etkileyen motivasyon faktörlerine dair Üstün (2022) tarafından dikkat çekici bir ayırım sunulmuştur. Kültürel olarak yakın olunan ülkelerden gelen hastaların motivasyonlarını en fazla benzer ya da ortak kültürel özellikler, dini ve milli yakınlık algısı etkilemiştir. Buna karşılık kültürel olarak yakın olunmayan gelişmekte olan ülkelere gelen sağlık turistlerini; ülkelerinde olmayan sağlık altyapı ve tesislerine erişme motivasyonu etkilemiştir. Kültürel ve coğrafi olarak yakın olunmadığı halde gelişmiş ülkelere gelen hastaların temel motivasyonunu ise maliyet ve bekleme sürelerinin az olması etkilemiştir (Üstün, 2022). Ayrıca hastalığın ciddiyet derecesi durumunda hastaların coğrafi yakınlık ve kültürel yakınlık faktörlerini arka plana attığı süreçler de gerçekleşebilmektedir. Ciddi bir rahatsızlığı bulunan ya da tedavisi belli başlı bir ülkede sunulan hasta bu durumda sağlık hizmetini en iyi şekilde sunabilecek destinasyona yönelmektedir. Nitekim, Danimarka'da yapılan çalışma (Nielsen ve ark., 2012) önemli durumlarda Türk asıllıların, ana vatanları yerine güvenli ve kaliteli olduğuna inandıkları yabancı bir ülkenin sağlık hizmetlerini tercih ettiklerini belirlemiştir.

Çeşitli çalışmalarda (Falk & Prinsen, 2016; Liu & Chen, 2013) sağlık hizmetlerinde hastaların kendilerini güvende hissetme duygusunun kültürel yakınlık faktörü ile ilişkilendirildiği görülmüştür. Sağlık hizmetinde aşına oldukları bölgeleri tercih eden medikal turistlerin, yaşadıkları ülkenin yerel sağlık sistemini tam olarak bilmemeleri ya da çoğunlukla yanlış bilmeleri nedeniyle başka ülkelere, Londra'da ikamet eden Polonyalılar örneğinde olduğu gibi, yönedikleri belirlenmiştir. Ancak Polonyalıların, İngiliz sağlık sistemini öğrendikçe NHS'ye erişim yolları ve tutumları hem değişmeye başlamış hem de çoğu katılımcının hızlı, kültürel açıdan tanıdık bir hizmet sunan ve sonuç olarak güvenilir görünen Polonyalı doktorlara danışmayı tercih ettiği görülmüştür (Osipovič, 2013). Bu örnek, yaşadıkları bölgelerin sağlık sistemi işleyişini tam olarak bilseler de kimilerinin hala ülkesinin tesis ve doktorlarını tercih ettiğini göstermektedir. Mevcut talebi karşılamanın en güzel yolu kaynak ülkenin, hastanın ana vatanından yetkin sağlık çalışanlarını bünyesine dâhil etmesi olabilir. Hedef pazardan yetkin sağlık çalışanlarının ülkeye çekilmesi, medikal turist ile hizmet alacağı sağlık tesisi arasında kültürel yakınlık açısından bağ oluşmasını sağlayarak destinasyona önemli bir avantaj kazandırabilir.

Sonuç olarak, bu çalışmada, tedavi amacıyla seyahat eden medikal turistlerin tercihlerini etkileyen çeşitli faktörler arasından kültürel yakınlık üzerinde durulmuştur. Medikal turist motivasyonunu etkileyen faktörleri araştıran birçok çalışmada; kültürel yakınlığın ya da alt faktörlerinin turist tercih sıralamalarında yer almasının yanı sıra öncelik sıralamalarının değişkenlik gösterdiği belirlenmiştir. Buradan hareketle, medikal turizm seyahatlerine

kültürel yakınlık etkisinin olumlu olduğu ve maliyet faktörü dışarıda bırakıldığında kültürel yakınlığın öncelikli belirleyicilerden olabileceği çıkarımı yapılabilir. Medikal turizm çalışmalarında kendine daha fazla yer bulan dil aşinalığı ve diaspora faktörüne ilaveten tüm kültürel yakınlık faktörlerinin kapsama dahil edildiği araştırmaların gerçekleştirilmesi ile bu ilişkiye yönelik daha fazla bilgiye ulaşılabilir. Ülkelerin gelişmişlik düzeylerine göre yatay veya dikey örneklemeler seçilerek daha kapsamlı sonuçlar elde edilebilir. Ayrıca, medikal turizm ile kültürel yakınlık ilişkisini ayrıntılı bir biçimde ele alan niteliksel ve niceliksel araştırma sayısının yetersiz olması sebebiyle sistematik bir çalışma ortaya konulamamıştır.

#### KAYNAKÇA

Alfarajat, L. (2022), Halal Food And Medical Tourism: Muslim Patients' Experiences And Satisfaction In South Korea, *Journal Of Religion And Health*, 27, 1-20.

Alılı, A. (2015), Turkey As A Medical Tourism Destination: A Study Of The Effective Marketing Factors On Preferences Of The Arab Medical Tourists In Turkey, *Unpublished Master's Thesis*, Fatih University, Institute Of Social Sciences, İstanbul.

Altsoy, S. & Boz, İ. T. (2019), Medikal Turizm Alanında Faaliyet Gösteren Hastanelerdeki Mevcut Sorunlar Ve Çözüm Önerileri, *Hacettepe Sağlık İdaresi Dergisi*, 22(1), 113-134.

Bookman, M. Z. & Bookman, K. R. (2007), *Medical Tourism In Developing Countries*, New York: Palgrave Macmillan.

Carrera, P. & Lunt, N. (2010), European Perspective On Medical Tourism: The Need For A Knowledge Base, *International Journal Of Health Services*, 40(3), 469-484.

Cham, T. H., Lim, Y. M., Sia, B. C., Cheah, J. H. & Ting, H. (2020), Medical Tourism Destination Image And Its Relationship With The Intention To Revisit: A Study Of Chinese Medical Tourists In Malaysia, *Journal Of China Tourism Research*, 17(2), 163-191.

Chaynee, W. (2003), *Health Tourism To Drive Earnings*, Kuala Lumpur, Malaysian Institute Of Economic Research.

Chia, K. W. & Liao, Y. M. (2020), An Exploratory Study Of Factors Influencing Chinese Outbound Medical Tourism, *Journal Of China Tourism Research*, 1-19.

Cohen, E. (2008), Medical Tourism In Thailand. E. Cohen İçinde, *Explorations In Thai Tourism* (Pp. 225-255), Bingley: Emerald.

Connell, J. (2006), Medical Tourism: The Newest Of Niches, *Tourism Recreation Research*, 31(1), 99-102.

Connell, J. (2011), *Medical Tourism*, Wallingford: Cabl

Connell, J. (2013), Contemporary Medical Tourism: Conceptualisation, Culture And Commodification, *Tourism Management*, 34, 1-13.

Connell, J. (2016), Reducing The Scale? From Global Images To Border Crossings In Medical Tourism, *Global Networks*, 16(4), 531-550.

Constant, A. F. & Zimmermann, K. F. (2016), Diaspora Economics: New Perspectives, *Int J Manpower*, 37(7), 1110-1135.

Erdoğan, İ. (2005), *İletişimi Anlamak* (2. Baskı), Ankara: Erk Yayınları.

- Eşiyok, B., Çakar, M. & Kurtulmuşoğlu, F. B. (2017), The Effect Of Cultural Distance On Medical Tourism, *Journal Of Destination Marketing & Management*, 6(1), 66-75.
- Falk, L. K. & Prinsen, T. J. (2016), Decisions, Decisions: Factors That Influence A Patient's Medical Tourism Choices, *Quarterly Review Of Business Disciplines*, 3(3), 195-212.
- Flores, G., Abreu, M., Olivar, M. A. & Kastner, B. (1998), Access Barriers To Healthcare For Latino Children, *Arch Pediatr Adolesc Med*, 152(11), 1119-1125.
- Fortier, J. P. (2010), Migrant-Sensitive Health Systems, Global Consultation On Migrant Health, National School Of Public Health, Madrid.
- Frost & Sullivan (2010), Malaysia's Medical Tourism Industry Has Healthy Vitals. [Http://Www.Frost.Com/Prod/Servlet/Press-Release.Pag?Docid=198719183](http://www.frost.com/prod/servlet/press-release.pag?docid=198719183) (Erişim Tarihi: 07.08.2024)
- Gheorghe, R., Zurcher, A. & Filippi, A. (2017), Dental Tourism From Switzerland To Germany, *Swiss Dental Journal*, 127 (7-8), 618-633.
- Glinos, I. A. & Baeten, R. (2006), A Literature Review Of Cross-Border Patient Mobility In The European Union, [Https://Lekuvam.Se/Wp-Content/Uploads/2020/03/37.-Wp12\\_Lit\\_Review\\_Final.Pdf](https://Lekuvam.Se/Wp-Content/Uploads/2020/03/37.-Wp12_Lit_Review_Final.Pdf) (Erişim Tarihi: 15.03.2024).
- Glinos, I. A., Baeten, R., Helble, M. & Maarse, H. (2010), A Typology Of Cross-Border Patient Mobility, *Health And Place*, 16(6), 1145-1155.
- Hanefeld, J., Lunt, N., Smith, R. & Horsfall, D. (2015), Why Do Medical Tourists Travel To Where They Do? The Role Of Networks In Determining Medical Travel, *Social Science Medicine*, 124, 356-363.
- Henderson, J. (2003), Healthcare Tourism In Southeast Asia, *Tourism Review International*, 7, 111-121.
- Heung, V. C. S., Kucukusta, D. & Song, H. (2010), A Conceptual Model Of Medical Tourism: Implications For Future Research, *Journal Of Travel And Tourism Marketing*, 27(3), 236-251.
- Hofstede, G. (1980), *Culture Consequences: International Differences In Work-Related Values*, London: Sage.
- Horton, S. & Cole, S. (2011), Medical Returns: Seeking Health Care In Mexico, *Social Science & Medicine*, 72(11), 1846-1852.
- Huang, W. J., King, B. & Suntikul, W. (2017), Vfr Travel And The Tourist Gaze: Overseas Migrant Perceptions Of Home, *Int J Travel Res*, 19(4), 421-434.
- Imtj, International Medical Travel Journal (2010, 8 October), Malaysia: Relaxation Of Rules On Advertising May Help Medical Tourism To Malaysia, [Http://Www.Imtj.Com/News/?Entryid82=252541](http://www.imtj.com/news/?entryid82=252541) 2010 (Erişim Tarihi: 03.07.2024).
- Inhorn, M. C. (2011), Diasporic Dreaming: Return Reproductive Tourism To The Middle East, *Reproductive Biomedicine Online*, 23(5), 582-591.
- Iwhta, International Wellness And Healthcare Travel Association (2010), Countrywise Patients In-Flow Analysis Of Hospitals', Newsletter No. 35/38.
- Jaapar, M., Musa, G., Moghavvemi, S. & Saub, R. (2017), Dental Tourism: Examining Tourist Profiles, Motivation And Satisfaction, *Tourism Management*, 61, 538-552.

- Jagyası, P. (2010), Medical Tourism Impact. It's More Than Obvious. [Http://Www.Medicaltourismmagazine.Com/Article/Medical-Tourism-İmpact-İt-Smore-Thanobvious.Html](http://www.medicaltourismmagazine.com/article/medical-tourism-impact-it-smore-than-obvious.html) (Erişim Tarihi: 08.02.2024).
- Jesus, M. D. & Xiao, C. (2013), Cross-Border Health Care Utilization Among The Hispanic Population İn The United States: Implications For Closing The Health Care Access Gap, *Ethnicity & Health*, 18(3), 297-314.
- Jiang, M., Qiao, G., Hou, S. & Zhao, L. (2024), Understanding The Impact Of Psychological Distance On Medical Tourism Intention: The Health Belief Model Perspective, *Journal Of Quality Assurance İn Hospitality & Tourism*, 1-25.
- Kangas, B. (2002), Therapeutic Itineraries İn A Global World: Yemenis And Their Search For Biomedical Treatment Abroad, *Medical Anthropology*, 21(1), 35-78,
- Kangas, B. (2010), Traveling For Medical Care İn A Global World, *Medical Anthropology*, 29, 344-362.
- Köroğlu, G. (2021), Sağlık Çalışanlarına Göre Medikal Turizm Endeksi Faktörlerinin Değerlendirilmesi, *Yayınlanmamış Doktora Tezi*, Atılım Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, Ankara.
- Lajevardı, M. (2016), A Comprehensive Perspective On Medical Tourism Context And Create A Conceptual Framework, *Journal Of Recreation And Tourism Research*, 3(3), 35-52.
- Lee, J. Y., Kearns, R. A. & Friesen, W. (2010), Seeking Affective Healthcare: Korean Immigrants' Use Of Homeland Medical Services, *Health & Place*, 16, 108-115.
- Liu, C. & Chen, C. (2013), Cultural Issues İn Medical Tourism, *American Journal Of Tourism Research*, 2(1), 78-83.
- Lokdam, N., Kristiansen, M., Handlos, L. N. & Norredam, M. (2016), Use Of Healthcare Services İn The Region Of Origin Among Patients With An Immigrant Background İn Denmark: A Qualitative Study Of The Motives, *Bmc Health Services Research*, 16 (99), 1-10.
- Lunt, N. (2020), The United Kingdom's Somali Populations As Medical Nomads, *Journal Of Ethnic And Migration Studies*, 46(20), 4193-4210.
- Lunt, N., Smith, R. D., Mannion, R., Green, S. T., Exworthy, M., Hanefeld, J., Horsfall, D., Machin, L. & King, H. (2014), Implications For The Nhs Of İnward And Outward Medical Tourism: A Policy And Economic Analysis Using Literature Review And Mixed-Methods Approaches, *Health Services And Delivery Research*, 2 (2).
- Mainil, T., Loon, F., Dinnue, K., Botterill, D., Platenkamp, V. & Meulemans, H. (2012), Transnational Health Care: From A Global Terminology Towards Transnational Health Region Development, *Health Policy*, 108, 37-44.
- Mathijssen, A. (2019), Home, Sweet Home? Understanding Diasporic Medical Tourism Behaviour. Exploratory Research Of Polish Immigrants İn Belgium, *Tourism Manag*, 72, 373-385.
- Mathijssen, A. & Dziedzic, E. B. (2024), Diasporic Medical Tourism: Examining Tourists' Profiles, Antecedents And Behavioural Intention, *European Journal Of Tourism Research*, 37, 1-36.



- Mathijssen, A. & Mathijssen, F. P. (2020), Diasporic Medical Tourism: A Scoping Review Of Quantitative And Qualitative Evidence, *Globalization And Health*, 16(27), 1-15.
- Menvielle, L., Menvielle, W. & Tournois, N. (2011), Medical Tourism: A Decision Model In A Service Context, *Preliminary Communication*, 59(1), 47-61.
- Migge, B. & Gilmartin, M. (2011), Migrants And Healthcare: Investigating Patient Mobility Among Migrants In Ireland, *Health & Place*, 17(5), 1144-1149.
- Milstein, A. & Smith, M. (2006), America's New Refugees – Seeking Affordable Surgery Offshore, *New England Journal Of Medicine*, 355(16), 1637-1640.
- Moghimehfar, F. & Nasr-Esfahani, M. (2011), Decisive Factors In Medical Tourism Destinations Choice: A Case Study Of Isfahan, Iran And Fertility Treatments, *Tourism Management*, 32, 1431-1434.
- Musa, G., Thurumoorthi, T. & Doshi, D. (2012), Travel Behaviour Among Inbound Medical Tourists In Kuala Lumpur, *Current Issues In Tourism*, 15(6), 525-543.
- Muth, S. (2015), Russian As A Commodity: Medical Tourism And The Healthcare Industry In Post-Soviet Lithuania, *International Journal Of Bilingual Education And Bilingualism*, 20(4), 404-416.
- Naranong, A. & Naranong, V. (2011), The Effects Of Medical Tourism: Thailand's Experience, *Bulletin Of The World Health Organisation*, 89, 336-344.
- Nielsen, S. S., Yazıcı, S., Petersen, S. G., Blaakilde, A. L. & Krasnik, A. (2012), Use Of Cross-Border Healthcare Services Among Ethnic Danes, Turkish Immigrants And Turkish Descendants In Denmark: A Combined Survey And Registry Study, *Bmc Health Services Research*, 12, 390.
- O'leary, J. T., Lee, G., Kim, J. E. & Nadkarni, N. (2015), Travel In The United States: An Examination Of Vfr Travel. E. Backer, & B. King İçinde, *Vfr Travel Research: International Perspectives* (Pp. 121-133), Bristol: Channel View Publications.
- Ormond, M. (2013), *Neoliberal Governance And International Medical Travel In Malaysia*, London: Routledge.
- Ormond, M. & Lunt, N. (2019), Transnational Medical Travel: Patient Mobility, Shifting Health System Entitlements And Attachments, *Journal Of Ethnic And Migration Studies*, 46(20), 4179-4192.
- Osipovič, D. (2013), If I Get Ill, It's Onto The Plane, And Off To Poland. Use Of Health Care Services By Polish Migrants In London, *Central And Eastern European Migration Review*, 2(2), 98-114.
- Polat, G. (2021), Medikal Turistlerin Deneyimleme Kalite Algıları Ve Tavsiye Etme Niyeti Arasındaki İlişkide Müşteri Güveni Ve Müşteri Memnuniyetinin Aracılık Rolü, *Yayımlanmamış Doktora Tezi*, Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, Nevşehir.
- Polat, G. & Öztürk, İ. (2021), Current Supporting Practices In Health Tourism, V. Krystev, S. Çelik Uğuz, R. Efe, E. Kapluhan İçinde, *Tourism Studies And Social Sciences* (Pp.375-391). Sofia: St. Kliment Ohridski University Press.

- Pollard, K. (2012), How Can We Measure A Destination's Attractiveness? <https://www.laingbuissonnews.com/İmtj/Opinion/How-Can-We-Measure-A-Destinations-Attractiveness/> (Erişim Tarihi: 05.12.2023).
- Pornwasin, A. (2014), Bangkok's Bumrungrad Eyes 3 Million Foreign Patients Next Year, The Nation, <http://goo.gl/Lwkvq4>. (Erişim Tarihi: 05.12.2023).
- Rokni, L., Pourahmad, A., Langroudi, M. H., Mahmoudi, M. R. & Heidarzadeh, N. (2013), Appraisal The Potential Of Central Iran, In The Context Of Health Tourism, *Iranian J Publ Health*, 42(3), 272-279.
- Scispace, (2024), What Is The Cultural Proximity Theory? <https://typeset.io/questions/what-is-the-cultural-proximity-theory-3508mzch9g> (Erişim Tarihi: 05.12.2023).
- Sevim, E. (2019), Türkiye'de Medikal Turizmin Swot-Aas İle İncelenmesi, *Yayınlanmamış Doktora Tezi*, İstanbul Üniversitesi Cerrahpaşa Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Sağlık Yönetimi Abd, İstanbul.
- Şekercan, A., Lamkaddem, M., Snijder, M. B., Peters, J. G. & Essink-Bot, M. (2014), Healthcare Consumption By Ethnic Minority People In Their Country Of Origin, *European Journal Of Public Health*, 25(3), 384-390.
- Taiwanholidays.Com.Au (2007), Markets Open Up For Medical Tourism To Taiwan: Investors See Medical Tourism Potential In Taiwan, <http://www.taiwanholidays.com.au/taiwan-markets-open-up-for-medical-tourism-to-taiwan> (Erişim Tarihi: 18.02.2024).
- Tseng, H. (2013), Medical Health Care Tourism: Why Patients Go Overseas And What Nurse Practitioners Need To Know, *International Journal Of Healthcare Management*, 6(2), 132-135.
- Üstün, U. (2022), Türkiye'nin Medikal Turizmde Tercih Edilme Nedenlerinin Medikal Turizm Endeksi Çerçevesinde Değerlendirilmesi: Karma Bir Araştırma, *Yayınlanmamış Doktora Tezi*, İstanbul Medipol Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Vargas, A. B. (2020), Us-Mexico Cross-Border Health Visitors: How Mexican Border Cities In The State Of Baja California Address Unmet Healthcare Needs From Us Residents, *Journal Of Ethnic And Migration Studies*, 46(20), 4230-4247.
- Vasile, F. L. (2017), Traveling For Medical Tourism–The Diaspora's Motivation, *Cactus Tourism Journal*, 15(1), 6-13.
- Voigt, C., Laing, J., Wray, M., Brown, G., Howat, G., Weiler, B. & Trembath, R. (2010), Health Tourism In Australia: Supply, Demand And Opportunities, Australia: Crc For Sustainable Tourism Pty Ltd.
- Wahyudi, V. A. & Yasli, I. (2019), Impact Of Medical Tourism: A Systematic Review, *The 6th International Conference On Public Health*, Solo, Indonesia.
- Walker, R., Wu, D., Sothi-O-Soth, M. & Parr, A. (1998), New Zealand's Asian Population: Viewson Health And Health Services, Health Funding Authority, Auckland.
- Wallace, S., Mendez-Luck, C. & Castaneda, X. (2009), Heading South: Why Mexican Immigrants In California Seek Health Services In Mexico, *Medical Care*, 47, 662-669.
- Wang, H. Y. (2012), Value As A Medical Tourism Driver, *Managing Service Quality*, 22(5), 465-491.

- Webb, D. (2015), *Optimizing Nutrition Before Surgery*, *Today's Dietician*, 17, 10. Retrieved From [Http://Www.Todaysdietitian.Com/Newarchives/011315p10.Shtml](http://www.todaysdietitian.com/newarchives/011315p10.shtml) (Erişim Tarihi: 07.12.2023).
- Whittaker, A., Leng, C. H. & Hong, P. H. (2017), *Regional Circuits Of International Medical Travel: Prescriptions Of Trust, Cultural Affinity And History*, *Asia Pacific Viewpoint*, 58(2), 136-147.
- Wu, H-C., Li, T. & Meng-Yu, L. (2016), *A Study Of Behavioral Intentions, Patient Satisfaction, Perceived Value, Patient Trust And Experiential Quality For Medical Tourists*, *Journal Of Quality Assurance In Hospitality & Tourism*, 17(2), 114-150.
- Xu, Q. J. & Jiang, J. (2010), *The Moderating Role Of Cultural Similarity In Leadership Training Effectiveness*, *Journal Of European Industrial Training*, 34(3), 259-269.
- Ye, B., Qiu, H. & Yuen, P. (2011), *Motivations And Experiences Of Mainland Chinese Medical Tourists In Hong Kong*, *Tourism Management*, 32, 1125-1127.
- Yirik, Ş., Ekici, R. & Baltacı, F. (2015), *Medikal Turizm (İçinde: Türkiye Ve Dünyada Sağlık Turizmi)*, Ankara: Detay Yayıncılık.
- Zhang, J. & Lee, H. Y. (2018), *The Cultural Similarity Effects On The Industry Of Medical Tourism* (*Jadb*), 9(1), 67-76.



ISSN: 2651-2742

2024- Cilt: 7 Sayı: 2

Sayfa: 137-147.

Dergi Web Sitesi: <http://sita.cumhuriyet.edu.tr/tr/>

Gönderilme Tarihi :15.08.2024

Kabul Tarihi: 05.11.2024

Araştırma Makalesi (Research Article)

**SEMBOLİZMİN KÖKÜ, ZEVK, ACI ve POLİTİKA İÇİN BİR METAFOR OLARAK: SALVADOR DALÍ'NİN SÜRREALİST YEMEK TABLoları**

The Root of Symbolism as a Metaphor For Pleasure, Pain and Politics: Salvador Dali's Surrealist Food Paintings

Nida Anıl KAZANÇ\* 

Sivas Cumhuriyet Üniversitesi  
Edebiyat Fakültesi

**ÖZ**

" Eğer kalori sayan ve yemek yeme zevkini bir ceza biçimine dönüştürenlerden biriyseniz, bu kitabı hemen kapatın; sizin için fazla canlı, fazla saldırgan ve fazla küstah."

*Salvador Dali, Les Dinners De Gala*

Konu yemek pişirmek olduğunda şefler, resim yapmak olduğunda ressamlar yaratıcıdır. Bu çalışmada iki alanda yaratıcı olan Salvador Dalí'nin sürrealist yemek tabloları sembolizmin kökü, zevk, acı ve politika için metaforik anlatımları üzerinden anlaşılmasına çalışılacaktır. Çalışma Salvador Dalí'den ilham alan gerçeküstü yemek fikirleri ve resimleriyle sanat dünyasının mutfaklarına göz atmayı amaçlamaktadır. Katalan sürrealist ressam Salvador Dalí'nin yalnızca kendi mesleğinde değil aynı zamanda parti ve sofraya düzenleme sanatında da usta olduğu kabul edilmektedir. Dalí, "Yemek yapmak resim yapmaya çok yakın, yemek yapmakla meşgul olduğumda, biraz bundan, biraz şundan ekliyorum, resim yapmak gibi" diyerek hayatı boyunca yiyeceklere hayranlığını dile getirmektedir. Daha altı yaşındayken, anaç bir aşçı olmak istediğini ilan etmiş dünya çapında tanınan bir sanatçı olmuş ama mutfakla ilgili şeylere olan hayranlığı hayatı boyunca devam ettirmiştir. Dolayısıyla "Les Dinners de Gala" 1973'te yayımlandığında, kitabı resimleyen sürrealist sanatçı için bu tam anlamıyla bir rüyanın gerçekleşmesi olmuştur. 1973'te yalnızca bir kez basılan alanında sıra dışı olan yemek kitabı; 136 tarif, Dalí'nin bu yayın için özel olarak yarattığı son derece tuhaf illüstrasyonlar ve kolajlardan oluşmaktadır. Yemek kitabı 12 bölüme ayrılmıştır. Yemek kitabı hem yemek

\* Sorumlu Yazar: nanilkazanc@cumhuriyet.edu.tr

**Önerilen Atıf:** Kazanç N. A. (2024). Sembolizmin Kökü, Zevk, Acı ve Politika İçin Bir Metafor Olarak: Salvador Dalí'nin Sürrealist Yemek Tabloları, Sivas İnterdisipliner Turizm Araştırmaları Dergisi, 7(2), 137-147.

tutkusu hem de sanatçının uzun süredir sevgilisi ve eşi olan Gala düşünülmüş olarak oluşturulmuştur. Ressamın tıpkı resimleri gibi yemek tarifleri de aynı anda hem tiksindirecek hem de eğlendirecek şekilde tasarlanmıştır. Kitapta sıra dışı illüstrasyonların yanı sıra sanatçının farklı yemekleri tükettiği ya da bunların arasında oturduğu fotoğraflar da yer almaktadır.

Salvador Dalí için yemek hiçbir zaman sadece bir beslenme kaynağı olmamıştır. Sanatçıya göre yemek, incelikli ve sıklıkla gözden kaçırılan sosyal ve politik anlamlarla doludur. Dalí, yemeği sembolizmin kökü seks, zevk, acı ve politika için bir metafor olarak kullanmıştır. Adı geçen kitabın içerdiği 136 tarife rağmen "Koyun Beyinli Avokado Tostu", "Kurbağa Kreması" veya "Salyangozla Doldurulmuş Dana Pirzola" muhtemelen herkesin damak tadına hitap etmiyordu ancak Salvador Dalí'nin ütöpik betimlemeleri 70'lerin sosyo-politik yapısı ve tuhaf tarif çizimleri kesinlikle stüdyodan yemek masasına geçişte incelemeye değer görünümsergilemektedir. Sembolizmin Kökü, Zevk, Acı ve Politika İçin Bir Metafor Olarak: Salvador Dalí'nin Sürrealist Yemek Tabloları adlı çalışma Salvador Dalí'nin görsel sanatlar ile gastronomi ilişkisini "Les Diners de Gala" kitabındaki örnekler üzerinden değerlendirmeyi amaçlamaktadır.

**Anahtar Kelimeler:** Gastronomi, Salvador Dali, Resim, Les Diners de Gala.

#### ABSTRACT

In Dalí's introduction, he warned the reader: "*If you are a slave to one of those calorie counters that turn the pleasure of eating into a kind of punishment, close this book immediately.*" "*He's too lively, too aggressive, too brash for you.*"

Chefs are creative when it comes to eating, and painters are creative when it comes to painting. In our work, we aim to take a look at the kitchens of the art world with surreal food ideas and paintings inspired by Salvador Dalí. Catalan Surrealist painter Salvador Dalí was a master not only in his craft but also in the art of party and table setting. Dali says, "Cooking is very close to painting. When we are busy making a meal, I add a little of this and a little of that, it's like painting." Salvador Dali, a lifelong admirer and self-proclaimed "motherly cook" at just six years old, eventually became an artist, but his fascination with the kitchen continued throughout his life. So when "Les Diners de Gala" was published in 1973, it was, quite literally, a dream come true for the surrealist artist who illustrated the book. The extraordinary cookbook, published only once in 1973, consisted of 136 recipes, along with extremely whimsical drawings and collages that Dalí created specifically for this publication. The original cookbook was printed only once. The strange cookbook can be divided into 12 chapters, with the 10th chapter devoted to aphrodisiacs. The cookbook was included considering both his passion for food and the artist's long-time girlfriend and wife, Gala. Like the artist's paintings, his recipes are designed to disgust and amuse at the same time. In addition to extraordinary illustrations, the book includes photographs of the artist consuming different foods or taking part in them.

For Salvador Dalí, food was never just a source of nutrition. For the artist, food was full of subtle and often overlooked social and political meanings. Dalí used food as the root of symbolism and a metaphor for sex, pleasure, pain, and politics. Despite the 136 recipes contained in the aforementioned book, "Avocado Toast with Sheep Brains", "Frog Cream" or "Veal Cutlets Stuffed with Snails" probably did not appeal to everyone's taste, but Salvador Dalí's utopian depictions, the socio-political structure of the 70s and strange recipe illustrations

certainly It displays looks worth examining when transitioning from the studio to the dining table. The study titled The Root of Symbolism as a Metaphor for Pleasure, Pain and Politics: Salvador Dalí's Surrealist Food Paintings aims to evaluate Salvador Dali's relationship between visual arts and gastronomy through the examples in his book "Les Dinners de Gala".

**Keywords:** Gastronomy, Salvador Dali, Painting, Les Dinners de Gala.

## Giriş

Salvador Dalí yemek kitabının giriş kısmında okuyucuyu şöyle uyardı: " *Eğer kalori sayan ve yemek yeme zevkini bir ceza biçimine dönüştürenlerden biriyseniz, bu kitabı hemen kapatın; sizin için fazla canlı, fazla saldırgan ve fazla küstah.*"

*Salvador Dali, Les Dinners de Gala, 1973.*

Salvador Dalí için yemek hiçbir zaman sadece beslenme kaynağı olmadı.1904 yılında İspanya'nın Katalonya kentindeki küçük Figueres kasabasında doğan Dalí'nin yemeğe olan tutkusu en başından beri ortadaydı ve aile üyeleri de onun yenilebilir olan her şeye olan içten sevgisini doğruladılar. Salvador Dalí'nin Gizli Hayatı adlı kitabının önsözünde sanatçı şunları yazdı: " Altı yaşındayken aşçı olmak istiyordum. Yedi yaşındayken Napolyon olmak istedim. Ve o günden bu yana hırsım istikrarlı bir şekilde artıyor "(Dali, 1993;7).1922'de San Fernando Kraliyet Güzel Sanatlar Akademisi'nde okumak için Madrid'e taşındı ve burada avangard akımlarla daha yakından tanıştı, Kübizm, Dada ve Fütürizm arasında kendi sanatsal üslubunu bulmaya çalıştı. Ancak hayatındaki en önemli dönüm noktası, 1926'da Paris'e taşınmasıydı. Burada ilkeleri heyecanla benimsenen Sürrealizm ve sanatının ilham kaynağı Gala ile tanıştı.

Sanatçıya göre yemek, incelikli ve sıklıkla gözden kaçırılan sosyal-politik anlamlarla doluydu. Dalí, yemeği sembolizmin kökü, seks, zevk, acı ve politika için bir metafor olarak kullandı. Dolayısıyla *Les Dinners de Gala* 1973'te yayımlandığında, kitabı resimleyen sürrealist sanatçı için bu tam anlamıyla bir rüyanın gerçekleşmesiydi. 1973'te yalnızca bir kez basılan, eşine ithaf ettiği tuhaf yemek kitabı, 136 tarifi, Dalí'nin bu yayın için özel olarak yarattığı son derece tuhaf illüstrasyonlar, kolajlar ve kendisinin davet fotoğraflarıyla birleştiriyor. Pek çok sanatçı kariyerinin sonuna doğru kutlama, armağan kitapları ve otobiyografiler yazma eğilimindeyken, 69 yaşında bile daima akıntıya karşı yüzen Salvador Dali, bunun yerine bir yemek kitabı yayımlamaya karar verdi. Salvador Dali çok yönlü bir sanatçı olarak tuvalin sınırlarına asla boyun eğmedi; resim ve çizimden sahne dekorlarına, kostümlere, heykelden, sinemaya, moda mükemmel bir esneklikle geçiş yapmayı başardı. Bu nedenle onun dehasının, her şeyi kapsayan bir sanatsal araştırmayı sürekli geliştirerek mutfakta yaratıcı ifadenin bir yolunu bulması şaşırtıcı değildir. Aşırı gösterişli bir gastronomi antolojisi olan kitabı Sürrealizm kavramının ve estetiğinin beklenmedik ama mükemmel bir yansıması, sentezidir.

## 1.Salvador Dalí'nin Sanat Anlayışı

İspanyol sanatçı Salvador Felice Jacinto Dali 1904 yılında Katalonya'nın küçük bir kasabası olan Figueres'te doğdu. Sanata ilgi gösteren bir ailede büyüdü. Özellikle annesi tarafından sanatsal açıdan eğitimi desteklenen Dali 1922 yılında Academia da San Fernando'ya kaydoldu. Eğitimi süresince kübizm, metafizik resim gibi dönemin popüler başlıklarına ilgi duydu (Descarnes, 1985;27).1934 yılında sanatçının özel ve sanat hayatını tüm yönleriyle etkileyen,

ilham kaynağı olan Gala ile evlendi. Gala, Dalí'nin sözleşmelerini, iş ilişkilerini yönetti ve hayat boyu arkadaşı oldu.

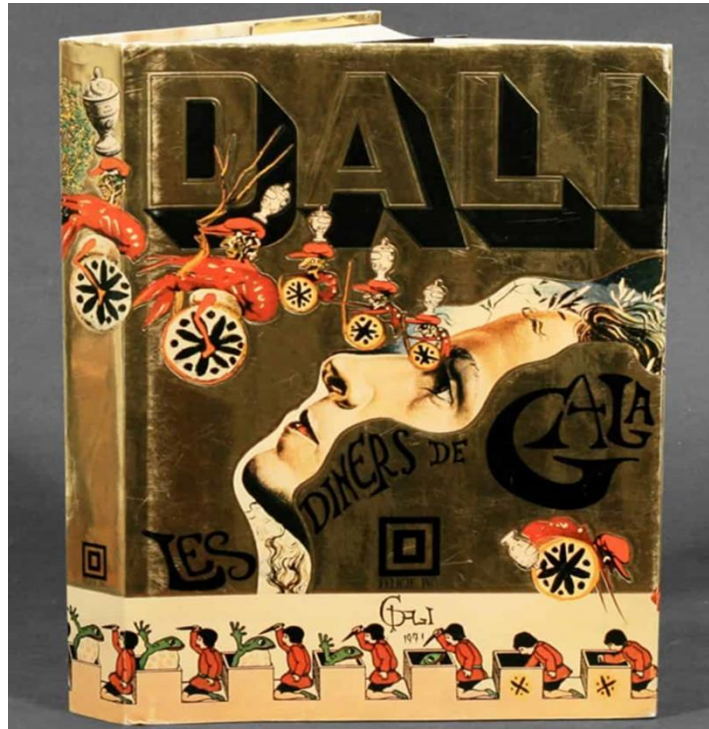
Salvador Dalí öğrencilik yıllarında geleneksel gerçekçilikten kübizme kadar birçok stilde resimler yaptı. Salvador Dali üretimini sadece görsel sanatlarla sınırlandırmadı, sinema, tiyatro, müzik, moda, dekorasyon, gastronomi gibi insan yaşamındaki popüler kavramlarla ilgilendi. Gerçeküstü stil ile 1920'lerin sonu ve 1930'ların başında tanıştı. Akademiyle yollarını ayırdıktan sonra seyahatlere önem verdi, özellikle Paris seyahatleri onun Pablo Picasso, Joan Miro, Rene Margritte gibi isimlerle tanışmasına olanak verdi. Sigmund Freud'un psikanalitik teorilerine ilgi duydu ve bu etkide çalışmalar yapmaya başladı (Freud, 1967; 106). Freud'un yeni, psikanalitik teorilerini resim ve yazıya uygulamaya çalıştı. Dalí, Freud'u ve cinsel bastırmanın rüyalar ve sanrılar biçimini alması hakkındaki fikirlerini iyi tanıyordu ve Sürrealistlerin bu rüyaları boyayla yakalama girişimlerinden etkilenmişti. Yaratıcılığını harekete geçirmek için bilinçaltını kullanmanın yollarını araştırdı. Salvador Dalí, 1927 yılında sürrealist tarzdaki ilk büyük eseri olarak kabul edilen "Aparat ve El "i tamamladı.1928 yılında Dalí, ilk sürrealist filmi "Un Chien Andalou" (Bir Endülüs Köpeği) üzerinde çalıştı (Bunuel, 2006;101-102). Sürrealist olarak anılmasına karşın II. Dünya Savaşı'na giden yıllarda Dalí, André Breton, Luis Buñuel, Picasso ve Miró'nun aksine Avrupa'da faşizmin yükselişini alenen kınamadı. 1934 yılında sürrealistler tarafından resmi olarak gruplarından çıkarıldı. Bu kınamayı "Ben kendim bizat sürrealizmin" diyerek reddeden Dali dünya olayları hakkında bir tavır almaktan kaçındı. 1940'larda bazı eleştirmenler ve tarihçiler Dalí'nin geleneksel anlamda sürrealizmden uzaklaşarak, "mükemmel zevkin, amacı halkı cahilleştirmek ve adını ticari ürünlerle ilişkilendirerek para kazanmak olan bir ressamı ilgilendiren son şey olduğu" tam teşekküllü, kendini öven, kitsch bir estetiğe doğru ilerlediğini iddia etmeleridir (Gibson, 1997; 430-31). Kendi özgün dünyasının hareketlerini eserlerine taşıdı. Nerret, Dalí'nin eserlerinde hakim olan kavramları şöyle açıklıyor " Salvador Dalí'nin süper sanatsal aklını harekete geçiren iki motordan birincisi libido yani cinsel dürtü, ikincisi ise ölüm korkusudur" (Nerret, 2002;47). Dali eserlerinde özellikle Max Ernst, Margirette gibi sanatçıların sürrealist eserlerinde gördüğümüz tuhaf, yıkıcı, sorunlu figürler görüyoruz. (Kuenzli, 1991; 18). Salvador Dali çalışmalarında Freudian imgelere ek olarak merdivenler, anahtarlar, damlayan mumlar, nefret ettiği çekirgeler, karıncalar popüler imgelerdi.



Fotoğraf 1: Salvador Dalı, *Aparat ve El*, 1927, Dalı Müzesi, Florida.

## 2. Les Diners de Gala

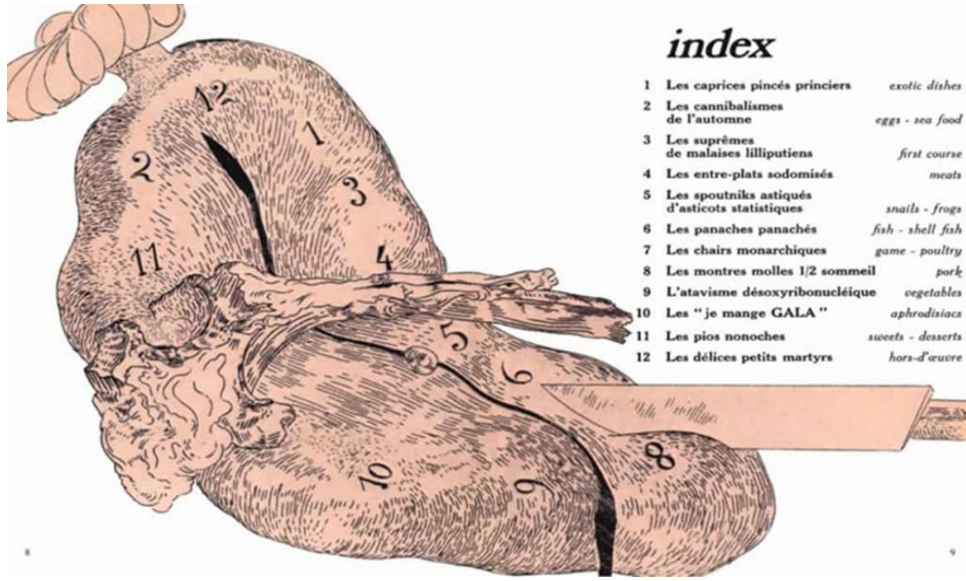
Les Diners de Gala adlı orijinal yemek kitabı yalnızca bir kez 400 kopya olarak basıldı. Kitap için hazırlanan tarifler 70'lerde Kuzey İspanya'da giderek popülerlik kazanan bir mutfak stili olan Nouvelle Cuisine'e dayanıyor. Tasche yayınevi günümüzün yemek ve sanat tutkunlarının bu sayfaları okuyabilmesi için 43 yıl sonra 2016 yılında kitabı yeniden yayımladı. Kitap 136 sıra dışı yemek tarifi, farklı yemek türlerine karşılık gelen on iki bölüme ayrılmıştır (Dalı, 2016;9).





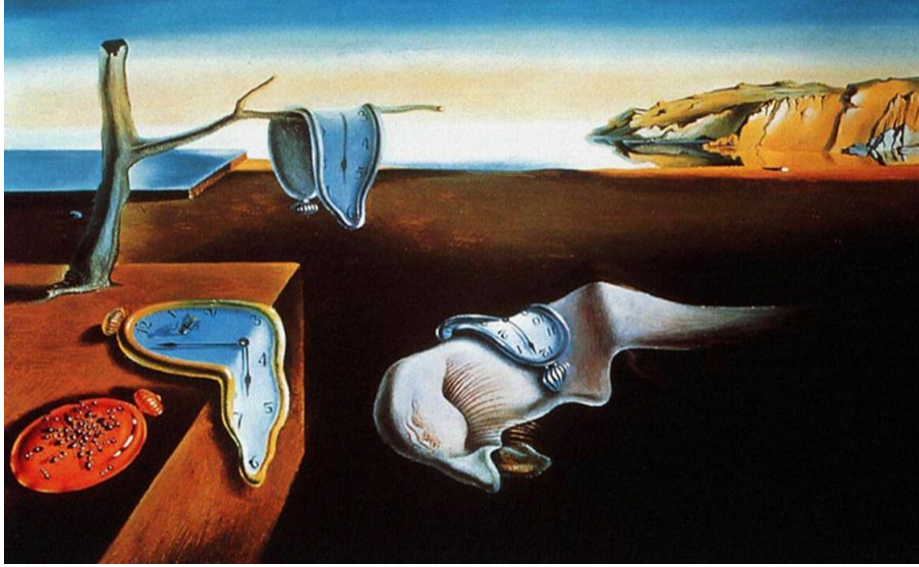
Fotoğraf 2: Savador Dali, Les Dinners de Gala, 1973

Sıra dışı tariflerden bazıları, *Yükselen Güneşin Yılan Balığı*, *Bin Yıllık Yumurta*, *Gevrek Börekte Yer Mantarı*, *Külkedisi* ve *Sülün Raphael Ravenga*'dır. İlginç bir şekilde, alışılmadık malzemelere ve hazırlama yöntemlerine rağmen, kitapta yer alan tarifler aslında Paris'in en iyi ve Dalı'nın sık gittiği bilinen restoranların menülerinden alınmıştı. Salvador Dalı'nın tüm eserlerinde yemekle ilgili sembolizmin izlerini bulmak mümkündür. Kariyeri boyunca Dalı sık sık en sevdiği şeyleri tüketmeyi arzuladığından söz etti, örneğin; Gala'nın güzel yüzü. Bir keresinde şöyle yazmıştı: "Bir şeyleri gözlerimizle yutmak yeterli görünmüyor. Onların varlığına aktif ve etkili bir şekilde katılma kaygımız bizi onları yemek istemeye yöneltiyor" (Nerret, 2002;217). Sürrealist tablolarının çoğunda açıkça görüldüğü gibi Dalı'nın özellikle peynire, ıstakozlara, ekmeğe, deniz kestanelerine ve yumurtalara takıntısı vardı.



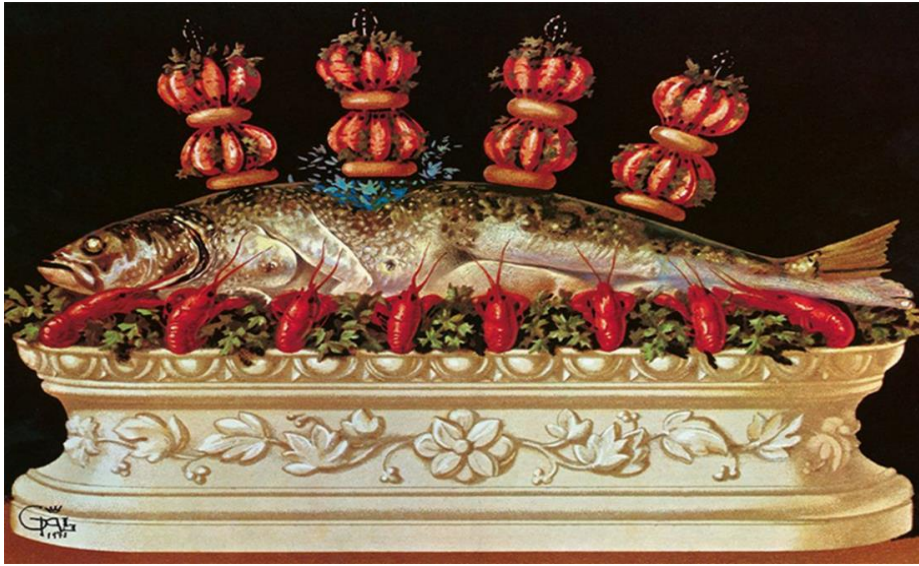
Fotğraf 3: Les Dinners de Gala Index, 1973, Taschen.

İkonik tablosu, Belleğin Azmi'nde Albert Einstein'ın görelilik teorisini yorumlayıp yorumlamadığı sorulduğunda Dalı; yumuşak saatlerin güneşte eriyen Camembert peynirinin sürrealist algısından ilham aldığını söyledi (Dali, 2016; 210). Bu ifade, şeyleri olduğu gibi kabul etmememizi, bunun yerine konuya tamamen farklı bir açıdan yaklaşmamızı, yeni bir sonuç bulmak için zihinlerimizi farklı bir yola sokmamızı öneriyor.



Fotoğraf 4: Salvador Dalí, Belleğin Azmi( Eriyen Saatler) ,1931, MOMA, New York.

Diğer bir tutkusunun İstakoz olduğunu sıklıkla ifade eden Dalí'nin bir kadının şehvetli vücudunu kırmızı karideslerle donatan eseri bu tutkunun temsilidir. Efsanevi istakozların yanı sıra en sevdiği mutfak unsurları arasında ekmeğe tercihi de vardı. Her şeyden önce ekmeğe Dalí'nin hayal gücünü besliyordu. Bagetler, resimlerinde geleneksel Katalan tavasıyla birlikte sık sık karşımıza çıkıyor bunların hepsi Dalí'nin beslenme takıntısına işaret etmekte.



Fotoğraf 5: Salvador Dalí Les Dinners de Gala İllüstrasyon, 1973.

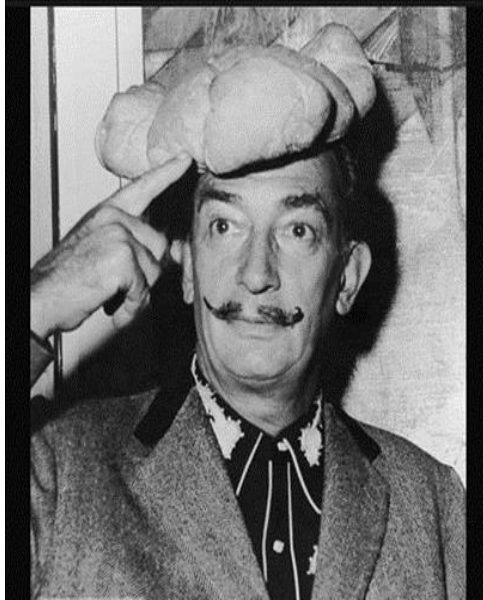
Dalí, çizimlerin ve tariflerin ötesinde, bu kitabı belirli yiyecekler hakkındaki görüşlerini sunmak için de kullanmıştır. Örneğin, belirli bir biçimi olmayan yiyeceklerden nefret ettiğini ifade eden ressam, ıspanağı örnek olarak gösteriyor ve şöyle devam ediyor: "İspanak denen o iğrenç, aşağılayıcı sebzedenden nefret ediyorsam, bunun nedeni onun Özgürlük gibi şekilsiz, bazı hallerde tanımlanamaz olmasıdır. Genelde gıdaya, özelde ise ıspanağa olumlu- olumsuz büyük bir estetik ve ahlaki değer atfediyorum. Şekilsiz ıspanağın zıttı zırhtır. Zırh yemeyi seviyorum, aslında tüm kabuklu balıkları seviyorum, sebebi sadece soyma savaşıyla damak zevkimizin fethedilmesine açık hale gelen zorlu yiyecekleri sevmem" (Dalí, 2016; 75).

Dali evreninin bir diğ er ikon u da yumurtaydı. Bu ikonla annesinin rahmindeki biçimlendirici yaşamını mükemmel bir şekilde hatırlayabildiğine ikna olmuştu: Bu berrak anı, zihninde amniyotik sıvıda onunla birlikte salınan iki muhteşem ve fosforlu kızarmış yumurtanın etkileyici görüntüsüyle örtüşüyordu. Bu inanç onu yumurtanın bir rahim sembolü olarak yüceltilmesine yol açtı.



Fotoğraf 6: Salvador Dalı, *Les Diners De Gala* İllüstrasyon, 1973.

80 yaşındayken, büyük bir sürrealist anıt olarak kendi müzesini tanımladığında dış çevrenin tamamının düzinelerce yumurtanın yerleşimin yanı sıra tipik Katalan ekmeğinin binlerce temsiliyle kaplanmasını tasarladı. Dalı'nın devasa ekmek somunlarını etrafta gezdirme alışkanlığı da vardı. "Ekmek, çalışmalarım daki en eski fetişizm ve takıntı temalarından biridir; aslında ilki ve en sadık olanıdır" demiştir.



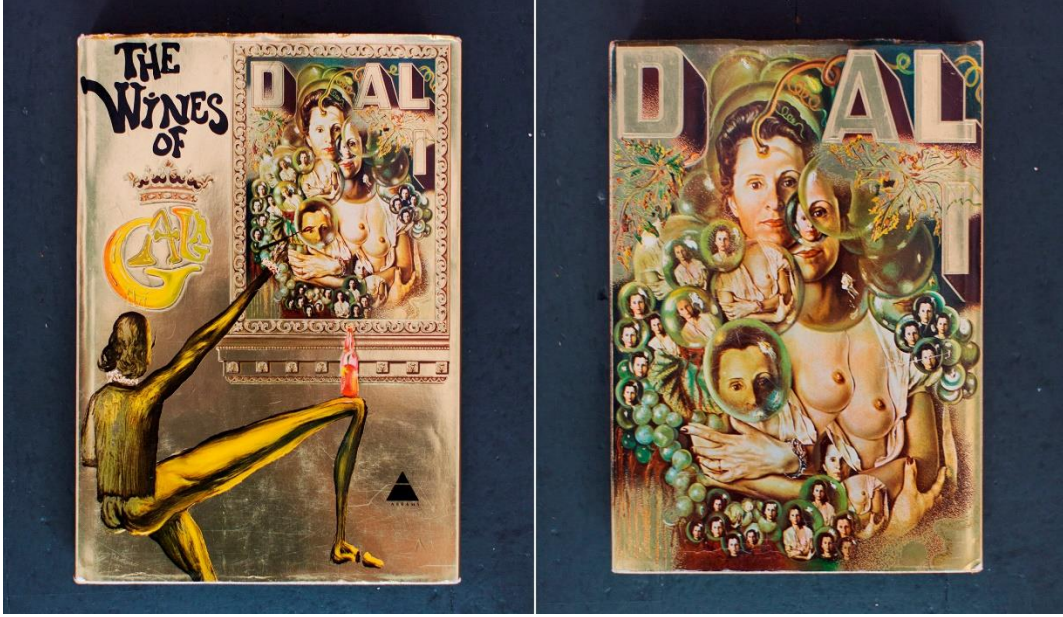
Fotoğraf 7: Salvador Dalı, 1958.



## SONUÇ

Salvador Dalí'nin duyuşsal zevklerden yararlanmayı amaçlayan sanat formları olarak gastronomiye bakış açısı dikkate değerdir. Dali'nin hayatının yemekle ilgili önemli anekdotlar ve hikayelerle dolu olduğunu ve bunların daha sonra sanatında gizemli bir şekilde yer aldığı söylenebilir. Yayınımızda değerlendirdiğimiz *Les Dinners de Gala*, Taschen yayınevini yemek kitabı aynı zamanda sanatçının efsane niteliğindeki gösterişli, pahalı, narsistik akşam yemeği partilerine de dikkat çekmekle kalmayıp 1970 lerin sosyo-politik okumasının yapılmasını mümkün kılıyor. Tematik menüsü, onun yaratıcı tariflerini modern zamanlara yeniden yorumluyor ve uyarlama imkanı tanıyor.

Bahsi geçen yemek kitabında dönemin popüler akımı Sürrealizm ve Dali üzerine bir okuma yapılması mümkündür. Sürrealizm Birinci Dünya Savaşı'ndan sonra insanlara hayatın acımasız koşullarından ve gerçeklerinden kaçmak için bir yol ararken diretilen ilkelere direnç göstermelerini sağladı ve özgürlük arzusunu teşvik etti. Sürrealizmin politik tutumunun zaman içinde değiştiğini ve hareketin çeşitli üyelerinin farklı görüşlere sahip olduğunu belirtmek önemlidir (Schmeller, 1980, 102). Salvador Dali'nin faşizme olan desteği ve sürrealizmle özdeşleşmesi, ayrıca Adolf Hitler'e olan sevgisi, bir sanatçının eserleri ile kişisel inançları arasındaki bağlantıya dair algımızla ilgili endişe uyandıran şaşırtıcı bir çelişki sunar, bu çelişki şöhret ve finansal başarıya artan takıntısından kaynaklandığı söylenebilir (Breton, 1965,52). *Les Dinners de Gala* ile ilişkilendirdiğimiz sosyo-politik okuma Dali'nin politik, siyasi dünyası ile sanatı arasındaki nüanslı ilişkiyi; bir sanatçının bireysel görüşlerinin sanatsal girişimlerini nasıl etkileyebileceğini veya hatta onlarla nasıl çatışabileceğini vurgulaması açısından önemlidir. Popülarite, gösteriş, sınır tanımazlık, narsizm ve dünyevi zevklere düşkünlük sanatçının içinde bulunduğu sanatçı grubunun manifestolarıyla ters düşmüştür. Dali'nin bahsi geçen kavramlarla ilişkisi lezzet zevklerine adanmış kitabı *Les diners de Gala* da vücut bulmuştur. Salvador Dali'ye göre yemek ve gerçeküstüçülük mükemmel birer yol arkadaşısıdır ( Dali,1993,123). Bu kitap duygusallık, tuhaflık ve grotesk arasında hassas bir dengeye sahiptir ve hem en cesur gözler hem de damak zevkleri için bir sanat eseri, pratik bir rehberdir. Dalí, yemeyi kendi varlığıyla (persona) ilişkilendirdi ona yeni anlamlar kazandırır, Gastronomiyi de sanat tarihiyle ilişkilendirdi. 1973'te basılan *Les diners de Gala*; Dali ve Gala'nın şöhretli toplantılarını oluşturan şehvetli, yaratıcı ve egzotik unsurları tanımamıza; görsel sanatlar ve gastronominin görkemli iş birliğine tanıklık etmemize imkan tanıyor. Salvador Dalí, resim yapmanın yanı sıra iyi yemek yeme sanatını da geliştirdi. Yemeğin özellikle ekmek, yumurta, peynir, istakoz, süt, balık, et pizzolaları ressamın gastronomiye bir sanat formu olarak duyduğu neredeyse takıntılı hayranlığı yakalamayı amaçlayan sembolik stratejiler veya ifade edici metaforlar olarak hizmet ettiğini gözlemliyoruz. *Les diners de Gala*'nın büyük başarısı 4 yıl sonra sürrealizmin dehası Salvador Dalí'yi *The Wines of Gala* adlı yeni bir eserle taçlandırmaya yöneltti.



Fotoğraf 8: Salvador Dalı, *The Wines of Gala*, 1977.

## KAYNAKÇA

- Bunuel, L. (2006). *Notes on the making of Un Chien Andalou*. In S. MacDonald, *Art in Cinema: Documents Toward a History of the Film Society*, Philadelphia: Temple University Press.
- Breton, A. (1965). *Surrealism and Painting*. London: Macdonald Pub
- Dali, S. (2016). *Les Dinners De Gala*. Taschen GmbH.
- Dali,S, (1993). *The Secret Life of Salvador Dali*. Dover Publications.
- Descharnes, R. (1985). *Dali*. New York: Harry N. Abrams, Inc., Publishers.
- Freud, S, (1967). *The Interpretation of Dreams*. London: George Allen & Unwin.
- Gibso, Ian.(1997). *The Shameful Life of Salvador Dalı*. Faber and Faber.
- Kuenzli,R.,E.(1991). *Surrealism and Women* .Mit Press.
- Nerret, G. (2002). *Dali*. Koln: Taschen.
- Schmeller, A. (1980). *Surrealism*. New York: Crown Publishers.

## GÖRSEL KAYNAKÇA

Fotoğraf1:<https://collection.thedali.org/mDetail.aspx?rID=1991.1&db=objects&dir=DALIART&osearch=Painting&list=res&rname=&rimage=&page=1>

Fotoğraf 2:<https://magazine.artland.com/les-diners-de-gala-surrealism-on-the-menu-with-salvador-dalis-cookbook/>

Fotoğraf3:<https://www.moma.org/audio/playlist/3/163>

Fotoğraf 4:<https://www.thisiscolossal.com/2016/10/les-diners-de-gala-dali/>

Fotoğraf 5:<https://www.taschen.com/en/books/art/44053/dali-les-diners-de-gala>

Fotoğraf 6:<https://www.bbc.com/news/world-europe-40653883>

<https://punchdrink.com/articles/inside-salvador-dalis-unknown-wine-book/>



ISSN: 2651-2742  
2024- Cilt: 7 Sayı: 2  
Sayfa: 148-160.

Dergi Web Sitesi: <http://sita.cumhuriyet.edu.tr/>

Gönderilme Tarihi: 06.07.2024


Kabul Tarihi: 17.12.2024

Araştırma Makalesi (Research Article)

**TERMAL TURİZM SEKTÖRÜNDE MÜŞTERİ SAYISININ VE MÜŞTERİ KALIŞ SÜRESİNİN TAHMİNİ: HAMAMÖZÜ TERMAL TURİZM İŞLETMESİ ÖZELİNDE MONTE CARLO SİMÜLASYONU UYGULAMASI**

Forecasting the Number of Customers and Customer Length of Stay in Thermal Tourism Sector: Monte Carlo Simulation Application in Hamamözü Thermal Tourism Enterprise

**Fevzi DİKER\***   
Hitit Üniversitesi  
Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu

**Mustafa Alper AÇIKKAPI**   
Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeleri Geliştirme  
ve Destekleme İdaresi Başkanlığı

**ÖZ**

Termal turizm, termomineral su banyoları, fizik tedavi ve rekreasyon imkanlarını bir araya getirerek sağlık ve turizm odaklı bir deneyim sunmaktadır. Amasya'nın Hamamözü ilçesi, antik Roma döneminden bu yana termal kaynaklarıyla tanınmaktadır. İlçede bulunan 116 odalı konaklama tesisi, çeşitli sağlık sorunlarına yönelik tedavi süreçlerini destekleyen termal sular sunmaktadır. Bu çalışma, Hamamözü'ndeki termal turizm işletmesinin 2024-2029 yılları arasındaki müşteri sayısını ve kalış sürelerini Monte Carlo Simülasyonu ile tahmin etmeyi amaçlamaktadır. Çalışma yapılan işletmenin yıllık konaklama gün sayısı ve yıllık ortalama kalış süresindeki belirsizliklerin fazla olması nedeniyle bu yöntem uygulanmıştır. Araştırmada elde edilen bulgular; konaklama gün sayısının ve ortalama kalış süresinin, yıllara göre dalgalanacağını, ancak genel olarak belirli bir düzeyde seyir göstereceğini öngörmektedir. Hamamözü'nde termal turizmin gelişimi için işletmenin genel temizliği, müşteri memnuniyeti ölçümlerinin yapılması ve çevre koruma önlemlerine özen gösterilmelidir. Yenilikçi çözümlerle hizmet kalitesini artırmak müşteri sadakatini güçlendirecektir.

**Anahtar Kelimeler:** Monte Carlo Simülasyonu, Tahminleme, Termal Turizm, Hizmet Üretimi

\* Sorumlu Yazar: fevzidiker@hitit.edu.tr

**Önerilen Atıf:** Diker F. ve Açikkapı M. A. (2024). Termal Turizm Sektöründe Müşteri Sayısının ve Müşteri Kalış Süresinin Tahmini: Hamamözü Termal Turizm İşletmesi Özelinde Monte Carlo Simülasyonu Uygulaması, Sivas İnterdisipliner Turizm Araştırmaları Dergisi, 7(2), 148-160.

## ABSTRACT

Thermal tourism offers a health and tourism-oriented experience by combining thermomineral water baths, physical therapy and recreational opportunities. Hamamözü district of Amasya has been known for its thermal springs since ancient Roman times. The 116-room accommodation facility in the district offers thermal waters that support treatment processes for various health problems. This study aims to forecast the number of customers and length of stay of the thermal tourism establishment in Hamamözü for the years 2024-2029 using Monte Carlo Simulation. This method was applied due to the high uncertainties in the annual number of accommodation days and the annual average length of stay. The findings of the study suggest that the number of accommodation days and average length of stay will fluctuate over the years, but will generally remain at a certain level. For the development of thermal tourism in Hamamözü, attention should be paid to the general cleanliness of the establishment, customer satisfaction measurements and environmental protection measures. Improving service quality with innovative solutions will strengthen customer loyalty.

## 1. GİRİŞ

Termal turizm, termomineral su banyosu, içme, çamur banyosu gibi çeşitli tedavi yöntemlerinin yanı sıra iklim kürü, fizik tedavi, rehabilitasyon, egzersiz, psikoterapi ve diyet gibi destek tedavilerin bir araya getirilmesiyle gerçekleştirilen bir tür tedavi uygulaması olarak tanımlanmaktadır (Kozak, 1992: 33-34).

Termal turizm yalnızca termal suda banyo yapmayı içermemekte, aynı zamanda uzman doktor denetiminde belirlenmiş endikasyonlara uygun etkili tedavilerin yanı sıra dinlenme, eğlence ve spor gibi sağlıklı yaşamı teşvik eden bir ortamı kapsamaktadır. Bu tür tesisler, doğal güzellikler, güneş, temiz hava ve uygun iklim ile termal suyun özelliklerini birleştirerek, sağlık ve turizmi bir araya getirmektedir (Boekstein, 2014: 3-6).

Termal turizmin kökenleri, yazılı kaynaklara göre Avrupa'da M.Ö. 500 yılına kadar uzanmaktadır. Antik Yunanistan ve Roma'da termal banyo kültürüne dair çok sayıda tarihi yapı günümüze ulaşmıştır (Şengül ve Bulut, 2019: 60). Avrupa'da termal turizm geleneksel olarak sağlık ve fiziksel esenliğe odaklanmışken, son yıllarda kozmetik ve güzellik odaklı tedavilerin popülerliği artmıştır. Küresel düzeyde, termal turizm giderek önem kazanmakta ve SPA pazarının büyümesine önemli ölçüde katkıda bulunmaktadır (Brando vd, 2021: 7-8).

Bu çalışma, Hamamözü'ndeki termal turizm potansiyelini analiz ederek müşteri sayısını ve kalış süresini simülasyon yöntemi ile tahmin etmeyi amaçlamaktadır. Bu tahminler, ilgili termal tesisin ilerleyen dönemlere ilişkin isabetli operasyonel kararlar alabilmesine katkı sağlayacaktır. Monte Carlo Simülasyon yöntemiyle elde edilecek veriler, işletme yönetiminin geleceğe yönelik stratejik planlamalarını destekleyerek, müşteri memnuniyetini artırma ve tesisin rekabet gücünü yükseltme amacına hizmet edecektir. Bu doğrultuda, çalışmanın hem akademik literatüre hem de pratik uygulamalara değerli katkılar sunacağı düşünülmektedir.



## 2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE VE LİTERATÜR TARAMASI

Literatürde termal turizmle ilgili çeşitli akademik çalışmalar bulunmaktadır. Ancak, Hamamözü termal turizmi üzerine odaklanmış bir yayının eksikliği göze çarpmaktadır. Bu nedenle, bu çalışma literatüre önemli bir katkı sağlamaktadır.

### 2.1. Dünyada Termal Turizm

Termal turizmin antik dönemden beri önemli olduğu ve çeşitli uygarlıklar tarafından kullanıldığı bilinmektedir. Antik Yunan ve Roma dönemlerinde termal suların tedavi amaçlı kullanılmış ve hamamlar önemli görülmüştür. Antik çağlardan bu yana termal suların tedavi edici özelliklerine olan inanç ve kullanımı devam etmektedir (Bostan, 2020:40-41).

Avrupa, Asya, Kuzey Amerika gibi farklı bölgelerde termal turizmin farklı özellikleri ve gelişim potansiyeli bulunmaktadır. Avusturya ve Macaristan gibi ülkeler, termal turizmde önemli bir yere sahiptir ve bu ülkelerde sağlık turizmi tesisleri geniş bir yelpazede hizmet vermektedir. Kuzey Amerika'da, SPA hizmetleri daha çok fiziksel, entelektüel ve ruhani iyiliği sağlamaya yöneliktir ve bu alanda ciddi bir gelişme yaşanmaktadır. Dünya genelinde termal turizmin genel özellikleri arasında hem hastalara hem de sağlıklı bireylere hizmet etmesi, termal kaynağın bulunması gerekliliği, tesislerin teknik ve hijyenik standartlara uygun olması gibi unsurlar bulunmaktadır. Termal turizm, iyileştirici etkilerinin yanı sıra zindelik, eğlence ve dinlenme imkanı sunar ve genellikle uzun kalış sürelerine sahiptir. Bu turizm türü, yüksek gelir sağlayan ve uzmanlık gerektiren bir sektördür (Şengül ve Bulut, 2019: 61-63).

Termal turizmin antik dönemlerden itibaren önemli bir rol oynadığı ve çeşitli uygarlıklar tarafından etkin bir şekilde kullanıldığı tarihsel bir gerçektir. Antik Yunan ve Roma dönemlerinde, termal suların tedavi amaçlı kullanımına büyük önem verilmiş ve bu suların şifalı olduğuna inanılmıştır. Özellikle Roma hamamları, sosyal ve sağlıkla ilgili aktivitelerin merkezi olarak görülmüş, bu hamamlar insanların hem bedensel hem de ruhsal sağlıklarını korumalarında önemli bir rol oynamıştır. Antik çağlardan bu yana, termal suların tedavi edici özelliklerine olan inanç ve bu suların kullanımı süreklilik arz etmiştir (Bostan, 2020: 40-41).

Termal turizmin dünya genelinde farklı bölgelerde değişik özellikler ve gelişim potansiyelleri bulunmaktadır. Termal sular, hem yerli hem de yabancı turistler için çekici birer destinasyon olmuştur ve sağlık turizmi sektöründe önemli katkılar sağlamaktadır. Asya kıtasında, termal turizmin çeşitli kültürel ve tarihi unsurlarla birleşerek benzersiz bir deneyim sunduğu görülmektedir. Özellikle Japonya'da onsen kültürü, termal turizmin önemli bir parçası olarak öne çıkmaktadır (Merry, 2013: 6-8).

Dünya genelinde termal turizmin belirgin özellikleri arasında, hem hastalara hem de sağlıklı bireylere hizmet etmesi, termal kaynakların bulunması gerekliliği ve tesislerin teknik ve hijyenik standartlara uygun olması gibi unsurlar bulunmaktadır. Termal turizm, iyileştirici etkilerinin yanı sıra zindelik, eğlence ve dinlenme imkanları sunarak katılımcılara kapsamlı bir sağlık ve tatil deneyimi sunmaktadır. Bu turizm türü, genellikle uzun kalış sürelerine sahip olmasıyla da dikkat çekmektedir. Ziyaretçilerin termal tesislerde uzun süre kalması, hem tedavi süreçlerinin etkinliğini artırmakta hem de turizm gelirlerini yükseltmektedir (Stănculescu vd; 2015: 158-159).

Termal turizm sektörü, yüksek gelir sağlayan ve uzmanlık gerektiren bir alandır. Bu sektörde faaliyet gösteren tesislerin, ziyaretçilere en iyi hizmeti sunabilmeleri için hem doğal kaynakların etkin ve sürdürülebilir bir şekilde kullanılması hem de modern tıbbi ve turistik

hizmetlerin entegrasyonu önem taşımaktadır. Termal turizm, sadece sağlık odaklı değil, aynı zamanda kültürel, sosyal ve ekonomik boyutlarıyla da ele alınması gereken çok yönlü bir sektördür. Termal turizmin genel özellikleri ve sunduğu imkanlar, bu turizm türünün dünya genelinde artan bir öneme sahip olmasına ve geniş bir kitleye hitap etmesine katkı sağlamaktadır (Smith vd, 2010: 94-95)

## 2.2. Türkiye’de Termal Turizm

Türkiye, jeotermal kaynaklar bakımından zengin olup, dünyada yedinci, Avrupa’da birinci sıradadır. Türkiye’de 1300’den fazla kaplıca bulunmakta ve bunların sadece %6’sı turistik amaçlı kullanılmaktadır. Termal tesisler, genellikle yatak kapasitesi açısından kısıtlı ve modern yapıya sahip değildir. Termal kaynaklar, Türkiye’nin 7 coğrafi bölgesinde bulunmakta olup, özellikle Ege, Marmara ve İç Anadolu bölgelerinde yoğunlaşmakta olup Güney Marmara, Doğu Marmara, Güney Ege, Frigya, Orta Anadolu, Kuzey Anadolu ve Batı Karadeniz bölgelerinde termal turizm tesisleri açısından zengindir. Termal kaynakların zenginliği ve yaygınlığına rağmen, işletmecilik alanında başarı elde etmede zorluklar yaşanmaktadır (Zengin ve Eker, 2016: 169-170) .

Türkiye’nin termal kaynaklarını sağlık turizmi açısından yeterince değerlendirememesinde etkili olan faktörler arasında, termal kaynakların coğrafi dağılımı, kaynakların nitelik ve niceliklerinin yeterince araştırılmamış olması ve yapılan bilimsel çalışmaların yeterince değerlendirilememesi bulunmaktadır. Ayrıca, bazı bölgelerde yoğunlaşan termallerde planlanan uygulama çalışmalarının düzeyine ulaşamaması, altyapı ve işletme sorunları, yetersiz tanıtım, diğer turizm faaliyetlerinin öne çıkması ve sağlık personeli ile ilgili alet ve donanım eksiklikleri de önemli etkenler arasındadır (Akbulut, 2010: 40). Özellikle termal turizmin, deniz, güneş ve kum turizmi ile birlikte geliştirilmesi ve önemsenmesi gerekmektedir. Termal turizm açısından potansiyele sahip olmasına rağmen yeterince işlenmemiş çok sayıda kaynak bulunmaktadır (Bostan, 2020:40-41) Ayrıca Türkiye’deki termal tesisler genellikle yatak kapasitesi açısından kısıtlı olup, modern yapıya sahip olmamaları da dikkat çekici bir eksikliklerdir.

Termal turizmin genel özellikleri şu şekilde sıralanabilir (Albayrak, 2013:123; Şenol, 2016: 83; Zengin ve Eker, 2016: 167):

- Termal turizm, sağlıklı bireylerin yanı sıra hastalara da hizmet sunar.
- Bir bölgede termal turizmden bahsedebilmek için termal kaynakların bulunması gereklidir.
- Tesislerin kurulacağı yerler, nemli, rüzgarlı ve güneşsiz olmamalıdır.
- Termal kaynaklar, teknik, jeolojik, hijyenik, sağlık ve estetik açıdan tüm gereksinimleri karşılamalıdır.
- Termal turizm, iyileştirici etkinin yanı sıra zindelik, eğlence ve dinlenme imkanı sunar.
- Yılın her döneminde yapılabilecek esnek bir turizm türüdür.
- Uzmanlık gerektiren bir turizm alanıdır.
- Yüksek gelir sağlayan bir sektördür.
- İyileşme sürecine bağlı olarak konaklama süreleri genellikle uzundur.

- Termal turizm işletmelerinin maliyetleri diğer turizm türlerine göre daha yüksektir.
- Turistler arasında tekrarlanan bir tercih haline gelebilir.

### 2.3. Hamamözü İçesi ve Termal Turizm

Hamamözü vadisi, Hititler döneminden öncesine dayanan bir yerleşim yeridir. Romalılar burada önemli yerleşim merkezleri inşa etmiş ve termal kaynaklardan faydalanmışlardır. Tarihi kaynaklara göre, M.S. 50'li yıllarda Romalılar tarafından üç kubbeli veya üç ayrı hamam inşa edilmiş ve bu döneme ait kalıntılar günümüze ulaşmıştır (Dündar, 2002:55-62). Ayrıca, çevrede Romalılara ait büyük mezarlıkların bulunduğu bilinmektedir. İlçe, 20 Ağustos 1971'de belediye statüsü almış ve 20 Mayıs 1990'da ilçe statüsüne kavuşmuştur. Hamamözü'nün iklimi Karadeniz tipidir ve Amasya ile Çorum illerine yakın konumdadır. İlçede büyük Selçuklu İmparatoru Melik Şah döneminde yaşanan tarihi olaylar da mevcuttur. Danişmendler döneminde yöre, Arkut Bey'in himayesine verilmiş ve kaplıcaların ilk onarımları bu dönemde yapılmıştır. İlçe, dünya şampiyonu güreşçiler yetişmiştir.

İlçede Turizm İşletme Belgeli bir otel bulunmaktadır. Bu Otel toplam 116 odası ile hizmet vermektedir. Bunlar Standart Oda, Deluxe Oda ve Süit Oda olarak kategorize edilmektedir. Oteldeki termal su, doğal kaynak suyu olup 42,5 derece sıcaklığa sahiptir ve içme kürü olarak kullanılmaktadır. Bu termal suyun, kronik hastalıklar, sinir sistemi rahatsızlıkları, kalp damar rahatsızlıkları, tansiyon problemleri, ruhsal bozukluklar, bel ve boyun fıtığı, siyatik rahatsızlıkları, kadın hastalıkları, hormonal dengesizlikler ve cilt hastalıkları gibi birçok sağlık sorununu tedavi ettiğine inanılmaktadır. Termal Terapi Ünitesinde 10 aile kabini, 2 jakuzili ve 1 özel havuz bulunmaktadır. Ayrıca otelde 200 ve 500 kişilik çok amaçlı toplantı salonları da mevcuttur.

### 3. ARAŞTIRMANI YÖNTEMİ

Çalışmada kullanılan veriler, Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın web sitesinde yayımlanan turizm işletme belgeli konaklama tesislerine ait istatistiklerden elde edilmiştir. Monte Carlo simülasyonu, belirsizlik veya karmaşıklık içeren süreçlerde tahmin yapmak için kullanılan güçlü bir yöntemdir ve araştırmacılara nicel analiz ve risk değerlendirmesi imkanı sunar. Bu simülasyon yöntemi, üretim, finans, enerji, proje yönetimi gibi birçok alanda kullanılmakta olup, karar vericilere olası sonuçları ve riskleri görselleştirir (Diker ve Aslan, 2022: 27-28). İlk olarak atom bombası projesinde kullanılan Monte Carlo Simülasyonu, ismini Monako'daki Monte Carlo'dan almıştır ve en yaygın kullanılan simülasyon yöntemlerinden biridir (Sağlamcı, 2021:359). Belirsiz faktörler için olasılık dağılımları oluşturan bu simülasyon yöntemi, risk analizi ve olası sonuçların modellenmesi için kullanılır ve binlerce veya on binlerce tekrarlı hesaplama içerebilmektedir (Balogh vd.; 2013: 33-34). Analitik çözümü zor veya deney yapmanın maliyetli olduğu problemler için ideal olan Monte Carlo Simülasyonu, karmaşık sistemleri keşfetmek ve deneyleri tekrarlamak için kullanılır. Ancak, dezavantajları arasında bilgi işlem ihtiyacı, kesin çözüm sunmaması ve hatalı sonuç ihtimali bulunmaktadır. Kullanılan model ve girdilerin kalitesi sonuçların doğruluğunu belirlerken, simülasyon yazılımının hatalı sonuçlara yol açabileceği unutulmamalıdır. Monte Carlo Simülasyonu, karmaşık problemleri çözmek için güçlü bir araç olup, farklı alanlarda risk analizi ve karar vermede etkin bir şekilde kullanılmaktadır. Doğru kullanıldığında, bu simülasyon yöntemi önemli bilgiler ve öngörüler sağlayabilir, problemlere dair daha derin bir anlayış geliştirmeye yardımcı olabilir ve araştırmacılar ile karar vericiler için önemli bir araç niteliği taşır (Harrison, 2010: 17-18).

Monte Carlo Simülasyonu genel olarak şu adımları içerir (Heizer ve Render; 2017:784):

- Olasılık dağılımını belirleyin.
- Kümülatif olasılık dağılımını belirleyin.
- Her bir değişken için rassal sayı aralığı belirleyin.
- Olasılık dağılımıyla ilişkilendirmek için rasgele sayı aralıklarını tanımlayın.
- Rastgele sayılar üretin.
- Bir dizi denemeyi simüle edin.
- Sonuçları yorumlayın.

#### 4. ARAŞTIRMANIN BULGULARI

Çalışmanın verileri, Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın web sitesinde bulunan turizm işletme belgeli konaklama tesislerine ilişkin istatistiklerden elde edilmiştir. Tablo 1'de görüldüğü üzere yerli turist geliş sayısı, 2014'te 2.827 iken 2018'de 14.148'e yükselmiş, ancak 2019'da 12.528'e düşmüştür. 2020 ve 2021'de Covid-19 pandemisinin etkisiyle büyük bir düşüş yaşanmıştır. 2022'de ise 2.383'e yükselmiştir. Ancak, bu rakam önceki yıllardaki artışa kıyasla daha düşüktür. Yerli turist geliş sayısındaki bu dalgalanmalar, genel ekonomik durumun yanı sıra pandeminin seyahat kısıtlamaları ve endişelerinin etkilerinden kaynaklanmıştır. Yabancı turistlerin gelme sayısı ise yok denecek kadar azdır. Pandemi sonrasında genel olarak yaşanan düşüşün ardından beklenen sıçrama yaşanmamıştır. Bu tablo, 2014-2023 yılları arasında bir termal turizm tesisine gelen yabancı ve yerli ziyaretçi sayılarının yıllık dağılımını göstermektedir. 2014 yılında tesis sadece yerli ziyaretçilere hizmet vermiş olup, toplamda 2,827 yerli ziyaretçi ağırlamıştır. 2015 ve 2016 yıllarında da yabancı ziyaretçi kaydedilmemiş, ancak yerli ziyaretçi sayılarında sırasıyla %44,6 ve %46,2 oranlarında artışlar gözlemlenmiştir.

**Tablo 1: Tesise Gelen Misafir Sayıları**

YIL	YABANCI	YERLİ	TOPLAM
2014		2 827	2 827
2015	-	4 084	4 084
2016	-	5 968	5 968
2017	6	12 800	12 806
2018		14 148	14 148
2019		12 528	12 528
2020	3	3 184	3 187
2021	2	758	760
2022	42	2 383	2 425
2023	35	1 470	1 505

2020 yılı, COVID-19 pandemisinin etkisiyle büyük bir gerileme yılı olarak göze çarpmaktadır; yabancı ziyaretçi sayısı 3 iken, yerli ziyaretçi sayısı %74,6 oranında azalarak 3,184'e inmiştir. 2021 yılında bu düşüş devam etmiş, yabancı ziyaretçi sayısı 2, yerli ziyaretçi sayısı ise %76,2 oranında azalarak 758 olmuştur. 2022 yılında ise bir toparlanma görülmekte olup, yabancı

ziyaretçi sayısı 42'ye çıkarken, yerli ziyaretçi sayısı da 2,383'e yükselmiştir. 2023 yılında ise yabancı ziyaretçi sayısı 35, yerli ziyaretçi sayısı ise 1,470 olarak kaydedilmiştir.

Genel olarak, bu dönemde yerli ziyaretçilerin sayısının yabancı ziyaretçilere göre çok daha yüksek olduğu, ancak COVID-19 pandemisinin etkisiyle her iki grupta da ciddi düşüşler yaşandığı gözlemlenmektedir. Termal turizm tesisinin yabancı turist çekme kapasitesinin sınırlı olduğu, ancak yerli turist sayısının dalgalı bir seyir izlediği anlaşılmaktadır. Bu veriler, tesisin yabancı turist çekme potansiyelinin artırılması ve yerli turistlerin pandemi sonrası dönemde geri kazanılması için stratejik planlamalar yapılması gerektiğini ortaya koymaktadır.

2014-2023 yılları arasında bir termal turizm tesisindeki yıllık konaklama gün sayısı ile ortalama kalış süresi Tablo 2'de görülmektedir. Veriler incelendiğinde, yıllar içinde konaklama gün sayılarında ve ortalama kalış sürelerinde belirgin dalgalanmalar gözlemlenmektedir.

2014 yılında toplam konaklama gün sayısı 6,255 olup, ziyaretçilerin ortalama kalış süresi 2.21 gün olarak kaydedilmiştir. Bu yıl, tesisin nispeten iyi bir doluluk oranına sahip olduğunu göstermektedir. 2015 yılında toplam konaklama gün sayısı 6,764'e yükselmiş, ancak ortalama kalış süresi 1.66 güne düşmüştür. Bu durum, ziyaretçi sayısında artış olmasına rağmen bireysel kalış sürelerinin kısaldığını göstermektedir. 2016 yılında toplam konaklama gün sayısı %23.5 artarak 8,358 olmuştur; ancak ortalama kalış süresi 1.40 güne düşmüştür. Bu eğilim, ziyaretçilerin daha kısa sürelerle konaklamayı tercih ettiğini ortaya koymaktadır.

**Tablo 2: Yıllık Konaklama Gün Sayısı ve Ortalama Kalış Süresi**

YIL	YILLIK KONAKLAMA GÜN SAYISI	ORTALAMA KALIŞ SÜRESİ
2014	6255	2,21
2015	6764	1,66
2016	8358	1,40
2017	19225	1,50
2018	20662	1,46
2019	17081	1,36
2020	5213	1,64
2021	1522	2,00
2022	4936	2,04
2023	3122	2,07

2017 yılında toplam konaklama gün sayısı önemli bir artış göstererek 19,225'e ulaşmış ve ortalama kalış süresi 1.50 gün olmuştur. 2018 yılında toplam konaklama gün sayısı 20,662'ye çıkmış ve ortalama kalış süresi 1.46 gün olarak kaydedilmiştir. Bu dönemde, tesisin yüksek doluluk oranlarını koruduğu ve ziyaretçilerin ortalama kalış sürelerinin nispeten sabit olduğu görülmektedir. Ancak, 2019 yılında toplam konaklama gün sayısı 17,081'e düşmüş ve ortalama kalış süresi 1.36 gün olarak belirlenmiştir. Bu düşüş, tesisin cazibesinin azaldığını veya ziyaretçilerin konaklama sürelerinin kısaldığını işaret etmektedir.

2020 yılında, COVID-19 pandemisinin etkisiyle toplam konaklama gün sayısı 5,213'e düşmüş, ancak ortalama kalış süresi 1.64 gün olmuştur. Pandeminin getirdiği kısıtlamalar ve sağlık endişeleri, ziyaretçi sayısını ve toplam konaklama gün sayısını olumsuz etkilemiştir. Pandeminin yaşandığı 2020, 2021 ve 2022 yıllarında yıllık konaklama gün sayısında pandemi öncesi olan 2019 yılına göre sırasıyla % 69,4, % 91,0 ve % 71,1 oranında azalma gerçekleşmiştir.

2021 yılında toplam konaklama gün sayısı 1,522'ye gerilerken, ortalama kalış süresi 2.00 güne yükselmiştir. 2022 ve 2023 yıllarında ise toplam konaklama gün sayıları sırasıyla 4,936 ve 3,122 olarak kaydedilmiştir; ortalama kalış süreleri ise 2.04 ve 2.07 gün olmuştur.

Tablo 2 incelendiğinde, ziyaretçi sayısında ve konaklama gün sayısında yıllar arasında önemli dalgalanmalar yaşanırken, ortalama kalış sürelerinin 1.4 ile 2.2 gün arasında değişkenlik gösterdiği görülmektedir. Özellikle pandemi döneminde yaşanan ciddi düşüşler, sektördeki kırılganlığı ve bu tür krizlerin termal turizm üzerindeki etkilerini açıkça ortaya koymaktadır. Bu veriler, tesisin pazarlama stratejilerini gözden geçirmesi ve krizlere karşı daha dayanıklı bir yapı oluşturması gerektiğini göstermektedir.

Bu çalışmada, Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın web sitesinde bulunan turizm işletme belgeli konaklama tesislerine ilişkin istatistiklerden elde edilen Hamamözü İlçesi konaklama sayılarının analizi için Monte Carlo Simülasyonu uygulanmıştır. Monte Carlo Simülasyonu, belirsizliklerin ve değişkenliklerin bulunduğu sistemlerde tahmin ve analiz yapabilmek için kullanılan güçlü bir yöntemdir. Bu sürecin adımları aşağıda detaylı olarak açıklanmıştır:

**Olasılık dağılımını belirlenmesi:** Her bir yıl için gerçekleşen değerler yalnızca bir defa meydana geldiği için, her değer 0,1 olasılıkla gerçekleşeceği varsayılmıştır. Bu yaklaşım, her yılın eşit olasılıkla temsil edilmesini sağlamaktadır. Bu adımda, geçmiş yıllara ait veriler kullanılarak her bir yılın gözlemleri 0,1 olasılık ile tanımlanmış ve olasılık dağılımı oluşturulmuştur (Heizer ve Render, 2017: 784).

**Kümülatif olasılık dağılımını belirlenmesi:** Belirlenen olasılıkların kümülatif olarak değerlendirilmesi yapılmıştır. Kümülatif olasılık dağılımı, her bir olasılığın kendisinden önce gelen olasılıklarla toplanması suretiyle hesaplanmıştır. Bu adım, her bir değer için kümülatif olasılığını hesaplayarak, rassal sayıların uygun aralıklara yerleştirilmesini mümkün kılmaktadır.

**Her bir değişken için rassal sayı aralığı belirlenmesi:** Microsoft Excel programından faydalanarak rassal sayı aralıkları elde edilmiştir. Bu aşamada, Excel'de "S\_SAYI\_ÜRET()" formülü kullanılarak 0 ile 1 arasında rassal sayılar üretilmiştir. Bu sayılar, simülasyonun temelini oluşturan rassal değişkenlerdir. Rassal sayıların belirlenmesi, gelecekteki olasılıkların tahmin edilmesine olanak tanımaktadır.

**Olasılık dağılımıyla ilişkilendirmek için rasgele sayı aralıklarını tanımlanması:** 10 yıllık zaman diliminde gerçekleşen minimum ve maksimum değerler arasındaki aralık dikkate alınarak, rassal sayıların olasılık dağılımıyla ilişkilendirilmesi sağlanmıştır. Bu adımda, rassal sayıların uygun olasılık aralıklarına denk gelmesi hedeflenmiştir. Excel kullanılarak belirlenen aralıklar, her bir rassal sayının hangi yılın olasılık aralığına denk geldiğini belirlemek için kullanılmıştır.

## Termal Turizm Sektöründe Müşteri Sayısının ve Müşteri Kalış Süresinin Tahmini: Hamamözü Termal Turizm İşletmesi Özelinde Monte Carlo Simülasyonu Uygulaması

	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O	P	Q
4															
5		760	1	0,100	0,000	0,100	760	0,49003	0,58241	0,17856	0,72021	0,79523	0,61211	0,0022	0,06425
6		1505	1	0,100	0,100	0,200	1505	0,94548	0,80465	0,1528	0,73988	0,27271	0,20345	0,2284	0,49583
7		2425	1	0,100	0,200	0,300	2425	0,05336	0,9727	0,18618	0,58597	0,9746	0,98374	0,80844	0,34988
8		2827	1	=E8/ES15	0,300	0,400	2827	0,04302	0,3064	0,45519	0,25585	0,86569	0,14965	0,24286	0,82019
9		3187	1	0,100	0,400	0,500	3187	0,95601	0,45753	0,4117	0,19639	0,15202	0,54104	0,90422	0,94691
10		4084	1	0,100	0,500	0,600	4084	0,31782	0,1279	0,88529	0,81381	0,28903	0,80467	0,12305	0,45972
11		5968	1	0,100	0,600	0,700	5968	0,89416	0,23844	0,70401	0,24843	0,37799	0,3678	0,39256	0,91305
12		12528	1	0,100	0,700	0,800	12528	0,32413	0,49259	0,3285	0,83772	0,87665	0,08945	0,65238	0,43588
13		12806	1	0,100	0,800	0,900	12806	0,18879	0,5221	0,43979	0,90173	0,64949	0,2963	0,26461	0,47981
14		14148	1	0,100	0,900	1,000	14148	0,50309	0,19535	0,82675	0,83855	0,98564	0,73775	0,48483	0,57042
15			10	100,0%											
16															
17															

**Şekil 1:** Olasılık, Kümülatif Olasılık ve Rassal Sayı Aralığının Belirlenmesi ve Olasılık Dağılımıyla İlişkilendirilmesi

**Rastgele sayılar üretin:** Excel uygulaması üzerinde elde edilen veriler, "DÜŞEYARA()" formülü kullanılarak geçmiş yıl verileri üzerinden elde edilen rassal sayı aralıklarına dönüştürülmüştür. Bu sayede, her bir rassal sayı, belirli bir yıla ait olasılık dağılımı ile eşleştirilmiştir. Bu işlem, rassal sayıların geçmiş verilere dayalı olarak tahmin edilmesini ve simülasyonun gerçekleştirilebilmesini sağlamaktadır.

	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O	P	Q	R	S	T	U
4																		
5	760	1	0,100	0,000	0,100	760	0,9929	0,855627	0,009145	0,660847	0,099336	0,035123	0,66495	0,213116	0,232911	0,55797	0,069626	0,662679
6	1505	1	0,100	0,100	0,200	1505	0,166159	0,182024	0,752639	0,901494	0,124285	0,383449	0,129312	0,115941	0,332623	0,891094	0,020629	0,907528
7	2425	1	0,100	0,200	0,300	2425	0,588321	0,054709	0,948862	0,095597	0,551265	0,922286	0,844642	0,392189	0,888392	0,459857	0,525611	0,13831
8	2827	1	0,100	0,300	0,400	2827	0,381197	0,548226	0,893418	0,259528	0,641167	0,901771	0,860531	0,674171	0,611865	0,428083	0,56583	0,500126
9	3187	1	0,100	0,400	0,500	3187	0,748885	0,093419	0,680138	0,011805	0,684261	0,798019	0,692121	0,790597	0,37621	0,470027	0,378362	0,846003
10	4084	1	0,100	0,500	0,600	4084	0,766193	0,451608	0,542235	0,977733	0,501743	0,196476	0,623979	0,83644	0,514486	0,158035	0,78771	0,162788
11	5968	1	0,100	0,600	0,700	5968	0,40135	0,318793	0,66256	0,772384	0,071992	0,692649	0,754614	0,131685	0,18579	0,694135	0,95689	0,596791
12	12528	1	0,100	0,700	0,800	12528	0,104505	0,555219	0,408558	0,211506	0,684316	0,452736	0,683703	0,741553	0,771434	0,601915	0,182196	0,00309
13	12806	1	0,100	0,800	0,900	12806	0,96472	0,594265	0,05255	0,955707	0,471189	0,798444	0,47105	0,463939	0,951941	0,452186	0,358617	0,595919
14	14148	1	0,100	0,900	1,000	14148	0,2437	0,840531	0,483476	0,600858	0,892609	0,803313	0,92311	0,450976	0,568034	0,633124	0,73104	0,314555
15		10	100,0%															
16																		
17																		
18																		
19																		

**Şekil 2:** Rassal Sayı Aralıklarına Dönüştürülmesi

**Bir dizi denemeyi simüle edin:** Simülasyon 500 defa çalıştırılarak, elde edilen sayılar üzerinden analiz yapılmıştır. Bu adım, simülasyonun güvenilirliğini artırmak ve sonuçların istatistiksel olarak anlamlı olmasını sağlamak amacıyla gerçekleştirilmiştir. 500 tekrar, rastgele değişkenlerin etkisini minimize ederek daha güvenilir sonuçlar elde edilmesini sağlamaktadır.

**Sonuçları yorumlayın:** Elde edilen sonuçlar, aritmetik ortalamaları alınarak değerlendirilmiştir. Tablo 3'teki sonuçlara göre, tesise gelecek yıllarda istikrarlı bir talep ve hafif dalgalanmalar beklenmektedir. Bu tahminler, tesisin gelecekteki planlama ve

operasyonel stratejilerinin belirlenmesi için değerli bir rehberlik sağlamaktadır. Simülasyon sonuçları, tesisin gelecekteki müşteri talebi ve konaklama sürelerine ilişkin daha kesin tahminler yapmasına olanak tanımaktadır.

Bu adımlar, Monte Carlo Simülasyonu kullanılarak Hamamözü İlçesi konaklama sayılarının gelecekteki tahminlerinin nasıl yapıldığını ayrıntılı bir şekilde açıklamaktadır. Simülasyon sonuçları, tesisin operasyonel kararlarına yönelik stratejik planlamalarda önemli bir bilgi kaynağı olarak değerlendirilmektedir. Bu yöntem, belirsizliklerin ve değişkenliklerin yönetilmesine yardımcı olarak, daha bilinçli ve etkin kararlar alınmasını sağlamaktadır.

Tablo 3'teki tahmin değerlerine göre, tesise gelecek yıllarda istikrarlı bir müşteri talebi oluşması ve müşteri talebinde yıllar bazında hafif dalgalanmalar gözlemlenmesi beklenmektedir. Bu tahmin verileri, talep artışını planlama ve personel sayısını optimize etme süreçlerinde yöneticilere rehberlik edecektir.

2024-2029 yılları arasında termal turizm tesisine ilişkin projeksiyonlar, misafir sayısı, konaklama gün sayısı ve ortalama kalış süresi verileri üzerinden analiz edilmiştir. 2024 yılında tesisin toplam misafir sayısının 6,108 olması beklenirken, bu sayı 2025 yılında hafif bir düşüşle 5,948 olarak öngörülmektedir. 2026 yılında misafir sayısının tekrar artarak 6,177'ye ulaşması, ardından 2027 yılında 6,012'ye ve 2028 yılında 6,054'e inmesi beklenmektedir. 2029 yılında ise misafir sayısının 6,060 olması öngörülmektedir. Bu projeksiyonlar, misafir sayısında nispeten istikrarlı bir seyir izlemesine rağmen, yıllar arasında küçük dalgalanmalar yaşanacağını göstermektedir.

**Tablo 3: 2024-2029 Yılları İçin Tahmin**

YIL	2024	2025	2026	2027	2028	2029
MİSAFİR SAYISI	6108	5948	6177	6012	6054	6060
KONAKLAMA GÜN SAYISI	18940	18387	18456	18146	18702	18526
ORTALAMA KALIŞ SÜRESİ	3,1	3,09	2,99	3,02	3,09	3,06

Konaklama gün sayısında da benzer bir trend gözlemlenmektedir. 2024 yılında toplam konaklama gün sayısının 18,940 olması beklenirken, 2025 yılında bu sayının 18,387'ye düşeceği öngörülmektedir. 2026 yılında konaklama gün sayısının hafif bir artışla 18,456'ya, 2027 yılında ise 18,146'ya gerilemesi beklenmektedir. 2028 ve 2029 yıllarında ise konaklama gün sayılarının sırasıyla 18,702 ve 18,526 olması öngörülmektedir. Bu veriler, tesisin yıllık konaklama gün sayısında küçük dalgalanmalar olmasına rağmen, genel olarak istikrarlı bir doluluk oranını koruyacağını göstermektedir.

Ortalama kalış süresi verileri ise ziyaretçilerin tesiste ne kadar süre geçirdiklerini daha net bir şekilde ortaya koymaktadır. 2024 yılında ortalama kalış süresinin 3.1 gün olması beklenirken, 2025 yılında bu sürenin hafif bir düşüşle 3.09 gün olacağı öngörülmektedir. 2026 yılında ortalama kalış süresinin 2.99 gün ile en düşük seviyeye inmesi, 2027 yılında ise tekrar artarak 3.02 gün olması beklenmektedir. 2028 yılında ortalama kalış süresinin 3.09 gün ve 2029 yılında



ise 3.06 gün olarak gerçekleşmesi öngörülmektedir. Bu projeksiyonlar, ziyaretçilerin tesiste geçirdikleri sürenin genel olarak 3 gün civarında sabit kaldığını, ancak yıllar arasında küçük değişiklikler gösterdiğini ortaya koymaktadır.

Bu analiz, termal turizm tesisinin 2024-2029 yılları arasında misafir sayısı, konaklama gün sayısı ve ortalama kalış süresi bakımından nispeten istikrarlı bir performans sergileyeceğini göstermektedir. Yıllar arasındaki küçük dalgalanmalar, tesisin pazarlama stratejileri ve hizmet kalitesine bağlı olarak yönetilebilir seviyededir. Bu veriler, tesisin gelecekteki operasyonel kararlarını daha sağlam temellere oturtmasına ve stratejik planlamalarını bu doğrultuda şekillendirmesine olanak tanımaktadır.

## 5. SONUÇ VE ÖNERİLER

Türkiye'nin termal turizm potansiyeli, özellikle kırsal bölgelerin ekonomik gelişimine önemli katkılar sağlamaktadır. Ancak, altyapı ve modern tesis eksikliği nedeniyle, dış turizmde hak ettiği payı alamamaktadır. Termal turizmin gelişimi için bilinçli yönetim, modern altyapı ve üstyapı tesislerinin oluşturulması gerekmektedir.

Türkiye'de termal suların kullanımı ilk çağdan beri bilinmektedir. Geleneksel kaplıcaların bugün termal tedavi, rehabilitasyon ve spa merkezlerine dönüşmesiyle termal turizm, yıl boyunca yoğun talep görmektedir. Termal turizmin gelişmesi için Türkiye'deki termal turizm anlayışının değişmesi, termal suların çeşitli sağlık ve rekreasyon amaçları için kullanılabilmesi tesislerin oluşturulması gerekmektedir.

Türkiye'nin zengin jeotermal kaynakları, sağlık turizmi açısından büyük bir potansiyele sahiptir. Ancak, bu potansiyelin tam anlamıyla değerlendirilebilmesi için termal turizm sektöründe kapsamlı bir stratejik planlama yapılması gerekmektedir. Bu stratejik planlama, hem kamu hem de özel sektör işbirliği ile yürütülmeli, gerekli yasal düzenlemeler ve teşvikler sağlanarak sektörün gelişimi desteklenmelidir. Böylece Türkiye, termal turizmde dünya çapında daha rekabetçi bir konuma gelebilir ve bu alanda önemli bir turizm destinasyonu olarak öne çıkabilecektir.

Termal turizmin avantajı, diğer turizm türlerine göre mevsimlere bağlı olmaması ve yıl boyunca hizmet sunabilmesidir. Bu yönünün etkin kullanılması gerekmektedir. Ulaşılabilirlik, termal turizmin geliştirilmesinde kritik öneme sahiptir. Hamamözü'ne ulaşım olanaklarının iyileştirilmesi, bölgenin çekiciliğini artıracaktır.

Yapılan çalışma neticesinde, Hamamözü ilçesindeki termal turizm işletmesinin 2014-2023 yılları arasındaki yıllık müşteri sayısı ve yıllık konaklama gün sayısı verileri kullanılarak, 2024-2029 yılları arasındaki yıllık müşteri sayısı ve yıllık konaklama gün sayısının Monte Carlo Simülasyonu ile tahmini gerçekleştirilmiştir. Bu tahmin verileri kullanılarak, oranlama yöntemiyle yıllık müşteri kalış süresi hesaplanmıştır. Elde edilen tahmin verilerinin, işletmenin yıllık malzeme ihtiyaç planlaması ve yıllık personel görevlendirme planlarının daha etkin bir şekilde gerçekleştirilmesine katkı sağlayacağı değerlendirilmektedir. Bu isabetli tahminleme faaliyetlerinin, işletmenin operasyonel faaliyetlerinde iyileştirmeler sağlayarak, hizmet kalitesini olumlu yönde etkileyeceği öngörülmektedir.

Tesis pandemi döneminde yaşadığı gerilemeyi henüz toparlayamamıştır. Bu durum, pandemi döneminde harcamaları kısmak adına bazı giderlerin minimize edilmeye çalışılmasıyla ilişkilendirilebilir. Özellikle tesisin temizliği ve bakımı düzenli olarak yapılmalıdır. Pandeminin getirdiği kısıtlamalar ve sağlık endişeleri, ziyaretçi sayısını ve toplam konaklama

gün sayısını olumsuz etkilemişti. Konaklama sonrasında misafirlere yönelik anket uygulamaları yapılarak müşteri memnuniyeti düzenli olarak izlenmeli ve müşterilerden gelen geri bildirimlere önem verilmelidir. Bu geri bildirimler, tesisin eksikliklerini ve iyileştirme alanlarını belirlemek için değerli bir kaynak olacaktır.

Tesis yönetimi, sürekli olarak yenilikçi çözümler arayarak ve sürekli iyileştirme prensibini benimseyerek hizmet kalitesini artırmalıdır. Balneoterapi (banyo kürleri, içme kürleri, çamur kürleri vs.), klimaterapi (açık hava banyoları, arazi kürleri vs.) gibi yenilikçi termal tedavi yöntemleri, aktiviteler veya tesis içi teknolojik yenilikler bu alanda örnek olarak gösterilebilir. Müşterilere karşı gösterilen ilgi, onların tesisle bağlarını güçlendirecektir. Personelin misafirlere samimi ve yardımsever bir şekilde davranması, müşteri memnuniyetini artırarak tekrar ziyaret etme olasılığını yükseltecektir.

Hamamözü, termal turizmin yanı sıra kültür ve inanç turizmiyle de entegre olabilecek niteliktedir. Bu bağlamda, ilçenin komşuları olan Laçın ve Gümüşhacıköy ilçelerinin tarihi ve doğal güzellikleri de kullanılarak, reklam ve tanıtım kampanyalarıyla alternatif turizm olanakları geliştirilmelidir. Termal kaynakların korunması ve sürdürülebilir kullanımı için çevre koruma önlemleri alınmalı, doğru ve etkin tanıtım ile termal turizmin gelişimi desteklenmelidir. Keza işletmenin kurumsallaşma sürecinin desteklenmesi bağlamında Kültür ve Turizm Bakanlığı ve Kalkınma Ajansları gibi kamu kurum ve kuruluşlarının destekleme mekanizmaları araştırılarak işletme özelinde uygulanabilecek destek programları irdelenmelidir. Hamamözü'nde termal turizmin gelişmesi için kısa, orta ve uzun vadeli hedefler belirlenmeli ve tesisin standartları sağlanmalıdır.

## KAYNAKÇA

Albayrak, Aslı (2013), *Alternatif Turizm*, Detay Yayıncılık, Ankara.

Akbulut, Gülpınar (2010), "Türkiye'de Kaplıca Turizmi ve Sorunları", *Gaziantep Üniversitesi, Sosyal Bilimler Dergisi*, 9(1), 35-54.

Balogh, P., Golea, P., & Inceu, V. (2013). Profit Forecast Model Using Monte Carlo Simulation in Excel. *Romanian Statistical Review*, 61(12), 33-40.

Brandao, F., Liberato, D., Teixeira, A. S., & Liberato, p. (2021). Motivations to the Practice of Thermal Tourism: The Case of North and Centre of Portugal.

Bostan, A. (2020). Kuşadası'nda Termal Turizm Potansiyelinin Analizi. *Journal of New Tourism Trends*, 1(1), 40-54.

Boekstein, M. (2014). Tourism, Health and The Changing Role of Thermal Springs-Should South Africa Reposition Its Thermal Spring Tourism Product.

Diker, F., & Aslan, E. (2022). Monte Carlo Simülasyonu ve Zaman Serisi Yöntemlerine Göre Bir Üretim Firmasında Tahminleme. *Journal of Academic Value Studies*, 8(1), 26-36.

Harrison, R. L. (2010). Introduction to Monte Carlo Simulation. In *AIP Conference Proceedings* (Vol. 1204, No. 1, pp. 1721). American Institute of Physics.

Heizer, J. & Render, B. (2017) *Üretim Yönetimi Sürdürülebilirlik ve Tedarik Zinciri Yönetimi, Çeviri: Umut Rıfat Tuzkaya*, Palme Yayıncılık, Ankara.

<http://www.amasya.gov.tr/> Erişim Tarihi: 10 Mayıs 2024

Termal Turizm Sektöründe Müşteri Sayısının ve Müşteri Kalış Süresinin Tahmini: Hamamözü Termal Turizm İşletmesi Özelinde Monte Carlo Simülasyonu Uygulaması

<https://yigm.ktb.gov.tr/TR-9851/turizm-istatistikleri.html>, Erişim Tarihi: 7 Mayıs 2024.

Kozak, N. (1992). Termal Turizm İşletmeciliği ve Önemi. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 3(3), 33-38.

Merry, A. M. (2013). *More Than a Bath: An Examination of Japanese Bathing Culture*.

Sağlamcı, Y. (2021). *Simülasyon*; Editör: Tüzemen ve Aslan Karar Vericinin El Kitabı Yöneticiler İçin Karar Verme Teknikleri ve Örnek Problem Çözümleri, Seçkin Yayınevi, Ankara.

Smith, M., Deery, M., & Puzko, L. (2010). The role of health, wellness and tourism for destination development. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 17(1), 94-95.

Şengül, H., & Bulut, A. (2019). Sağlık Turizmi Çerçevesinde Türkiye’de Termal Turizm; Bir Swot Analizi Çalışması. *ESTÜDAM Halk Sağlığı Dergisi*, 4(1), 55-70.

Şenol, Fazıl (2016), *Türkiye Turizm Coğrafyası ve Dünya Kültürel Mirası*, Detay Yayıncılık, Ankara

Zengin, B., & Eker, N. (2016). Sakarya İli Termal Turizm Potansiyelinin Değerlendirilmesi. *Kastamonu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 13(3), 165-181.



ISSN: 2651-2742  
2024- Cilt: 7 Sayı: 2  
Sayfa: 161-171.

Dergi Web Sitesi: <http://sita.cumhuriyet.edu.tr/tr/>

Gönderilme Tarihi: 17.07.2024

Kabul Tarihi: 06.12.2024

Derleme Makalesi (Review Article)

## TURİZM, KÜLTÜR TURİZMİ, SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK VE ÇOCUK Tourism, Cultural Tourism, Sustainability and Children

Ferdağ YILDIRIM\*

Sivas Cumhuriyet Üniversitesi  
Sağlık Hizmetleri Meslek Yüksekokulu

Emine DİMEZ

Sivas Numune Hastanesi

### Z

Turizm günümüz dünyasında ekonomik büyümenin ve kültürel alışverişin önemli bir unsuru olarak kabul edilmektedir. Turizmin hızlı büyümesi beraberinde kültür turizmi ve kültürel sürdürülebilirlik konularını da gündeme getirmektedir. Kültür turizmi günümüzde hem turistler hem de yerel toplumlar için önemli bir ekonomik, sosyal ve kültürel etkileşim alanı haline gelmiştir. Kültürel turizm, yalnızca mekan ve anıtların ziyareti değil, ziyaret edilen alandaki yaşam tarzının öğrenilmesidir. Kültürel turizmin, diğer turizm türlerinden en önemli farkı öğrenme temelli olmasıdır. Ancak kültür turizminin sürdürülebilirliği, çevresel ve kültürel kaynakların korunması, aynı zamanda gelecek nesillere aktarılması açısından önemli zorluklar içermektedir. Kültür turizmi ve sürdürülebilirlik ilişkisini, sürdürülebilir turizm ve kültür turizminin ekonomik ve sosyal etkileri ve kültürel mirasın korunması gibi zorluklarla birlikte düşünmek gerekmektedir. Kültürel mirasın korunmasında ve sürdürülebilir turizm uygulamalarının geliştirilmesinde kritik unsurlardan birisi çocuklardır. Çocuklara yönelik kültür turizmi etkinlikleri ve programları çocukların kültürel farkındalığını ve çocukların kültürel mirası koruma ve tanıtma sreerindeki anlayış ve katkılarını sürdürülebilirlik açısından önemli kılmaktadır. Çocukların kültürel değerlere duyarlılığının artırılması ve kültürel mirasın gelecek nesillere aktarılması için yerel ve evrensel anlayışta stratejilerin artırılması gerekmektedir.

**Anahtar Kelimeler:** Turizm, Kültür turizmi, Sürdürülebilirlik, ocuk

\* Sorumlu Yazar: fyildirim@cumhuriyet.edu.tr

Önerilen Atıf: Yıldırım F. Dimez E. ve (2024). Turizm, Kültür Turizmi, Sürdürülebilirlik ve ocuk, Sivas İnterdisipliner Turizm Araştırmaları Dergisi, 7(2), 161-171.

## ABSTRACT

Tourism is recognised as an important element of economic growth and cultural exchange in today's world. The rapid growth of tourism also brings cultural tourism and cultural sustainability issues to the agenda. Cultural tourism has become an important economic, social and cultural interaction area for both tourists and local communities. Cultural tourism is not only the visit of places and monuments, but also the learning of the lifestyle in the visited area. The most important difference of cultural tourism from other types of tourism is that it is learning-based. However, the sustainability of cultural tourism involves significant challenges in terms of protecting environmental and cultural resources and transferring them to future generations. The relationship between cultural tourism and sustainability should be considered together with sustainable tourism, the economic and social impacts of cultural tourism and the protection of cultural heritage. One of the critical elements in the protection of cultural heritage and the development of sustainable tourism practices is children. Cultural tourism activities and programmes for children make children's cultural awareness and their understanding and contribution to the processes of protecting and promoting cultural heritage important for sustainability. In order to increase children's sensitivity to cultural values and to transfer cultural heritage to future generations, it is necessary to increase strategies in local and universal understanding.

**Keywords: Tourism, Cultural tourism, Sustainability, Children**

### 1.Giriş

Turizm kavramı birçok faaliyet türlerini içermesi açısından çok yönlüdür. Türk Dil Kurumuturizmi “dinlenmek, eğlenmek, görmek, tanımak gibi amaçlarla yapılan gezi” veya “bir ülkeye veya bölgeye turist çekmek için alınan ekonomik, kültürel, teknik yapılan çalışmaların tümü” olarak tanımlamaktadır (TDK).

Turizm, her yaştaki insanı etkileyebilen, davranışlar üzerinde olumlu veya olumsuz etkileri olan bir olgudur. İnsanların belirli süreler ile buldukları yerden ayrılarak farklı destinasyonlara gerçekleştirdikleri seyahatler ve bu sırada yaşadıkları deneyimlere göre şekillenebilmektedir. Yaşadıkları deneyimlerden en çok etkilenen gruplardan biri çocuklardır. Küçük yaşlardaki gezi deneyimleri çocukların zihinlerinde farklı şekillerde yer edinerek, turizme karşı farklı algılar geliştirmelerini sağlayabilmektedir (Şahin ve Akova, 2023). Bu anlayışa paralel turizm işletmelerinin hizmet alanlarında çocukları dikkate alma anlayışları “çocuk dostu” turizm işletmelerini dünyada olduğu gibi ülkemizde de hızla yaygınlaştırmıştır (Sel ve İtik, 2020). Çocukların gereksinimlerini ve isteklerini ön plana alarak, çocuk haklarını gözeterek faaliyetler sürdüren anlayış çocuk dostu turizm anlayışıdır. Çocuk dostu turizm; çocukların çıkarlarını gözeterek çocukların yararına uygulamaların olduğu düzenlemelerin tamamını içermektedir (Civelek ve Civelek, 2023). Günümüzde turizm araştırmalarında oldukça sık ele alınan “çocuk” konusu “çocuk dostu turizm” (Ahıpaşaoğlu, 2018; Gün, Tosun ve Aslan, 2018; Gürbey, 2019; Kesgin ve Ross, 2018; Taner, 2019; Zajadacz, Piotrowski, Potocka ve Terlecka, 2019) ve “çocuk dostu oteller” (Emir ve Pekyaman, 2010; Öztürk ve diğerleri, 2018) konuları olarak tartışılmaya devam etmektedir.

Günümüze gelinceye değin, geleneksel değerlerden evrensel değerlere doğru geçişle birlikte turizm sektöründe de yaşanan diğer değişimler, eğlenme ve dinlenme seyahatlerinin yanı sıra ait olunan coğrafyanın kültürü ve tarihinin de yer aldığı kültür turizmi yaklaşımını doğurmuştur (Kamaraj ve diğerleri, 2019). Kültür turizmi farklı mekan ve kültürlerin

ziyaretinden doğan tüm etkinlikleri kapsamakta, turizm araştırma konuları arasında giderek önem kazanmaktadır. Kültürel turizm, kültür mirasının kapsamında ele alınan anıtsal mimari eserler, tarihi ve sanatsal yapılar ve arkeolojik alanlar, geleneksel yaşam biçimleri ve toplumsal belleği oluşturan her türlü yapı ve geleneksel yaşam öğeleri ile çeşitlenmektedir (Emekli, 2021). Birleşmiş Milletler Dünya Turizm Örgütü (UNWTO)'ne göre kültür turizmi; kültürel aktivite olan kültür, eğitim, sanat, hac gezileri, somut veya soyut varlıkların ve doğal güzelliklerin görülmesini amaçlayan bütün seyahatleri kapsamaktadır (T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2009; Çetin, 2010; Garda ve Temizel 2016). Turizm dergilerinde yer alan yazılarda kültürel tarihin önemli bir alana ev sahipliği yaptığı ve öneminin de gün geçtikçe arttığı, kısacası turizm ile toplum tarihinin aynı çerçeve içinde düşünülmesi gerektiği dile getirilmektedir. (Acar, 2020).

Kültür ve turizm kavramları birbirinden ayrı tutulamayacağı gibi, doğdukları kültürün bir ürünü olan çocukları da (Altuntop, 2019) bu çerçeve içinde konumlandırmak gerekmektedir. Kültür turizmi erişkinler kadar dünya nüfusunda yadsınamayacak paya sahip olan çocukları da doğrudan ya da dolaylı olarak etkilemektedir (von Braun, 2017). Farklı coğrafya ve farklı kültürel çevreler çocukların bilişsel gelişim ve sosyalleşme sürecini etkilemekte ve farklı kültürel ortamlar çocukların turizm deneyimlerinde farklılıklara yol açmaktadır (Guo ve Liu, 2022). Kültür etkileşimi sağlayan turizm çocukların özgür düşünce yapılarının gelişmesine, kişisel bilgi ve birikimlerinin evrensel değerlerle yenilenmesine olanak sağlamaktadır (Ersoy, 2021).

Kültürel varlıkların korunmasında bilim olarak turizmin yeri göz ardı edilemeyecek kadar büyüktür. Çocuğun sosyalleşmesi, kişiliğinin oluşumu ve toplumsallaşması kültürle gerçekleşir. Kültürün mevcut kalkınma yaklaşımları üzerinde dönüştürücü bir gücü de vardır ve mevcut yaşam koşullarını genişleterek insanların ihtiyaçlarına daha uygun hale getirmeye yardımcı olmaktadır (UNESCO, 2012). “Çocuğun yaşadığı her şey bir bakıma onun kültürüdür; kültür çocuğun dışı vurduğu davranışlar, ürünler toplamıdır” (Onur, 1997). Bir toplumda yeniliğe en açık özne, çocuktur. Bir yandan çocukla kültürel devamlılık sağlanırken, öte yandan kültürün nesilleri sosyalleştiren işlevi de devam eder. Çocukluğun toplumsal tarihi aynı zamanda çocukluğun kültürel tarihidir. Kültürleşmede toplumsal ve kültürel yoğunluk yanında, aile, ev, mahalle, okul ve sosyal çevre de etkili olabilir. Çocuğun dünyasına giren her bilgi kültürdür. Çocuğun doğumundan başlayarak büyüme, gelişme ve kendini gerçekleştirme ile kültürleşme ile gerçekleşir. Çocuk kültürü, çocukluk boyunca çocuğu besleyen ve ona rengini katan kozalardır (Şirin, 2017). Hızlı büyüyen sektörler arasında yer alan kültür turizmi için sürdürülebilirlik kavramı kültürel ve doğal kaynaklar ile iç içe olduğundan önem taşımaktadır. Bu yüzden turizm, kültür ve sürdürülebilirliği bir bütünün parçaları olarak görmek gerekmektedir. (Köz, 2014)

Kültür turizmi bir yandan yükselen bir değer iken (Acar, 2020) diğer yandan kültür turizminin geleceğinin belirsizliği (Matteucci ve diğerleri, 2022) düşünceleri de söz konusudur. Öğrenmeye açık olan çocuklara kültür turizmini ve sürdürülebilirlik kavramını aşlamak belirsizliğin önüne geçecektir. Bu ise çocukların, dünyayı keşfetmelerini sağlayacak etkinliklerle mümkün olabilir. Çocukların öğrenme isteği ve bu yolculuktaki deneyimleri eğlenceli olmasının yanı sıra eğitici olacak ve sürdürülebilirliği çocuklar için kalıcı hale getirecektir (Dedehayır, 2012., Altuntop, 2019). Ancak kültür turizmi yapılabilmesi ve bu turizm çeşidine sürdürülebilirlik kazandırılması için kültürel mirasın korunması gerekir. İnsanlığın binlerce yıldır biriktirdiği kültürler UNESCO (United Nations Educational,

Scientific and Cultural Organization – Birleşmiş Milletler Eğitim Bilim ve Kùltür Kurumu) tarafından somut olmayan kùltürel miras olarak adlandırılır ve gelecek kuşaklar için korunması gereken kùltür varlığı olarak tanımlanır (Türksoy, 2012).

Turizm, kùltür turizmi ve sürdürülebilirlik kavramları birbiri ile etkileşim içindedir (Kurak ve diğerleri, 2017). Sürdürülebilirlik; mevcut koşullar ile bugünün ihtiyaçlarını karşılarken gelecek nesillerin daha iyi yaşam seviyesine ulaşması için yapılan faaliyetler şeklinde tanımlanmaktadır (Collin, 2004; Er ve Bardakoğlu, 2016; Özdoğan, 2014; Hayta, 2009). Sürdürülebilirlik, gelecekte çocukların ekonomik refahını destekleyip kùltürel mirasın korunmasını hedefleyen bilinçli bir çabadır (Baloch ve diğerleri, 2023). Sürdürülebilir turizm genellikle küçük ölçekli, politika kararlarında yerel halkın katılımına saygı duyan, kùltürel ve çevresel etkilere duyarlı bir turizm çeşididir (Mccoll ve Moisey, 2008). Sürdürülebilir kùltür turizminin odağında; kùltürel mirası önemsemek, çocuklara öğrenme deneyimi ortamı sağlayabilmek için kùltürel ve tarihi mirası tanımlamak ve tanıtmak yer almaktadır (Butowski, 2021; Baloch ve diğerleri, 2023). Kùltürel mirası koruma, “Tarih öncesi ve tarihi devirlere ait bilim, kùltür, din ve güzel sanatlarla ilgili bulunan veya tarih öncesi ya da tarihi devirlerde sosyal yaşama konu olmuş bilimsel ve kùltürel açıdan özgün değer taşıyan yer üstünde, yer altında veya su altındaki bütün taşınır ve taşınmaz varlıkları” olarak tanımlanmaktadır (Türkoğlu, 2020). Sürdürülebilir turizm ihtiyacını ortaya çıkaran temel düşünce, turizmin kaynağını oluşturan çevresel ve kùltürel değerlerin uzun dönemde bozulmadan ya da ortaya çıkabilecek olumsuz etkileri en aza indirecek şekilde kullanılmasını sağlamak üzerinedir. Bu noktada kùltür mirası kaynakları veya değerleri ile turizm arasındaki ilişki dinamik ve sürdürülebilir olmalıdır (Kurak ve diğerleri, 2017).

Dünyada ve ülkemizde çocuklara gerek tarihi gerek coğrafi konumu ve potansiyeli itibari ile çok yönlü olarak sürdürülebilirlik anlayışının öğretilmesi gerekmektedir (Hanson ve Nieuwenhuys, 2020). Çocuk Hakları Sözleşmesinin 31.maddesi de çocuğun kùltürel ve sanatsal yaşama tam olarak katılma hakkını vurgulamaktadır. Çocukların bu hakkına saygı duyulması ve çocuklar için sanat ve kùltürel etkinliklere ulaşma ve katılım konusunda uygun ve eşit hizmetlerin sağlanmasına teşvik eder (UNICEF 2017). Bu hizmeti sunan kùltür kurumları arasında müzeler, kütüphaneler sıralanabilir. Müzeler ve kütüphaneler çocukların boş zamanlarında kaliteli vakit geçirip eğlenebileceği bir mekân olmasının yanında eğitim alanında da çocukların gelişimine katkı sağlamaktadır (Meydan Uygur ve Baykan, 2007; Güncan, 2023). Müze ve kütüphanelerin yanında çocuklara bu hizmeti verebilecek tarihi anıt, mimari, arkeolojik yapılar, müzik, sinema, festivaller ve daha birçok alan bulunmaktadır. Bu alanlardaki etkinlikler çocukların yabancı turistlerle etkileşimin gereği olarak dil ve kùltür gelişimlerine katkı sağlamakla birlikte, turizme ev sahipliği yapan iletişim becerilerinin gelişmesine de destek sağlamış olacaktır. (Yang ve diğerleri, 2024). Bu sosyal etkileşimin, kùltürel ve etnik değerlerle birlikte çocukların öz düzenleme gelişimi üzerindeki etkisine aracılık etmesi de beklenir. Böylelikle çocuklar davranışlarını o kùltürde kabul edilebilir bir şekilde düzenlemeyi de öğrenirler. (Le Cuyer, 2015)

Turizm, kùltürel turizm ve sürdürülebilirlik özellikle tarihi çevrenin korunması, geliştirilmesi ve tarihi çevre içinde yer alan kùltürel değerlere gerekli önemin verilmesini gerektirmektedir. Ayrıca, anıtsal yapıların veya yöre mimarisini yansıtan yapı veya yapı topluluklarının restorasyonlarının yapılarak, turistik amaçlarla kullanılması yönünde özendirici önlemlerin alınması gerekmektedir (Meydan Uygur ve Baykan, 2007). Kùltürel miras, turizm ve sürdürülebilirlik için UNESCO, Dünya Mirası Komitesi tarafından 2012 yılında kabul görmüş

Dünya Mirası ve Sürdürülebilir Turizm Programını başlatmıştır. Program kapsamında; doğal ve kültürel varlıkların koruması, sürdürülebilir turizm yollarının geliştirilmesi, paydaşlarla iş birliği yer almaktadır (UNESCO, 2017; Brooks ve diğerleri, 2023). Özkök ve Gümüş (2009)'ün çalışmalarında, turizmde sürdürülebilirlik sağlanmasında bilginin kuşaklar arası aktarımının önemi belirtilmiştir. Kültür turizmine olumsuz etki oluşturabilecek unsurları belirlemek, kavramak ve çocuklara kavratmak sürdürülebilirliğin sağlanabilmesinde büyük önem taşımaktadır (Özkök ve Gümüş, 2009). Li ve arkadaşları (2021), turistlerin destinasyonlarda kültürel perspektifi anlamalarının çevresel sürdürülebilirlikle doğru orantılı olduğu, kültür turizmi bilincinin sürdürülebilirliğini daha üst seviyelere çıkaracağı sonucuna varmışlardır. Çocuklar ile yapılan projeler kültür turizminde sürdürülebilirliği daha da etkin hale getirip yerel destinasyonların korunmasına ve geliştirilmesine katkı sağlayacaktır (Li ve diğerleri, 2022; Guri ve diğerleri, 2021). Kültürel değerlerin ve eserlerin gelecek nesillere sağlıklı bir şekilde aktarılması sürecinde yetişkinler kadar çocuklara da rol ve sorumluluklar düşmektedir. Sürdürülebilirlik konusunda çocukçu bir bakış açısını benimsemek, sürdürülebilirlikte aktif bir rol oynayabileceklerini dikkate almak gerekir. Bir çalışmada çocukların turizm algıları ve kültürel geçmişin çocuklar üzerindeki etkisini değerlendirmek için çocukların çizimleri analiz edilmiş, yaş artışı ile çocukların bilişsel gelişimlerinin somuttan soyuta evrildiği, seyahatler sırasındaki etkinliklerin çocukları daha çok etkilediği sonucuna varılmıştır (Guo ve Lio, 2022). Bu sonuç, ebeveynlerin seyahat planlamalarında çocukların fikirlerine değer vermelerinin önemli olduğunu gösterdiği gibi, turizm sektörünün de çocukların bakış açılarına önem vermesi gerektiğini göstermektedir (Guo ve Lio, 2022). Koskak ve arkadaşları (2018) Slovenyada turizmin gelişmiş olduğu bölgelerindeki çocuklar ile turizmin gelişmediği bölgelerde yaşayan çocuklar arasında önemli derecede gelişimsel farklılıklar olduğunu gözlemlemişlerdir. Koskak ve arkadaşları (2023) bir başka araştırmalarında çocukların toplumsal planlama üzerine görüşlerini bildirme konusunda yetişkinler tarafından desteklenmeleri gerektiğini belirtmişlerdir. [Canosa ve Graham'a \(2022\)](#) göre çocukların aktif katılım göstermesi turizm sektörünün uzun vadeli sürdürülebilirliği için önemli olmaktadır. Çocukları sosyal açıdan sürdürülebilir sağlıklı toplulukların oluşturulmasında gerekli planlamalara dahil etmek (Canosa ve diğerleri, 2018), geleceğin turizm savunucuları (Koskak ve diğerleri, 2023) olarak yetiştirmek için kültür turizminde karar verme aşamasında yetişkinler kadar söz sahibi olmaları gerekmektedir (Lambert ve diğerleri, 2014., Kamaraj ve diğerleri, 2019., Guo ve Lio, 2022).

Okulöncesi dönem çocuklarına drama, tiyatro, Nasrettin Hoca, Keloğlan, ve Dede korkut Hikayeleri, Hacivat-Karagöz gibi oyunlarda canlandırma yaptırılması, uygun kıyafet ve mekanlarla çocuklara o zamana ait yaşam tarzlarının anlatması, ülkemizin kültürel değerlerinin aktarılmasında önemli ve somut projeler arasında görülmelidir. Geçmişten günümüze maniler, tekerlemeler, ninniler, bilmeceler, hikâye ve masallar çocuklar için unutulmaması gereken kültürel değerlerdir (Karakaya ve Gülcan, 2022). Çocukların kültürel etkinliklere katılmaları için fırsatlar yaratılması çocuk haklarına yönelik sorumluluklardan birisidir. Bu sorumluluğa yönelik bir proje İspanya'nın Burgos Belediyesinde, 2015 yılında çocukların şehir hayatına katılımlarını arttırmak amacıyla Belediye binasının önünün 10-14 yaş arası çocuklar için oyun alanına dönüştürülmesi projesidir (Korkmaz, 2017). Ülkemizde düzenlenen "Minik Adımlarla Kültürel Mirasımıza Yolculuk" projesinde; erken çocukluk çağ nüfusu yüksek olan bölgelerdeki çocuklar, dezavantajlı bölgelerde yaşayan ailelerin 4-6 yaşlarındaki normal gelişim gösteren çocuklara; oyunlarla, ziyaretlerle ve 3 boyutlu kitaplarla tarih ve kültür sevgisi aşılanmıştır. Projede müze eğitimine katılan çocuklara kültürel



değerlerimizi tanıma, onları benimseme ve koruma bilinci edinmeleri amaçlanmıştır (T.C. Kùltür ve Turizm Bakanlığı ve İzmir İl Milli Eğitim Müdürlüğü, 2014). Bu ve benzeri kitap, belgesel, müze ve atölye eğitim projeleri çocuklarda kùltür mirasa sahip çıkma ve sürdürülebilir bir şekilde koruma bilincine yol açmaktadır (Maner ve Dengiz Uğur, 2024). Çocukları tarihsel, kùltürel ve sanatsal projelere katmak, kimlik gelişimlerine katkıda bulunduğu gibi tarihe, kùltürel değerlere ve sanata duydukları ilgiyi de artırmaktadır. Doğal ve kùltürel miras öğeleri ile etkileşimleri, yaşadıkları ortamı algılamaları ve anlamalarına yardımcı olmaktadır (Ivon ve Kuscevic, 2013). Çocuklarda erken yaşlarda oluşan bu duyarlılıklar, kùltürel miras öğelerinin korunması konusuna katkı sağlamakta ve farkındalıklarını güçlendirmektedir (Öztürk, Güngör ve Ogelman, 2021).

## 2. Sonuç ve Öneriler

Kùltür turizminin geleceği uzun vadeli sürdürülebilir kalkınma ve kùltürel mirasın korunması ile mümkün olabilecektir (Calvi ve Moretti, 2021). Çocukların kùltür turizmine etkisi kulağa çok ütopyik geliyor olsa, ütopyaları hayal etme, istenilen yolu aydınlatmada (Yeoman, Palomino-Schalscha ve McMahon-Beattie, 2015) etkili olacaktır. Doğal ve kùltürel kaynakları koruma, kùltürel değerleri aktarmaya yardımcı olacaktır. Bugün bir kùltürel değeri kaybetmek, gelecek nesillere aktarılacak kùltürel değerlerin ayak izini silecektir (Perzolla vd., 2018, Çavdırılı ve Adan, 2020).

Çocuklara kendi kùltürel değerlerini öğretmek ve sürdürülebilirliği korumalarına yardımcı olacak eğitim ortamları ve katılım sağlayabilecekleri projeler ile deneyimsel öğrenme ortamları sağlanmalıdır (Lig ve diğerleri, 2022). Bu anlayışlar çocukların sürdürülebilirlik konusunda daha bilinçli bir duruma gelmesine katkı sağlayacaktır. (Figueroa-Domecq ve diğerleri, 2020)

Dünya turizm örgütünün tanımında olduğu gibi “sürdürülebilir turizme ulaşmak süreklilik gerektirir ve etkilerin sürekli izlenmesini, gerektiğinde önleyici ve/veya düzeltici önlemlerin alınmasını gerektirir” (UNWTO). Sürecin takibi için; kùltür turizminin diğer turizm türlerinden ayrılıp bu alanda daha fazla çalışma yapılması gerekir. Çocukların bu sektörde söz sahibi oldukları düşüncesinin yaygınlaşması, gelecek nesillerin doğru bilgilendirilmesi, eğitim müfredatında sürdürülebilirlik kavramına yer verilmesi, çocuklara yönelik projelerde çocuk katılımının sağlanması gerekmektedir. Kùltür turizminin çocukların ihtiyaçlarına cevap vermesi ve nitelikli bir deneyim yaşatmayı amaç edinmesi, gelişen ve değişen dünyada sürdürülebilir kùltür turizminde çocukların rolleri ve etkilenimi üzerine daha fazla çalışmanın yapılması gerekmektedir.

Olumlu birçok etkisi yanında turizmin, çocukları olumsuz yönde etkileyebilecek yönleri olduğunu da unutmamak gerekmektedir. Çocukların turizm bağlamında bir sömürü unsuru haline gelmesi hem sosyal hem de ekonomik olarak çocuğun yaşamı üzerinde olumsuz sonuçlar doğurmaktadır (Şahin ve Akova, 2023). Turistik bölgelerdeki nüfus artışı, artışla gelen kùltür çeşitliliği ve bununla birlikte bölgede alkol, madde kullanımı (Kadirlioğlu, 2023) gibi çocuklardaki merak duygusunun artmasına sebep olabilecek bazı kötü alışkanlıkların edinilmesine yol açabileceği de akıldan çıkarılmaması gereken noktalardan biri olmaktadır. Turizmin çocuklar üzerindeki olumsuz etkilerini azaltmak için bölge halkının turizme yönelik tutumları hakkında araştırmalara yoğunluk vermek ve çocukların zamanla turizm destinasyonlarında önemli konumlarda yer alacağı düşüncesiyle, turizmin sosyal kapasitesinin de ihmal edilmemesi gerekmektedir (Seraphin ve Green, 2019).

## KAYNAKÇA

- Acar, D. (2020). Turizm Tarihi İncelemelerinin Yaygınlaşması Neden Önemlidir? *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 31(1), 96-100. <https://doi.org/10.17123/atad.713591>
- Ahıpaşaoğlu, S. (2018). Neden Çocuk Dostu Turizm? 1. Uluslararası Çocuk Dostu Turizm Kongresi, Sivas, Türkiye, 25-28 Nisan
- Altuntop, V. (2019). Kültür turizmi çalışmalarının bibliyometrik analiz tekniği ile incelenmesi. *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.*
- Baloch, Q. B., Shah, S. N., Iqbal, N., Sheeraz, M., Asadullah, M., Mahar, S., & Khan, A. U. (2023). Impact of tourism development upon environmental sustainability: a suggested framework for sustainable ecotourism. *Environmental science and pollution research international*, 30(3), 5917–5930. <https://doi.org/10.1007/s11356-022-22496->
- Brooks, C., Waterton, E., Saul, H., & Renzaho, A. (2023). Exploring the relationships between heritage tourism, sustainable community development and host communities' health and wellbeing: A systematic review. *PloS one*, 18(3), e0282319. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0282319>
- Butowski, L. (2021). Sustainable tourism: a human-centered approach. *Sustainability*, 13(4), 1835.
- Calvi, L., & Moretti, S. (2021). Future of cultural tourism for urban and regional destinations. Deliverable D2. 2 of the smartcultour 'Horizon 2020' project (grant agreement number 870708).
- Canosa, A., & Graham, A. (2023). Reimagining children's participation: a child rights informed approach to social justice in tourism. *Journal of Sustainable Tourism*, 31(12), 2667-2679.
- Canosa, A., Graham, A., & Wilson, E. (2018). Growing up in a tourist destination: Negotiating space, identity and belonging. *Children's Geographies*, 16(2), 156–168. <https://doi.org/10.1080/14733285.2017.1334115>
- Civelek, M. ve Civelek, P. (2023). "Ailelerin Tatil Süreçlerinde İşletme Seçimi Davranışlarında Çocuk Dostu Turizmin Rolü". *İstanbul Nişantaşı Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 2(11) 390-405. -405
- Collin, P.H. (2004). *Dictionary of environment & ecology.*, Bloomsbury publishing plc., 265, London.
- Çavdırlı, C. M. ve Adan, Ö. (2020). Müzeler ve kültürel mirasın sürdürülebilirliği: Köstem Zeytinyağı Müzesi (Museums and Sustainability of Cultural Heritage: Kostem Oliveoil Museum). *Journal of Tourism & Gastronomy Studies*, 8(3), 2241-2262.
- Çetin, T. (2010). Cumalıkızık Köyünde Kültürel miras ve Turizm Algısı. *Milli Folklor* (87), s. 181-190
- Dedehayır, H. (2012). Sürdürülebilir kültür turizmi. *Çevre ve Kültür Değerlerini Koruma ve Tanıtma Vakfı, İstanbul.*

- Emekli, G. (2021). Coğrafya, Turizm, Kültür İlişkilerinin Turizm Coğrafyasına Yansımaları Ve Kültürel Turizm. *Ege Coğrafya Dergisi*, 30(2), 405-428.
- Emir, O. Ve Pekyaman, A. (2010). Çocuklu Ailelerin Otel İşletmesi Seçiminde Etkili Olan Faktörler: Afyonkarahisar’da bir uygulama. *Yönetim ve Ekonomi*, 17(2), 159-181.
- Er, Ö. ve Bardakoğlu, Ö. (2016). Kültürel Mirasın Sürdürülebilir Turizm Ürünü Çeşidi Olarak Değerlendirilmesi: Edirne Örneği. *İşletme Fakültesi Dergisi*, 17(2), 95-111.
- Ersoy, H. (2021). Turizmin Olumlu ve Olumsuz Etkileri ile Turizmi Destek Tutumu Arasındaki İlişkide Mekansal Bağlılığın Düzenleyici Rolü, Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, Muğla
- Figuroa-Domecq, C., Kimbu, A., de Jong, A., & Williams, A. M. (2020). Sustainability Through The Tourism Entrepreneurship Journey: a Gender Perspective. *J. Sustain. Tour.* 30, 1562–1585. Doi: 10.1080/09669582.2020.1831001
- Garda, B., ve Temizel, M. (2016). Sürdürülebilir Turizm Çeşitleri. Selçuk Üniversitesi Sosyal ve Teknik Araştırmalar Dergisi (12), 83-103.
- Guo, X., & Liu, T. (2022). Çin Aile Kültüründe Çocukların Turizm Deneyimlerinin Psikolojik Süreci ve Duygusal Bilişi. *Halk sağlığında sınırlar*, 10, 960534. <https://doi.org/10.3389/fpubh.2022.960534>
- Guri, E. A. I., Osumanu, I. K., & Bonye, S. Z. (2021). Eco-Cultural Tourism Development İn Ghana: Potentials And Expected Benefits İn The Lawra Municipality. *J. Tour. Cult. Change* 19, 458–476. doi: 10.1080/14766825.2020.1737095
- Gün, İ., Tosun, N. ve Aslan, Ö. (2018). Çocuk Dostu Sağlık Uygulamaları Üzerine Genel Bir Değerlendirme. 1. Uluslararası Çocuk Dostu Turizm Kongresi, Sivas, Türkiye, 25-28 Nisan
- Güncan, Ö. (2023). Türkiye’deki Çocuk Müzelerinin Turizm Bağlamında İncelenmesi. *Turizm ve İşletme Bilimleri Dergisi*, 3(1), 71-103.
- Gürbey, A.P. (2019). Kırsal Alanların Gelişimi İçin Alternatif Turizm Önerisi: Çocuk Dostu Turizm.2. Uluslararası Çocuk Dostu Turizm Kongresi, Sivas, Türkiye, 24-27 Nisan.
- Hanson, K., & Nieuwenhuys, O. (2020). A Child-Centered Approach to Children’s Rights Law Living Rights and Translations.
- Hayta, A. B. (2009). Sürdürülebilir Tüketim Davranışının Kazanılmasında Tüketici Eğitiminin Rolü. Ahi Evran Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi, 10(3), 143-151
- Kadirlioğlu, N.H. (2023). Turizm algısının turizmi destekleme davranışına etkisinde sürdürülebilir turizm tutumunun aracı rolü: Karma yöntemli bir çalışma. Kafkas Üniversitesi / Sosyal Bilimler Enstitüsü. Doktora Tezi
- Kamaraj, İ., Çelik, B., Köken, C. ve Yağbasan, Ş. (2019). Sürdürülebilir Kentler İçin Yerel Yönetimlerin Çocuklara Yönelik Projelerinde Çocuk Katılımına Yer Verme Durumlarının İncelenmesi: İstanbul İli Örneği. *Eğitim Kuram ve Uygulama Araştırmaları Dergisi*, 5(3), 295-306.
- Karakaya, M., & Gülcan, B. (2022). Somut Olmayan Kültür Mirasının Sürdürülebilirliğinde Okul Öncesi Eğitim Programlarındaki Rekreatif Oyunların Kritik Rolü. *Uluslararası Güncel Eğitim Araştırmaları Dergisi*, 8(1), 215-230

- Kesgin, M. ve Ross, D. E. (2018). Çocuk dostu turizm araştırma ve uygulamalarında ilerleme Kidsout örneği ve about. com. *I. Uluslararası Çocuk Dostu Turizm Kongresi*.
- Korkmaz, G. (2017). Kent Meydanları Çocukların Oyun Alanı Olsun. <http://kot0.com/kent-meydanlari-cocuklarin-oyun-alaniolsun/>
- Košćak, M., Colarić-Jakše, L., Fabjan, D., Kukulj, S., Založnik, S., Knežević, M., O'Rourke, T., & Prevolšek, B. (2018). No One Asks The Children, Right? *Tourism: An International Interdisciplinary Journal*, 66(4), 396–410.
- Koskak, M., Knežević, M., Binder, D., Pelaez-Verdet, A., Işık, C., Mićić, V., & Šegota, T. (2023). Exploring The Neglected Voices Of Children In Sustainable Tourism Development: A comparative study in six European tourist destinations. *Journal of Sustainable Tourism*, 31(2), 561-580.
- Kozak, M., & Kozak, N. (2016). Institutionalisation of tourism research and education: From the early 1900s to 2000s. *Journal of Tourism History*, 8(3), 275-299.
- Köz, E. N. (2014). Sürdürülebilir kùltür turizmi algısının nesillere göre tekrar gelme niyetine etkisi. Eskişehir Osmangazi Üniversitesi. Yüksek Lisans Tezi.
- Kurak Açıcı, F., Ertaş, Ş. ve Sönmez, E. (2017). Sürdürülebilir Turizm: Kùltür Turizmi Ve Kùltürel Miras. *Akademia Disiplinlerarası Bilimsel Araştırmalar Dergisi*, 3(1), 52-66.
- Lambert, T. S., Boukas, N., & Yeralia, M.C. (2014). Museums And Cultural Sustainability: Stakeholders, Forces, And Cultural Policies, *International Journal of Cultural Policy*, 20 (5), 566–587, <http://dx.doi.org/10.1080/10286632.2013.874420>
- LeCuyer, E. A., & Zhang, Y. (2015). An İntegrative Review Of Ethnic And Cultural Variation In Socialization And Children's Self-Regulation. *Journal of Advanced Nursing*, 71(4), 735-750.
- Li, X., Abbas, J., Dongling, W., Baig, N. U. A., & Zhang, R. (2022). From Cultural Tourism to Social Entrepreneurship: Role of Social Value Creation for Environmental Sustainability. *Frontiers in psychology*, 13, 925768. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.925768>
- Maner, Ç., Dengiz Uğur Ö. (2024). Çocuklar İçin (0-18) Kùltürel Miras Çalışmaları Projesi. Koç Üniversitesi Vehbi Koç Ankara Araştırmaları Uygulama ve Araştırma Merkezi
- Matteucci, X., Koens, K., Calvi, L., & Moretti, S. (2022). Envisioning The Futures Of Cultural Tourism. *Futures*, 142, 103013.
- Mccoll S. F., & Moisey, R. N. (2008). Pathways and Pitfalls in the Search for Sustainable Tourism, Ed. Mccoll, S.F. ve Moisey, R.N., *Tourism, Recreation and Sustainability 2nd Edition Linking Culture and the Environment*, 1-17, USA.
- Meydan Uygur, S. ve Baykan, E. (2007). Kùltür Turizmi ve Turizmin Kùltürel Varlıklar Üzerindeki Etkisi. *Gazi Üniversitesi Ticaret ve Turizm Eğitim Fakùltesi Dergisi* 2007 (2), 30-49, Ankara.
- Onur, B. (2012). Çağdaş Müze Eğitim ve Gelişim Müze Psikolojisine Giriş. [İmge Kitabevi](#)
- Özdoğan, N.O. (2014). Sürdürülebilir Turizm ve Kùltürel Miras, M. Kozak (Ed.) *Sürdürülebilir Turizm Kavram- Uygulamalar*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Özkök, F. ve Gümüş, F. (2009). "Sürdürülebilir Turizmde Bilginin Önemi", *Yönetim Bilimleri Dergisi*, C: 7, No: 1, s. 51-71.

Öztürk, İ., Atasoy, F. ve Arıkan, V. (2018). Antalya'daki Çocuk Dostu Niteliğindeki Otellerin Çocuklu Ailelere Sunduğu Rekreasyon Faaliyetleri Ve İmkânlarına Yönelik Bir Değerlendirme. *Sivas Interdisipliner Turizm Araştırmaları Dergisi*, (2), 7-13.

Öztürk, H.M., Güngör, H. ve Ogelman, H.G. (2021). Okul Öncesi Dönemde Kültürel Miras Eğitime İlişkin Öğretmen Görüşleri: Denizli İli Örneği. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 5(1), 175-203.

Perzolla, V., Carr, C. M., & Westland, S. (2018). Proactive Collaborative Conservation Museums And Companies Working Towards Sustainability. *Journal of Cultural Heritage Management and Sustainable Development*, 8(3), 321-34, DOI 10.1108/JCHMSD-01-2017-0002

Sel, B. Ç. ve İtik, Ü. M. (2020). Bir Konaklama İşletmesinin "Çocuk Dostu Otel" Olarak Düzenlenmesinde Maliyet Analizi: Sivas İlinde Bir Otel Uygulaması. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4(3), 1986-2002.

Seraphin, H., & Green, S. (2019). The Significance Of The Contribution Of Children To Conceptualising The Destination Of The Future. *International Journal of Tourism Cities*, 5(4), 544-555. <https://doi.org/10.1108/IJTC-12-2018-0097>

Seraphin, H., & Chaney, D. (2023). A Research Agenda For The Sustainability Of The Tourism Industry: A Childism Perspective On Overtourism. *Journal of Cleaner Production*, 137556.

Şahin, G. Ve Akova, O. (2023). Turizm ve Çocuk İlişkisi: Turizm İle Çocuğu İlişkilendiren Çalışmalara Yönelik Bibliyometrik Bir Değerlendirme. *Uluslararası Beşerî ve Sosyal Bilimler İnceleme Dergisi*, 7(1): 34-50).

Şirin, M. R. (2017). Çocuk Ve Çocukluk: Kültürel Ve Sosyolojik Boyut. *Çocuk ve Medeniyet*, 1: 5-13.

Taner, B. (2019). Çocuk Dostu Toplum Ve Çocuk Dostu Turizm: Nasıl Bir İlişki? 2. Uluslararası Çocuk Dostu Turizm Kongresi, Sivas, Türkiye, 24-27 Nisan.

Türkoğlu İ (2020). Sùrdürülebilir Kalkınmada Kültür Mirasının Yeri Ve Önemi. *Trakya Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Dergisi*, 10(20), 117-143.

T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı ve İzmir İl Milli Eğitim Müdürlüğü. (2014). [https://izmir.ktb.gov.tr/TR-135200/minik-adimlarla-kulturel-mirasimiza-yolculuk-projesi-ta.html#:~:text=Proje%20Ad%C4%B1-\\*/](https://izmir.ktb.gov.tr/TR-135200/minik-adimlarla-kulturel-mirasimiza-yolculuk-projesi-ta.html#:~:text=Proje%20Ad%C4%B1-*/)

UNESCO (2012). Culture: A Driver And An Enabler Of Sustainable Development, [https://www.un.org/millenniumgoals/pdf/Think%20Pieces/2\\_culture.pdf](https://www.un.org/millenniumgoals/pdf/Think%20Pieces/2_culture.pdf), (Erişim Tarihi: 23.05.2020)

UNESCO.(2017). UNESCO World Heritage and Sustainable Tourism Programme.

Von Braun, J. (2017). Children As Agents Of Change For Sustainable Development. *Children And Sustainable Development: Ecological education in a globalized world*, 17-30.

Yang, M. J. H., Khoo, C., & Yang, E. C. L. (2024). Exploring Host-Children's Engagement In Tourism: Transcending The Dichotomy Of Universalism And Cultural Relativism. *Tourism Management*, 100, 104838.

Yeoman, I., Palomino-Schalscha, M., & mcmahon-Beattie, U. (2015). Keeping It Pure: Could New Zealand Be An Eco Paradise?. *Journal of Tourism Futures*, 1(1), 19-35.

Yıldırım Schierkolk, N. (2021). Turizm Sektöründe Çocuk Haklarının Korunması El Kitabı. [61b1dabaad726570413373.pdf \(cocukdostturizm.org\)](https://www.cocukdostturizm.org/61b1dabaad726570413373.pdf) (Erişim Tarihi:23.04.24)

Zajadacz, A., Piotrowski, K., Potocka, I. & Terlecka, W. (2019). "Determination of Criteria for Child Friendly Tourism Establishments in Tourist Attractions". 2. Uluslararası Çocuk Dostu Turizm Kongresi, Sivas, Türkiye, 24-27 Nisan

Zhang, H. (2022). [Retracted] Analysis of the Overall Development Mode of Cultural Tourism under the Creative Economy Environment. *Journal of Environmental and Public Health*, 2022(1), 3498622.

<https://goturkiye.com/tr/surdurulebilir-destinasyonlar> (Erişim tarihi: 09.05.24)

<https://www.unicef.org/turkiye> / (Erişim tarihi: 09.05.24)

[Sürdürülebilir kalkınma \(unwto.org\)](https://www.unwto.org) (Erişim tarihi: 12.06.24)





ISSN: 2651-2742

2024 - Cilt: 7 Sayı: 2

Sayfa: 172-194.

Dergi Web Sitesi: <http://sita.cumhuriyet.edu.tr/tr/>

Gönderilme Tarihi: 31.10.2024

Kabul Tarihi:11.11.2024

Araştırma Makalesi (Research Article)

**SİVAS CUMHURİYET ÜNİVERSİTESİ'NDE ÖĞRENİM GÖRMEKTE OLAN YABANCI UYRUKLU ÖĞRENCİLER ÜZERİNE SOSYOLOJİK BİR ÇALIŞMA**  
A Sociological Study On Foreign Students Studying at the Sivas Cumhuriyet University

Ercan ŞAHBUDAK\*

Sivas Cumhuriyet Üniversitesi, Edebiyat  
Fakültesi, Sosyoloji Bölümü

Özden AKIL

**ÖZ**

Eğitim turizmi, insanların kendilerini belli bir alanda geliştirmek, bir şeyler öğrenmek ve kariyer yapmak için belli bir bölgeye veya ülkeye gitmeleri ile gerçekleşen bir turizm çeşididir. Bugünkü boyutu ile eğitim turizmi; uygulamalı eğitim, teorik eğitim, kongre ve seminerler, öğrenci ve öğretim elemanı değişimi (ERASMUS - FARABİ...vb) gibi eğitsel faaliyetleri içine almaktadır.

İmkanı olanlar için iyi bir eğitim arayışı, eğitimin ilk basamaklarından son basamaklarına kadar devam eden sancılı bir süreçtir. Öğrenciler, özellikle yüksek öğrenimlerinde kendilerine en çok fayda sağlayacak okul ve bölüm arayışına girmektedirler. Bu dönemde birçok öğrenci, yurtdışında eğitim almayı, hedefleri arasında ilk sıraya koymaktadır. Türkiye'deki gençlerin yurt dışındaki eğitim denilince en çok rağbet ettikleri yerler, genellikle Amerika ve Avrupa ülkeleridir. Amerika ve Avrupa ülkeleri, eğitim alanındaki başarılarıyla ve sunduğu imkanlarla dünyanın her yerinden yabancı uyruklu öğrencileri kendi ülkelerine çekmektedirler. Bu çekimle birlikte bu ülkelerde, eğitim turizmi önemli bir sektör haline gelmiş ve kendi ekonomilerine oldukça ciddi düzeyde katkılar sağlamıştır.

Küreselleşmenin hızla arttığı günümüzde, eğitim alanında da uluslararasılaşma önemli bir boyut kazanmıştır. Türkiye de çoğu Orta Asya, Orta Doğu ve Afrika' başta olmak üzere farklı kültürlerden gelen öğrencileri kabul ederek, ve onlara sağladığı imkanlarla (burs, kalacak yer, bazı özel durumdaki öğrencilere sınavsız kontenjan vb.) eğitimlerine destek vermekte; hem

\* Sorumlu Yazar: esahbudak@cumhuriyet.edu.tr

**Önerilen Atıf:** Şahbudak E. ve Akil Ö. (2024). Sivas Cumhuriyet Üniversitesi'nde Öğrenim Görmekte Olan Yabancı Uyruklu Öğrenciler Üzerine Sosyolojik Bir Çalışma, Sivas İnterdisipliner Turizm Araştırmaları Dergisi, 7(2), 172-194.

## Sivas Cumhuriyet Üniversitesi'nde Öğrenim Görmekte Olan Yabancı Uyruklu Öğrenciler Üzerine Sosyolojik Bir Çalışma

akademik hem de sosyal anlamda zenginleşmektedir. Bu bağlamda, Türkiye'nin köklü eğitim kurumlarından biri olan Sivas Cumhuriyet Üniversitesi, yabancı uyruklu öğrencilere ev sahipliği yaparak, kültürel çeşitliliği ve akademik etkileşimi teşvik etmektedir.

Bu çalışmanın amacı, Sivas Cumhuriyet Üniversitesi'nde öğrenim gören yabancı uyruklu öğrencilerin sosyolojik profillerini incelemek, karşılaştıkları zorlukları ve uyum süreçlerini değerlendirmektir. Yabancı öğrencilerin eğitim hayatlarına ve sosyal çevrelerine adaptasyon süreçleri, hem bireysel hem de toplumsal düzeyde önemli sonuçlar doğurabilmektedir. Bu nedenle, bu çalışmada yabancı uyruklu öğrencilerin deneyimleri, beklentileri ve karşılaştıkları sorunlar detaylı bir şekilde ele alınmıştır.

Çalışmada yabancı uyruklu öğrencilerin demografik özellikleri ve eğitim geçmişleri incelenmiş üniversite yaşamına ve yaşadıkları çevreye adaptasyon süreçleri ve karşılaştıkları zorluklar üzerinde durulmuştur.

**Anahtar Kelimeler:** Eğitim, Turizm, Eğitim Turizmi, Üniversite, Kültür

### ABSTRACT

Educational tourism is a type of tourism that occurs when people go to a certain region or country to improve themselves in a certain field, learn something and make a career. Educational tourism in its current dimension; It includes educational activities such as practical training, theoretical training, congresses and seminars, student and faculty exchange (ERASMUS - FARABI, etc.).

For those who have the means, the search for a good education is a painful process that continues from the first steps of education to the last steps. Students are looking for the school and department that will benefit them the most, especially in their higher education. During this period, many students prioritize studying abroad among their goals. When it comes to education abroad, the most popular places for young people in Turkey are generally America and European countries. American and European countries attract foreign students from all over the world to their countries with their success in education and the opportunities they offer. With this attraction, educational tourism has become an important sector in these countries and has made significant contributions to their economies. Turkey also contributes to the education of foreign students, most of whom come from Central Asia, the Middle East and Africa, with many opportunities (scholarships, accommodation, quotas without exams for some students in special situations, etc.). This is an area that can have a significant impact on the development of countries if it is evaluated well and efforts are made to increase the number and quality of incoming students.

Today, when globalization is rapidly increasing, internationalization in the field of education has also gained an important dimension. Turkey also accepts students from different cultures, mostly from Central Asia, the Middle East and Africa, and supports their education with the opportunities it provides (scholarships, accommodation, quotas without exams for some students in special situations, etc.); It enriches both academically and socially. In this context, Sivas Cumhuriyet University, one of Turkey's well-established educational institutions, encourages cultural diversity and academic interaction by hosting foreign students.

The aim of this study is to examine the sociological profiles of foreign students studying at Sivas Cumhuriyet University and to evaluate the difficulties they face and their adaptation processes. The adaptation processes of foreign students to their educational lives and social



## Sivas Cumhuriyet Üniversitesi'nde Öğrenim Görmekte Olan Yabancı Uyruklu Öğrenciler Üzerine Sosyolojik Bir Çalışma

environments can have important consequences at both individual and social levels. Therefore, in this study, the experiences, expectations and problems faced by foreign students are discussed in detail.

In the study, the demographic characteristics and educational backgrounds of foreign students were examined, and their adaptation processes to university life and the environment in which they lived and the difficulties they encountered were emphasized.

**Keywords:** Education, Tourism, Educational Tourism, University, Culture

### 1.GİRİŞ

Alternatif turizm çeşidi olarak eğitim turizmi de son yıllarda ülkelerin ekonomisine katkı sağlamıştır. Eğitim turizmi, bireylerin kendilerini belli bir alanda ilerletmek, yepyeni bilgilere sahip olmak ve kariyerlerini geliştirmek ya da bilimsel araştırmalar yapmak amacıyla kendi ülkesinden farklı bir ülkeye gitmeleri ile gerçekleşen bir turizm türüdür (Gülmez ve Heydarov, 2021).

Yükseköğretim düzeyinde eğitim alan öğrencilerin uluslararası alanlardaki dolaşimleri her geçen yıl giderek artmaktadır. Öğrencilerin bu dolaşımı, çoğunlukla tercih edilen ülkelerin ekonomik gelişmelerine de önemli katkılar sağlamaktadır. Türkiye de bu sahada 1990'lı yılların başından beri yer almaktadır. Bu yıllarda başlayan YTB (Yurtdışı Türkler ve Akraba Topluluklar Başkanlığı) Sınavı Türkiye'nin yabancı öğrenci alımındaki en belirleyici kriteri olmuştur (Gülmez ve Heydarov, 2021).

Türkiye yabancı öğrenci açısından en çok Orta Asyalı öğrencileri ağırlamaktadır. Üniversitelerin kendi bünyelerinde yaptıkları sınavlar sonucu ise yerleştirmeler gerçekleştirilmektedir. Bununla birlikte son yıllarda Orta Doğuda meydana gelen olaylar özellikle Suriye'den ülkemize yoğun bir göç akımı yaşanmasına neden olmuştur. Yükseköğretim düzeyinde eğitim alan öğrencilerin uluslararası alanlardaki dolaşimleri her geçen yıl giderek artmaktadır. Öğrencilerin bu dolaşımı, çoğunlukla tercih edilen ülkelerin ekonomik gelişmelerine de önemli katkılar sağlamaktadır. Türkiye de bu sahada 1990'lı yılların başından beri yer almaktadır. Bu yıllarda başlayan YTB (Yurtdışı Türkler ve Akraba Topluluklar Başkanlığı) Sınavı Türkiye'nin yabancı öğrenci alımındaki en belirleyici kriteri olmuştur.

Türkiye yabancı öğrenci açısından en çok Orta Asyalı öğrencileri ağırlamaktadır. Üniversitelerin kendi bünyelerinde yaptıkları sınavlar sonucu ise yerleştirmeler gerçekleştirilmektedir. Bununla birlikte son yıllarda Orta Doğuda meydana gelen olaylar özellikle Suriye'den ülkemize yoğun bir göç akımı yaşanmasına neden olmuştur. bu durumların etkisiyle üniversitelerimizdeki Orta Doğulu öğrencilerin sayısı giderek artmaktadır.

Yükseköğrenimleri esnasında yabancı öğrencilerin çoğu sosyolojik ve psikolojik birçok sorunla uğraşmaktadırlar. Özellikle ülke değişimlerinin ilk zamanlarında farklı bir kültüre adapte olma, o ülkenin toplumsal yaşamıyla ilgili kurallarını öğrenme, tüm bu sürece uyum sağlama gibi pek çok konularda problemlerle karşılaşmakta ve bu problemleri en kısa sürede aşmaya çalışmaktadırlar. Farklı bir toplumun toplumsal hayatında kendilerine bir yer edinmeye çalışan öğrenciler aile ve arkadaşlarından ayrılmış olmanın yalnızlığıyla da baş etmektedirler. Belki de hayatlarında ilk defa kendi ayakları üzerinde durma uğraşı vermekte, ekonomik hayatlarını tek başlarına idame ettirmekte, ülkelerine ve ailelerine oldukça uzak bir

yerde, farklı bir hayat yaşama ve bu hayata alışma zorunluluğundadırlar. Üstelik bütün bunlarla birlikte eğitimlerini başarılı bir şekilde tamamlama gayreti de göstermeleri gerekmektedir. Bu çalışmada da öğrencilerin yaşayabilecekleri uyum problemlerine, bu problemlerin sosyal psikolojik etkilerine ve Türkiye ile Sivas algılarına değinilmek istenmiştir.

## 2. EĞİTİM TURİZMİ

Turizm, hızlı büyüyen ve gelişen bir endüstri olarak kültürel açıdan önemli bir olgudur. Böyle bir olgunun oluşmasında turizmdeki farklı alternatiflerin başka bir ifadeyle alternatif turizm faaliyetlerinin yeri büyüktür. Turizm sektöründeki alternatif turizm faaliyetlerinden biri olan eğitim turizminde de hızlı bir büyüme yaşanmaktadır (Brumen ve diğerleri, 2014).

Eğitim turizmi, henüz yeni bir kavram olduğundan alternatif turizm kategorisi (geleneksel, standart ve büyük ölçekli kitle turizmine alternatif) veya özel ilgi turizmi alt kategorisi olarak da görülebilir. Literatürde eğitim turizmi ile ilgili birden fazla tanımlama yapılmıştır. Yapılan tanımlamalar şu şekildedir: Eğitim turizmi genel olarak, yeni bilgi, yeni beceri, dil öğrenme veya bu çeşitli faaliyetlerin ortak bir konusu olan bilgi edinme ya da öğrenme ile örgün eğitimi sürdürmeye dayalı bir turizm türü olarak tanımlanabilir. Bilimsel bağlamda eğitim turizmi, araştırmacıların deneysel alanları keşfetmelerini ve gerçek yaşam verilerini yerinde elde etmelerini sağlamak için bir araştırma turu veya keşif gezisi oluşturmaktadır (Tang, 2020).

Eğitim turizmi, katılımcıların öğrenme deneyimine dâhil olma amacıyla buldukları yerden (mekândan) başka bir yere (mekâna) seyahat ettikleri programlar anlamına gelmektedir (Bodger, 1998). Eğitim turizmi, bireylerin uluslararası bir üniversitede öğrenim görmek amacıyla seyahat ettikleri herhangi bir turizm programı olarak tanımlanabilir. Daha kapsamlı bir şekilde eğitim turizmi terimi, öğrencilerin öncelikli olarak tercih ettikleri konularda veya tercih ettikleri ülke ile doğrudan ilgili konularda öğrenme deneyimine veya uygulamalarına katılma niyetiyle bir ülkeden başka bir ülkeye seyahat etmeleri anlamına gelmektedir (Rahman ve diğerleri, 2017).

Eğitim turizmi kapsamında dil ve yükseköğrenim, temel amaç olsa da farklı ülkelere seyahat eden yabancı öğrenciler aynı zamanda o ülkenin kültürünü, yaşam tarzını, mimarisini, gelenek ve göreneklerini de öğrenmekte; kültürlerarası alışveriş imkânına da sahip olmaktadır. Bu sonuç eğitim turizminin sosyolojik etkisini yansıtmaktadır. Bilimsel etkisi itibarıyla da eğitim turizminin, araştırmacıların farklı deneysel alanları keşfetmelerine, disiplinler arası araştırma yapma imkânına sahip olmalarını ve bilimsel keşiflere olumlu katkı sağladığını söylemek mümkündür. Eğitim turizmi kapsamında uluslararasılaşmanın temel amaçlarını da şöyle özetlemek mümkündür (Valiulis ve Valiulis, 2006):

Kültürlerarası eğitimi teşvik etmek, yabancı uyruklu öğrencilerin ev sahibi kurumlardaki öğrenme deneyimlerinin gelişmesine katkıda bulunmak, yine yabancı uyruklu öğrencilere eğitim veren öğretim elemanlarının deneyim kazanmalarını sağlamaktır. Bunlara ilaveten üniversite eğitimine katılan bireylerin kültürler arası yeterlilik seviyesini artırmak, üniversiteler içinde çok kültürlülük konusunda farkındalık yaratmak, değişim öğrencilerinin sınıf içerisindeki özel ihtiyaçlarını tanımlamak ve kültürlerarası sürekli personel eğitimini teşvik etmektir. Eğitim turizmi; demografik, sosyo-ekonomik, coğrafi ve psikolojik değişkenlere göre yapılan bölümlendirmelere bağlıdır. Eğitim turizmi tüm insanlar için aynı şekilde gerçekleşmemektedir. Yaş, cinsiyet, ırk, meslek, gelir düzeyi, eğitim durumu ve din gibi bazı demografik öğelere göre değişkenlik göstermektedir. Belirli bir bölgede yaşayan insanların sosyo-ekonomik koşulları aynı değildir. Bölgenin içinde bulunduğu sosyo-

## Sivas Cumhuriyet Üniversitesi'nde Öğrenim Görmekte Olan Yabancı Uyruklu Öğrenciler Üzerine Sosyolojik Bir Çalışma

ekonomik durum da eğitim turizmi ile ilgili faaliyetlerin uygulanmasını etkilemektedir. Coğrafi ve psikolojik bölümlendirmeler güçlü etkileme tarzlarından dolayı eğitim turizmi için en önemli faktörlerdendir (Bhuiyan ve diğerleri, 2010).

### 2.1 Türkiye'deki Yabancı Uyruklu Üniversite Öğrencilerine Dair Genel Bilgiler

Öncelikle yabancı öğrenci konusuyla ilgili Türkiye'nin geçmiş verilerine bakacak olursak "2010-11 yılları arasında bu alanda ülkemizdeki yükseköğretim kurumlarına giriş yapılan sayı 7.039dur. Bu yıllardaki yeni katılan öğrencilerin yanında, onlarla birlikte toplam sayı ise 25.545dir. Bir sonraki eğitim döneminde ise yeni gelen kayıt sayısı 8.410, toplamı ise 31.170dir. Yine bir sonraki eğitim dönemine bakacak olursak yeni gelen sayısı 12.903, toplamdaki sayı ise 43.251 olmuştur" (Akt: Gürbüz ve Güleç, 2016: 142). YTB (Yurtdışı Türkler ve Akraba Topluluklar Başkanlığı)'nin resmi internet sayfasında yapılan güncel açıklamaya göre "Türkiye'deki yükseköğretim kurumlarında öğrenim gören yabancı uyruklu öğrenci sayısı son on yılda %75 oranında artmıştır. Buna göre Türkiye'de en son verilere göre 25 bini burs alan toplamda 110 bine yakın yabancı uyruklu öğrenci bulunmaktadır. Bu rakamlar da Türkiye'nin son zamanlarda uluslararası öğrencilere en çok ev sahipliği yapan ülkelerden biri haline geldiğini göstermektedir. Ülkemiz, uluslararası öğrenci sayısını 2023 yılında 200 bine artırmayı planlamaktadır" (<https://www.ytb.gov.tr>). Yabancı öğrenciler için tercih edilen bir adres olmak ülkelerin gelişmişlik durumları açısından oldukça önemlidir. Hatta "yabancı öğrenci konusu birtakım ülkelerde ileri boyutlara taşınmış ve ekonomi alanında bir sektör olmuştur. 2000 senesindeki sonuçlara göre ABD'de bu öğrencilerin ekonomiye sağladığı getiriler hizmet alanında beşinci sıradadır" (Akt. Kiroğlu, Kesten ve Elma, 2010: 26). Artık bu sektör giderek ilerlemekte ve ülkelerin gelişmişlik durumlarını gerçek bir şekilde gözler önüne sermektedir.

"2008 OECD raporuna göre dünyadaki yabancı öğrencilerin oranı 1975 senesine göre 2006 senesinde beş kat artmıştır. Türkiye ise dünya genelinde yabancı öğrenci dolaşımındaki yerini 1981'de Yabancı Uyruklu Öğrenci Sınavı düzenleyerek almıştır. Devamında ise Sovyetlerin dağılımına dayanarak bağımsızlaşan Türk devletlerinin öğrencilerini Türkiye'de okutmak için 1992'de bu devletlerle işbirliği içinde sınavlar düzenlenmeye başlanmıştır" (Kiroğlu, Kesten ve Elma, 2010: 26). Bilindiği gibi Türkiye'deki yabancı öğrencilerin çoğunun uyruklarının Türki Cumhuriyetlere dayanması Sovyetlerin dağılmasıyla yakından ilgilidir. Bu durum da eğitim-siyaset ilişkisinin önemini ve uluslararası alanda dahi boyutlarının olduğunu kanıtlamaktadır.

Yabancı uyruklu öğrencilerle ilgili konuların muhataplarından biri siyaset kurumu iken diğer bir önemli muhatapı da ekonomidir. Daha önce de değindiğimiz gibi ABD bu ilişkinin en büyük örneğidir. "Çünkü bu öğrencilerin yaptığı maddi harcamalar buldukları ülke ekonomisine büyük katkı sağlamaktadır. Yabancı öğrencilerin en çok yer aldığı ülkelerin ekonomisine baktığımızda bu tür öğrencilerin payının büyük olduğu görülmektedir" (Akt. Göver ve Yavuzer, 2015: 1033).

Yabancı öğrencilerin bazı kurumlarla olan ilişkilerinin ardından ülkemizde bu öğrencilerle ilgili birtakım saptamaları ortaya koyan araştırmalara göz atacak olursak ilk olarak Konya Selçuk Üniversitesi'ne değineceğiz: "Konya Selçuk Üniversitesi'ne bağlı yabancı öğrenciler üzerinde yapılan bir araştırmada öğrencilerin kültürleşme tutumları incelenmiştir. Buna göre öğrencilerin %90'ının tutum olarak bütünleşmeden yana olduğu saptanmıştır. Bu durum da öğrencilerin çoğunun ülkemize ve toplumumuza uyma konusunda istek gösterip çaba sarf ettiğini göstermiştir. Ancak %10'luk bir kesimin ayrışma düşüncesi içinde olması da önemli

## Sivas Cumhuriyet Üniversitesi'nde Öğrenim Görmekte Olan Yabancı Uyruklu Öğrenciler Üzerine Sosyolojik Bir Çalışma

bir boyuttur. Çünkü ayrışma gibi bir tutum içinde oldukları görülen kesimin oranının %10 olması az bir oran değildir" (Gülner, 2010: 66). Bu durumun yanı sıra "Ankara'da yapılan bir araştırmada ise öğrencilerin Türklerden ziyade başka yabancı kişilerle kalmak istedikleri görülmüştür. Buna neden olarak kendileriyle aynı veya yakın durumlar içinde olan kişilerin birbirlerine destek olma ve anlaşma olanaklarının fazla olması gösterilebilir" (Aliyev ve Öğülmüş, 2015: 68).

Uluslararası öğrenci dolaşımının önemi her yıl giderek artan bir ivme göstermektedir. Öyle ki "1975 yılında başka bir ülkede yabancı öğrenci olarak eğitimini sürdüren öğrenci sayısı sadece 800 bindir. Bu oran 2010 senesinde dört buçuk milyona, günümüzde ise yedi buçuk milyona ulaşmıştır. Bu rakamın 2030 senesine geldiğimizde yirmi milyona geleceği öngörülmektedir" (<https://www.ytb.gov.tr>).

### 3.YÖNTEM

Çalışma kuramsal ve uygulama olmak üzere iki aşamadan oluşmuştur. İlk aşamada çalışma konusuyla alakalı bir literatür taraması yapılmıştır. Bu literatür taramasından faydalanılarak teorik aşama tamamlanmıştır. Uygulama kısmında ise yabancı uyruklu öğrencilerin demografik özelliklerini, uyum süreçlerini, problemlerini, düşünce ve beklentilerini ölçmek amacıyla anket çalışması yapılmıştır.

#### 3.1.Araştırmanın Veri Toplama Aracı:

Araştırmanın veri toplama aracı ankettir. Anketi oluşturmak için literatür taramasında incelenen çalışmalardan faydalanılmıştır. Anket formunun başında öğrencilere araştırmayla ilgili açıklama yapılan, gizlilik esası ile ilgili bilgi verilen ve ayıracakları vakit için teşekkür edilen kısa bir metin yer almıştır. Daha sonrasında ise sorulara geçilmiştir. İlk olarak öğrencilerin cinsiyet, yaş, medeni durum, yaşadıkları bölge, aile gelir durumu, aile eğitim durumu, ikamet edilen yer gibi demografik özelliklerine dair sorular sorulmuştur.

Yukarıdaki bilgilere dair soruların devamında, eğitimleriyle alakalı sorular ve bazı konulara yönelik memnuniyet durumlarıyla ilgili sorular yer almıştır. Daha sonrasında öğrencilerin zorluk yaşama ihtimalleri olan konulara, uyum süreçlerine, sosyal aktivitelerine, günlük alışkanlıklarına, bazı konulardaki duygu ve düşüncelerine ve Sivas ile Türkiye hakkındaki fikirlerine dair bilgiler merak edilmiş ve bu doğrultuda sorular yöneltilmiştir. Anketin son bölümünde öğrencilerin aldıkları eğitim, yaşadıkları şehir, kaldıkları yer ve okudukları üniversite gibi hayatlarındaki önemli unsurlardan istek ve beklentilerini öğrenmeye yönelik sorular yer almıştır.

#### 3.2.Araştırmanın Evren ve Örnekleme

Sivas Cumhuriyet Üniversitesi'nde 2016-2017 eğitim öğretim döneminde eğitim gören yabancı uyruklu öğrenciler araştırmanın evrenini oluşturmaktadır. Cumhuriyet Üniversitesi Rektörlüğü'ne bağlı Yabancı İşleri Dairesi'nden alınan bilgiye göre üniversite bünyesindeki yabancı uyruklu öğrenci sayısı toplamda 200 kişidir. Anket sürecinin bahar döneminin sonlarına denk gelmesi sebebiyle öğrencilerin tamamına anket uygulamak mümkün olmamıştır. Bu nedenle evrenin toplam sayısından örneklem alınarak araştırma tamamlanmıştır. "Örneklemin evreni belirli bir sapma düzeyi dahilinde temsil etme varsayımına güven düzeyi denir. Güven düzeyini tam değere yanılma olasılığı tamamlamaktadır. %95'e ve %99'a göre yanılma olasılıkları %5 ve %1'dir. Bu olasılıklardan

## Sivas Cumhuriyet Üniversitesi'nde Öğrenim Görmekte Olan Yabancı Uyruklu Öğrenciler Üzerine Sosyolojik Bir Çalışma

hareketle 'z' değeri karşılıkları olarak kullanılır. Bu değerler, .05'e göre 1.96, .01'e göre de 2.58'dir" (Karasar, 2012: 120-121). Bu araştırmada 0.05 yanılma olasılığı kullanılmıştır.

Üniversite kampüsü içerisinde bulunan TÖMER, Yüksekokullar, Fakülteler, Bölümler, Yurtlar, Bölüm Sekreterlikleri, Dekanlıklar gezilerek toplam 104 öğrenciye ulaşılmıştır. Araştırma için yeter sayı elde edilerek çalışma tamamlanmıştır.

### 4.BULGULAR

Cumhuriyet Üniversitesi'nin kayıtlarında 200 tane yabancı uyruklu öğrenci bulunmaktadır. Bu öğrencilerin 104 tanesine ulaşılmış ve araştırma onların anketlere verdikleri cevaplarla yapılabilmektedir. Araştırmada yer alan öğrencilerin %40,4'ü kız, %59,6'sı erkektir. Kız öğrencilerin oranı çok düşük bir oran olmamakla birlikte erkek öğrencilerin çoğunluğu oluşturduğu görülmektedir. Öğrencilerin yaşlarına bakıldığında, %34,6'sının 18-21 yaş grubunda, %55,8'inin 22-25 yaş grubunda, %9,6'sının da 26-29 yaş grubunda bulunduğu söylenebilir. Öğrencilerin medeni durumları incelendiğinde %82,7'sinin bekar, %17,3'ünün evli olduğu görülmektedir. Öğrencilerin hangi bölgelerden geldikleri incelendiğinde, %55,8'inin Orta Asya'dan, %32,7'sinin Orta Doğu'dan, %3,8'inin Avrupa'dan, %1,9'unun Afrika'dan, %5,8'inin de diğer bölgelerden geldiği belirlenmiştir.

#### 4.1. Frekans Tabloları ve Yorumları

**Tablo 1** Öğrencilerin Türkiye'yi Tercih Etme Nedenlerinin Dağılımı.

##### Eğitim İçin Türkiye'yi Tercihinizin Asıl Nedeni Nedir?

	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Birikimli Yüzde
<b>Eğitim Kalitesi</b>	28	26,9	26,9	26,9
<b>Burs İmkanı</b>	26	25,0	25,0	51,9
<b>Kültürel Yakınlık</b>	18	17,3	17,3	69,2
<b>Coğrafi Yakınlık</b>	10	9,6	9,6	78,8
<b>Dini Yakınlık</b>	6	5,8	5,8	84,6
<b>Bilimsel Başarıları</b>	6	5,8	5,8	90,4
<b>Diğer</b>	10	9,6	9,6	100,0
<b>Total</b>	104	100,0	100,0	

Öğrencilerin eğitimde Türkiye'yi asıl tercih nedenlerinin dağılımına bakıldığında %26,9 ile en çok eğitim kalitesinden dolayı tercih ettikleri görülmektedir. Eğitim kalitesiyle birlikte %25 oranıyla en fazla çıkan ikinci cevap ise burs imkanındır. Eğitim kalitesi ve burs imkanından sonra %17,3 ile kültürel yakınlık cevabı, %9,6'şar oranlarla coğrafi yakınlık ve diğer cevapları, %5,8'er oranlarla ise dini yakınlık ve bilimsel başarılar cevapları gelmiştir.

Sivas Cumhuriyet Üniversitesi'nde Öğrenim Görmekte Olan Yabancı Uyruklu Öğrenciler  
Üzerine Sosyolojik Bir Çalışma

Öğrencilerin Türkiye'yi tercihlerinde çoğunlukla eğitim kalitesini neden göstermeleri son derece sevindirici bir olaydır. Türkiye'deki üniversitelerin kaliteli bir eğitime sahip olduğu için yabancı öğrenciler tarafından tercih edilmesi son derece olumlu bir imajdır. Ancak bu durumun yanında Türkiye'yi bilimsel başarıları için tercih eden öğrenci sayısının düşüklüğü ise düşünülmesi gereken bir konudur. Çünkü bilinmelidir ki üniversitemizdeki kaliteli bir eğitimin tamamlayıcısı bilimsel başarılarıdır. Kaliteli bir eğitimle birlikte bilimsel alandaki başarıları artırarak ve uluslararası düzeyde duyurarak eğitimde daha da çok tercih edilen bir ülke haline gelebiliriz.

**Tablo 2:** Öğrencilerin Aldıkları Eğitimden Memnuniyetlerinin Dağılımı.

	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Birikimli Yüzde
<b>Memnunum</b>	46	44,2	44,2	44,2
<b>Tam değil</b>	52	50,0	50,0	94,2
<b>Memnun değilim</b>	6	5,8	5,8	100,0
<b>Total</b>	104	100,0	100,0	

Öğrencilerin aldıkları eğitimden memnuniyetlerinin dağılımında %50 oranında tam değil cevabı çoğunluk olarak çıkmıştır. %44,2 oranında memnunum cevabı ikinci en çok cevap olarak verilmiş, %5,8 oranında ise memnun değilim cevabı çıkmıştır.

Özçetin'in (2013: 61) benzer bir çalışmasında ise aynı soruya verilen cevapların dağılımında "öğrencilerin %75,1'i Türkiye'deki eğitiminden memnun olduğunu, %22,2'si tam anlamıyla memnun olmadığını, %1,8'i de memnun olmadığını söylemiştir." Yine aynı şekilde Özçetin'in araştırmasında yer verdiği "Çağlar'ın (1999) araştırmasında da öğrencilerin çoğu Türkiye'de öğrenci olmaktan dolayı memnun olduğunu söylemişlerdir. Memnun olmalarına neden olarak ise ülkemizi sevdiklerini, değişik bir kültür öğrenme fırsatı bulduklarını, üniversiteyi ve aldıkları eğitimi beğendiklerini, buradaki hayat şartlarının geldikleri yere göre daha iyi olduğunu ve burayı kendi ülkelerine benzettiklerini söylemişlerdir" (Akt. Özçetin, 2013: 61).

Özçetin'in Bursa'da yürüttüğü araştırmasında öğrencilerin %75,1'i aldıkları eğitimden memnun olduğunu söylerken, burada yapılan çalışmada %44,2 öğrenci memnuniyetini bildirmiştir. İki oran arasında belirgin bir fark olsa da, net olarak eğitimlerinden memnun olmadığını söyleyen öğrenci oranı iki çalışmada da oldukça düşüktür. Araştırmalara ve bu sonuçlara bakıldığında görülmektedir ki genel olarak Türkiye'ye gelen öğrencilerin çoğu burada aldıkları eğitimden memnun olmaktadır.

**Tablo 3:** Öğrencilerin Bundan Sonraki Yaşamlarını Sivas'ta Devam Ettirme İsteklerinin Dağılımı

	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Birikimli Yüzde
--	---------	-------	---------------	-----------------

Sivas Cumhuriyet Üniversitesi'nde Öğrenim Görmekte Olan Yabancı Uyruklu Öğrenciler Üzerine Sosyolojik Bir Çalışma

<b>Evet</b>	16	15,4	15,4	15,4
<b>Hayır</b>	44	42,3	42,3	57,7
<b>Fikrim yok</b>	44	42,3	42,3	100,0
<b>Total</b>	104	100,0	100,0	

Öğrencilerin bundan sonraki yaşamlarını Sivas'ta devam ettirme düşüncelerinin öğrenilmek istendiği sorunun tablosunda ayrı ayrı %42,3 oranlarında hayır ve fikrim yok cevabı çoğunlukta çıkmıştır. %15,4 ise evet cevabıyla bundan sonraki yaşamında Sivas'ta kalmak istediğini söylemiştir.

Göver ve Yavuzer'in (2015: 1037) Kayseri'deki yabancı uyruklu lise öğrencileri üzerine yaptıkları bir araştırmada aynı soruya cevap veren öğrencilerin "%28,7'si hayatlarını Kayseri'de devam ettirmeyi istemektedir." Kayseri'de yapılan araştırmada hayatına orada devam etmek isteyen öğrenci sayısı buraya göre oransal olarak daha fazla olsa da iki çalışmada da bu cevap, çoğunluğu sağlayamamıştır. Buna neden olarak öğrencilerin henüz uyum sürecinde olması, ortama henüz adapte olamamaları, memleket, aile ve arkadaş özlemi gibi durumlar gösterilebilir.

**Tablo 4:** Öğrencilerin Türkiye'ye Uyum Sağlarken En Çok Zorlandıkları Konuların Dağılımı.

<b>Türkiye'ye Uyum Sağlarken En Çok Hangi Konuda Zorlandınız?</b>				
	<b>Frekans</b>	<b>Yüzde</b>	<b>Geçerli Yüzde</b>	<b>Birikimli Yüzde</b>
<b>Türkçe öğrenmede</b>	34	32,7	32,7	32,7
<b>Yiyecek-içecek</b>	18	17,3	17,3	50,0
<b>Giyim-kuşam</b>	4	3,8	3,8	53,8
<b>Eğitim sistemi</b>	22	21,2	21,2	75,0
<b>Hepsi</b>	10	9,6	9,6	84,6
<b>Diğer</b>	16	15,4	15,4	100,0
<b>Total</b>	104	100,0	100,0	

Öğrencilerin çoğu %32,7 oranı ile Türkiye'ye uyum sağlarken en çok Türkçe öğrenmede zorlanmışlardır. Geri kalan %21,2 eğitim sisteminde, %17,3 yiyecek-içeceklerde, %15,4 diğer konularda, %9,6 belirtilen seçeneklerin hepsinde, %3,8 ise en çok giyim-kuşam konularında zorlanmışlardır.

Sivas Cumhuriyet Üniversitesi'nde Öğrenim Görmekte Olan Yabancı Uyruklu Öğrenciler  
Üzerine Sosyolojik Bir Çalışma

Çağlar'ın (1999: 144) ODTÜ, Hacettepe, Cumhuriyet ve Atatürk Üniversiteleri'nden bazı yabancı uyruklu öğrencilerle yaptığı araştırmasında "öğrencilerin üniversite hayatına uyum sağlama konusunda yaşadıkları zorluklarda %18,6 oranındaki çoğunluk dil konusunda zorlandığını söylemiştir. %18,1'i ders konusunda, %12,8'i sınıf arkadaşı konusunda, %8,5'i Türkiye Cumhuriyeti uyruklu olmamasından dolayı, %5,3'ü ders notu ve kitabı konusunda, %4,3'ü maddi problemlerde, %2,9'u kaldığı yurt konusunda, %2,4'ü okuduğu bölümü istememe konusunda, %1,4'ü eğitim sistemi konusunda yine %1,4'ü karşı cinsle arkadaşlık etme konusunda, %0,5'i hocaları konusunda uyum sorunları yaşadıklarını belirtmişlerdir. Bu durumun yanında %23,8 oranındaki öğrenci ise üniversitede belirli bir uyum sorununun olmadığını" söylemiştir.

Yine aynı çalışmada öğrencilere, uyum sorunlarını çözümlmek için "Türkiye'de bir uyum programına katılıp katılmadıkları sorulduğu zaman %68,1 oranındaki büyük çoğunluk katılmadıklarını bildirmişlerdir. Mülakat verilerine göre uyum problemi yaşamamış öğrencilerin çoğunu ODTÜ ve Hacettepe Üniversitesi öğrencileri oluşturmaktadır. Uyum programına katıldığını belirten öğrenci oranı ise %31,4'tür" (Çağlar, 1999: 144).

Yapılan araştırma sonuçları 1999 yılındaki araştırma ile karşılaştırılırsa öğrencilerin her iki dönemde de çoğunluğunun dil konusunda zorlandığı söylenebilir. Karşılaştırılabilir diğer bir seçenek olan eğitim sistemini ise bu çalışmada %21,2 oranında öğrenci işaretleyerek ikinci en yüksek çoğunluğu oluşturmuşlardır. Çağlar'ın çalışmasında ise sadece %1,4 oranında öğrenci, başlıca uyum sorununun eğitim sistemi olduğunu belirtmiştir. İki oran arasındaki bu büyük fark, sunulan şıklardaki farklılıklardan kaynaklanabileceği gibi, farklı üniversitelerin öğrencilerinin katılımından dolayı da kaynaklanabilir. Bunların yanında geçen 18 yılda değişiklik gösteren eğitim sisteminin de öğrencileri zorlayabileceği düşünülebilir.

**Tablo 5: Öğrencilerin Türkiye ile Ülkeleri Arasında Gördükleri En Temel Farkların Dağılımı.**

<b>Ülkenizle Türkiye Arasındaki En Temel Fark Nedir?</b>				
	<b>Frekans</b>	<b>Yüzde</b>	<b>Geçerli Yüzde</b>	<b>Birikimli Yüzde</b>
<b>Ekonomi</b>	30	28,8	28,8	28,8
<b>Hukuk</b>	4	3,8	3,8	32,7
<b>Siyaset</b>	44	42,3	42,3	75,0
<b>Sosyal yaşam</b>	20	19,2	19,2	94,2
<b>Dini yaşam</b>	6	5,8	5,8	100,0
<b>Total</b>	104	100,0	100,0	

Öğrencilerin ülkeleriyle Türkiye arasında gördükleri en temel fark dağılımında, büyük çoğunluk %42,3 ile siyaset cevabını vermiştir. Diğer öğrencilerin %28,8'i ekonomi, %19,2'si sosyal yaşam, %5,8'i dini yaşam, %3,8'i ise hukuk cevabını vermiştir. Öğrencilerin büyük çoğunluğu ülkeleriyle Türkiye arasındaki en temel fark olarak siyaseti görmektedir. Buna neden olarak yabancı öğrencilerimizin çoğunun Orta Doğu ve Orta Asya'dan gelmesi gösterilebilir. Özellikle son zamanlarda Orta Doğu'da yaşanan olaylar, siyaset kurumunun



Sivas Cumhuriyet Üniversitesi'nde Öğrenim Görmekte Olan Yabancı Uyruklu Öğrenciler  
Üzerine Sosyolojik Bir Çalışma

büyük ölçüde hasar görmesi o bölgeye mensup öğrencilerin böyle düşünmesine sebep olmuş olabilir. Ayrıca devletin şekli ve yönetim biçimi de böyle bir farka neden olabilir.

**Tablo 6:** Öğrencilerin Türk Öğrencilerden Asıl Beklentilerinin Dağılımı.

Türk Öğrencilerden Asıl Beklentiniz Nedir?		Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Birikimli Yüzde
Arkadaş Olmak		50	48,1	48,1	48,1
Çevreyi Birlikte Gezmek		6	5,8	5,8	53,8
Sorunlarımı Paylaşabilmek		14	13,5	13,5	67,3
Derslerimde Yardımcı Olmaları	24	23,1	23,1	90,4	
Beni Rahatsız Etmemeleri		10	9,6	9,6	100,0
<b>Total</b>		<b>104</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	

Yabancı öğrencilerin %48,1 ile çoğunluğu oluşturan büyük bir grubun Türk öğrencilerden asıl beklentileri arkadaş olmaktır. Arkasından %23,1 ile derslerinde kendilerine yardımcı olmaları, %13,5 ile sorunlarını paylaşabilmek, %9,6 ile kendilerini rahatsız etmemeleri ve %5,8 ile çevreyi birlikte gezmek Türk öğrencilerinden beklentileri arasındadır.

Özçetin'in (2013: 77) Bursa'daki yabancı üniversite öğrencileriyle yaptığı araştırmada, öğrencilerin Türkiye'deki arkadaşlık ilişkilerinin dağılımında "%44,3 arkadaşlık ilişkilerinde bir problem yaşamadığını belirtmiştir. %34,1 arkadaşlık ilişkilerinin yakın ve içten olduğunu, %16,3 yakın arkadaşı olmadığını, %5 ise arkadaşlık ilişkisinin sınırlı olduğunu belirtmiştir. Toplamda yakın arkadaşı olmayan ve arkadaşlık ilişkileri sınırlı olan öğrenci oranı %21,4'dür. Belirtilen %21,4'ün neredeyse yarısının Türkiye'de daha bir yılını doldurmamış olması ve henüz Türkçe öğreniyor olması, kültür farklılığı gibi nedenlerle yeterince arkadaşlık ilişkisi kuramadıkları düşünülebilir." Yine aynı araştırmada değinilen "Enhoş'un (1994) çalışma verilerine göre, Orta Asya ülkelerine bağlı öğrencilerin, Türk öğrenciler ile arkadaşlık ilişkilerinde mühim bir sorun yaşamadıkları ve kaynaşabildikleri gözlemlenmiştir" (Akt. Özçetin, 2013: 78).

Öğrencilerin geldikleri yeri daha iyi ve çabuk bir şekilde öğrenebilmeleri, çevreye daha kolay alışabilmeleri için yerel öğrencilerle iyi bir arkadaşlık ilişkisi kurmaları ve kaynaşmaları çok önemlidir. Kültürel farklılıklar ilk zamanlarda zorluk yaratabilse de zamanla farklılıkları zenginlik olarak görmek ve öğrenmek daha önemli bir durumdur. Bu da en iyi Türk öğrencilerle arkadaşlık edilerek sağlanabilir. Ayrıca ilk zamanlardaki sorunları daha da büyüten yalnızlık durumu ne kadar çabuk aşılırsa uyum süreci de o kadar kolay atlatılabilir. Yalnızlık sorununun uzun süre devam etmesi ise başta ruhsal olmak üzere birçok sıkıntıya sebebiyet verebilir.

**Tablo 7: Öğrencilerin Aldıkları Eğitimden Asıl Beklentilerinin Dağılımı.**

<b>Aldığınız Eğitimden Asıl Beklentiniz Nedir?</b>	<b>Frekan s</b>	<b>Yüzd e</b>	<b>Geçer li Yüzd e</b>	<b>Biriki mli Yüzde</b>
<b>Dil Konusuna Ağırlık Verilmesi</b>	8	7,7	7,7	7,7
<b>Bize Bazı Durumlarda Ayrıcalık Tanınması</b>	12	11,5	11,5	19,2
<b>Bizi İş Hayatına Hazırlaması</b>	30	28,8	28,8	48,1
<b>Bizi Akademik Hayata Hazırlaması</b>	28	26,9	26,9	75,0
<b>Sınav Sisteminin Düzenlenmesi</b>	4	3,8	3,8	78,8
<b>Ders Anlatımının Bizim Daha İyi Anlayabileceğimiz Şekilde İyileştirilmesi</b>	12	11,5	11,5	90,4
<b>Diğer</b>	10	9,6	9,6	100,0
<b>Total</b>	104	100,0	100,0	

Öğrencilerin aldıkları eğitimden asıl beklentilerinin dağılımı incelendiğinde çoğunluğun %28,8 oranla kendilerini iş hayatına hazırlamasını beklediği görülmektedir. Hemen arkasından %26,9 oranla kendilerini akademik hayata hazırlamasını bekleyen öğrenciler gelmektedir. Geri kalan %11,5'er oranlarla kendilerine bazı durumlarda ayrıcalık tanınmasını isteyen öğrencilerle ders anlatımlarının kendilerinin daha iyi anlayacağı şekilde iyileştirilmesini isteyen öğrenciler gelmektedir. Daha düşük oranlara denk gelen %9,6 diğer cevabını verirken, %7,7 dil konusuna ağırlık verilmesini, %3,8 ise sınav sisteminin düzenlenmesini beklemektedirler.

Öğrencilerin aldıkları eğitimden asıl beklentilerinin çoğunlukla kendilerini iş hayatına hazırlamak olması beklenen bir durumdur. Üniversite eğitimi alan her öğrencinin en büyük beklentisi okullarını bitirdikten sonra iyi bir iş sahibi olmaktır. Okulundan yeni mezun olan gençlerin önlerinde gördükleri en büyük sıkıntı da işsizliktir. Bu nedendir ki üniversiteyi bitiren her öğrencinin en büyük isteği ve beklentisi en kısa zamanda eğitimini aldıkları alana uygun bir iş sahibi olmaktır. Bunun yanında %26,9 oranındaki ikinci en çok beklentinin ise akademik hayatla ilgili olması, farklı bir sonuç olarak değerlendirilebilir. Bu sonuç bize göstermektedir ki yabancı öğrencilerin önemli bir kısmı, üniversite eğitimlerinden sonra da akademik hayata devam etmeyi istemektedir. Bu duruma neden olarak akademik alanda ilerlemek, araştırmalar yapmak ve öğretim üyeliği gibi saygın bir mesleğe sahip olmayı istemek gösterilebilir. Ayrıca üniversite mezunu öğrencilerin artmasıyla birlikte iş

Sivas Cumhuriyet Üniversitesi'nde Öğrenim Görmekte Olan Yabancı Uyruklu Öğrenciler  
Üzerine Sosyolojik Bir Çalışma

olanaklarının azalması ve her mezuna eşit iş imkanlarının bulunamaması, öğrencilerin eğitim düzeylerini daha da artırarak, iş ararken daha avantajlı bir noktada bulunma istekleri de bu sonucun bir nedeni olarak düşünülebilir.

**Tablo 8:** Öğrencilerin Cumhuriyet Üniversitesi'nden Asıl Beklentilerinin Dağılımı.

<b>Cumhuriyet Üniversitesi'nden Asıl Beklentiniz Nedir?</b>				
	<b>Frekans</b>	<b>Yüzde</b>	<b>Geçerli Yüzde</b>	<b>Birikimli Yüzde</b>
<b>Bizlere yönelik kültürel sosyal ve sportif aktivitelerin düzenlenmesi</b>	40	38,5	38,5	38,5
<b>Yapmak istediğimiz kültürel etkinliklerin desteklenmesi</b>	6	5,8	5,8	44,2
<b>Bölüm kütüphaneleri ve çalışma alanlarının artırılması ve düzenlenmesi</b>	26	25,0	25,0	69,2
<b>Kampüs içerisindeki yol alan ve mekanların düzenli olması</b>	26	25,0	25,0	94,2
<b>Diğer</b>	6	5,8	5,8	100,0
<b>Total</b>	<b>104</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	

Öğrencilerin Cumhuriyet Üniversitesi'nden asıl beklentilerinin incelendiği tabloda %38,5 ile öğrencilerin kendilerine yönelik kültürel, sosyal ve sportif etkinliklerin düzenlenmesini beklemesi en çok cevaplanan şıktır. Daha sonrasında %25'er oranlarla bölüm kütüphaneleri ve çalışma alanlarının artırılması ve düzenlenmesi ile kampüs içindeki yol, alan ve mekanların düzenli olması, %5,8'er oranlarla öğrencilerin yapmak istedikleri kültürel etkinliklerin desteklenmesi ve diğer seçeneği gelmiştir.

En çok cevabın sosyal, kültürel, sportif etkinliklerin artırılması yönünde verilmesi, öğrencilerin çoğunlukla üniversitede ders haricinde eğlenmek, bilgilenmek, öğrenmek, vakit geçirmek, ders dışı zamanlarını sağlıklı bir şekilde değerlendirmek istediğini göstermektedir. Bu son derece haklı bir istekken bunun yanında verilen cevaplardaki en düşük sonucun öğrencilerin kendi projelerinin, fikirlerinin desteklenmesine sahip olması da başka bir duruma işaret etmektedir. Bu sonuca göre öğrencilerin desteklenmesini istediği fikirleri veya kültürel birtakım projeleri oldukça az sayıdadır. Bu da daha önce değindiğimiz gibi öğrencilerin üretken bir yapıdan çok edilgen bir yapıya sahip olduğunun başka bir göstergesi olarak değerlendirilebilir.

#### 4.2. Çapraz Tablolar ve Yorumları

Sivas Cumhuriyet Üniversitesi'nde Öğrenim Görmekte Olan Yabancı Uyruklu Öğrenciler  
Üzerine Sosyolojik Bir Çalışma

**Tablo 9:** Yabancı Uyruklu Öğrencilerin Kendilerini Sivas'ta Dışlanmış Olarak Hissetme Durumlarının Cinsiyet Değişkenine Bağlı Olup Olmadığının Belirlendiği Ki-Kare Testinin Sonuçları.

		Sivas'ta dışlanma durumu		Total	X <sup>2</sup>	Sd	P	
		evet	hayır					
Cinsiyet	Count	2	40	42	22,370	1	,000	
	Kız	% within cinsiyet	4,8%	95,2%	100,0%			
		% of Total	1,9%	38,5%	40,4%			
		Count	30	32	62			
	Erkek	% within cinsiyet	48,4%	51,6%	100,0%			
		% of Total	28,8%	30,8%	59,6%			
		Count	32	72	104			
	Total	% within cinsiyet	30,8%	69,2%	100,0%			
		% of Total	30,8%	69,2%	100,0%			

Tablo 9' da belirtilen ki-kare testi sonuçlarına göre yabancı uyruklu öğrencilerin Sivas'ta dışlandıklarını düşünüp düşünmeme durumları ile cinsiyet değişkeni arasında anlamlı bir istatistiksel ilişki vardır ( $\chi^2$ : 22,370  $p < 0,05$ ). Oranlara bakıldığında kız öğrencilerin %95,2 ile neredeyse tamamı Sivas'ta dışlanmadığını düşünürken %4,8'i ise dışlandığını düşünmektedir. Erkek öğrencilerin ise %51,6'sı dışlanmadığını düşünürken %48,4'ü dışlandığını düşünmektedir. Her iki grubun da çoğunluğunun Sivas'ta dışlandığını düşünmemesinin yanında erkek öğrenci grubundaki cevapların yakınlığı dikkat çekmektedir. Kız öğrencilerin dışlandığını düşünen kesimi sadece %4,8'de kalırken bu oran erkeklerde %48,4 gibi oldukça yüksek bir orana sahiptir. Daha önceki sorulara da bakıldığında Sivas'a daha rahat uyum sağlayan, imkanları dahilinde Sivas'ta kalmayı daha çok isteyen, Sivas halkını daha yardımsever bulan kesim kız öğrencilerden oluşmaktadır. Bu soruda ise daha büyük bir farkla erkek öğrencilerin daha çok dışlandığını düşünmesi, bundan önceki sonuçlarla da birleştirildiğinde düşündürücü bir durumdur.

Bu sonuçlar çerçevesinde erkek öğrencilerin Sivas'a karşı daha olumsuz bir tavır içerisinde olduğu söylenebilir. Bu soruna bir sebep olarak kız ve erkek öğrencilerin beklentilerinin farklı olması düşünülebilir. Ancak dışlandığını düşünme durumu çok daha başka ve sıradan beklentilerin (gezmek, etkinliklere katılmak, bir işte çalışmak vb. gibi) çok daha üstünde bir durumdur. Bu nedenle bu sonucun önemini dikkate almak gerekmektedir. Yabancı uyruklu erkek öğrencilerin burada dışlandığını düşünmesinin sebeplerinin ne olduğu araştırılmalıdır. Barınma konusuna değinilecek olunursa, bu konuda kız öğrencilere daha çok imkan tanınması, erkek öğrencilerin sokakta kalmaya mahkum edildiği anlamına gelmemektedir. Erkek öğrencilere de yönelik birçok barınma yeri hizmettedir. Ayrıca çoğu devlet bursu alan ve kampüs yurtlarında kalan yabancı uyruklu öğrencilerin barınma konusunda dışlandığını

Sivas Cumhuriyet Üniversitesi'nde Öğrenim Görmekte Olan Yabancı Uyruklu Öğrenciler  
Üzerine Sosyolojik Bir Çalışma

düşünmesi ilk etapta pek doğru değildir. Ancak erkek öğrencilerin kendilerini Sivas'ta bu denli dışlanmış hissetmeleri mutlaka başka sebepler olduğunu akla getirmektedir. Bu sebepler ayrı bir problem alanı oluşturmaktadır.

Özellikle Anadolu şehirlerinin insanlarında okuyan kızları sahiplenme, onlara sahip çıkma ve destek olma oldukça olumlu, mutluluk verici ve sıkça rastlanan bir durumdur. Bununla birlikte erkek öğrencilerin görmezden gelinmesi gibi bir durum da çok fazla görülmemekte, genel anlamda üniversite öğrencileri Anadolu insanlarında saygı duyulan bir yere sahip olmaktadır.

**Tablo 10:** *Yabancı Uyruklu Öğrencilerin Sivas'ta Yaşamaktan/Okumaktan Dolayı Memnun Olup Olmama Durumlarının Cinsiyet Değişkenine Bağlı Olup Olmadığının Belirlendiği Ki-Kare Testinin Sonuçları.*

		Sivas'ta Yaşamaktan/Okumaktan;			Total			
		Memnunu m	Fikrim Yok	Memnun Değilim	X <sup>2</sup>	Sd	P	
Cinsiyet	Kız	Count	30	6	6	42		
		% within cinsiyet	71,4%	14,3%	14,3%	100,0%		
		% of Total	28,8%	5,8%	5,8%	40,4%		
	Erkek	Count	22	30	10	62		
		% within cinsiyet	35,5%	48,4%	16,1%	100,0%		
		% of Total	21,2%	28,8%	9,6%	59,6%		
Total	Count	52	36	16	104	14,937	2 ,001	
	% within cinsiyet	50,0%	34,6%	15,4%	100,0%			
	% of Total	50,0%	34,6%	15,4%	100,0			

Tablo 10'daki ki-kare testi sonuçlarına göre yabancı uyruklu öğrencilerin Sivas'ta yaşamaktan/okumaktan dolayı memnun olup olmama durumları cinsiyet değişkenine bağlı olarak farklılık göstermiştir ( $\chi^2$ : 14,937  $p < 0,05$ ). Kız öğrencilerin %71,4 gibi büyük çoğunluğu memnun olduklarını belirtmişler, %14,3'ü memnun olmadıklarını, yine %14,3'ü ise bir fikirleri olmadığını bildirmişlerdir. Erkek öğrencilerin ise %48,4'ü bir fikirleri olmadığını, %35,5'i

Sivas Cumhuriyet Üniversitesi'nde Öğrenim Görmekte Olan Yabancı Uyruklu Öğrenciler  
Üzerine Sosyolojik Bir Çalışma

memnun olduklarını, %16,1'i de memnun olmadıklarını söylemişlerdir. Sonuçlara göre öğrencilerin %50 oranı, yani yarısı Sivas'ta yaşamaktan/okumaktan dolayı memnundur. Cinsiyet değişkenine göre belirtilmesi gereken bir nokta ise kızların %71,4 oranı ile erkek öğrencilere göre Sivas'ta yaşamaktan ve okumaktan daha memnun olduklarıdır. Bu sonuç belirtilen önceki sonuçlara da benzer bir durum ortaya çıkarmaktadır. Bununla birlikte kesin olarak memnun olmadığını belirten kız ve erkek öğrenci oranları ise birbirine oldukça yakındır.

Genel olarak bir sonuç belirtilecek olursa kız öğrencilerin erkek öğrencilere oranla en az yarı yarıya bir farkla Sivas'ta yaşamaktan ve okumaktan dolayı daha memnun oldukları söylenebilir. Bu oranlarla birlikte Sivas'ın bir şehir olarak yabancı uyruklu kız öğrencilere daha çok hitap ettiği söylenebilir. Yabancı uyruklu erkek öğrencilerin kızlara göre Sivas'a daha olumsuz bir bakış açısı barındırdıkları ortaya çıkan bütün verilerde görülmüştür. Bu durum bu şekliyle kabul edilmemeli, Sivas hem kız hem de erkek öğrencilere eşit derece nasıl hitap edebilir, bu konuda çalışmalar yapılmalıdır. Yabancı uyruklu erkek öğrenciler kazanılmaya çalışılmalıdır. Çünkü Sivas'ın üniversitesi sahip olduğu en önemli kuruluşlarından biri ve belki de en önemlisidir. Üniversiteyi ayakta tutmak, öğrencilerini artırmak, iyi bir izlenim yaratmak sadece üniversite içerisinde değil, Sivas'ın tamamının önemli bir görevidir. Şehirler üniversite tercihlerinde en çok dikkat edilen unsurlardır. Sivas'ın da her bir öğrencisi tarafından sevilmesi, iyi bir izlenim kazanması hem üniversiteyi hem de Sivas'ı ilerletecek en büyük etkidir.

**Tablo 11:** *Yabancı Uyruklu Öğrencilerin İmkanları Dahilinde Bundan Sonraki Yaşamlarına Sivas'ta Devam Etme Durularının Medeni Durum Değişkenine Bağlı Olup Olmadığının Belirlendiği Ki-Kare Testinin Sonuçları.*

		Sivas'ta kalma durumu			Total	X <sup>2</sup> P	Sd	
		Evet	Hayır	Fikrim Yok				
Medeni_Durum	<b>Bekar</b>	Count	16	38	32	86		
		% within medeni_durum	18,6%	44,2%	37,2%	100,0%		
		% of Total	15,4%	36,5%	30,8%	82,7%		
	<b>Evli</b>	Count	0	6	12	18	6,816	2 ,033
		% within medeni_durum	0,0%	33,3%	66,7%	100,0%		
		% of Total	0,0%	5,8%	11,5%	17,3%		
	<b>Total</b>	Count	16	44	44	104		
		% within medeni_durum	15,4%	42,3%	42,3%	100,0%		
		% of Total	15,4%	42,3%	42,3%	100,0%		

Sivas Cumhuriyet Üniversitesi'nde Öğrenim Görmekte Olan Yabancı Uyruklu Öğrenciler  
Üzerine Sosyolojik Bir Çalışma

Tablo 11'deki ki-kare testi sonuçlarında, öğrencilerin imkanları dahilinde bundan sonraki yaşamlarına Sivas'ta devam edip etmeme durumlarıyla medeni durum değişkeni arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir ilişki görülmüştür ( $\chi^2$ : 6,816  $p < 0,05$ ). Bu konudaki istekleri öğrenilmek istenen bekar öğrencilerin %18,6'sı kalmak istediklerini, %44,2'si kalmak istemediklerini, %37,2'si de bu konuda bir fikirleri olmadığını söylemişlerdir. Evli öğrencilerin ise %33,3'ü kalmak istemediklerini, %66,7'si de bir fikirleri olmadığını söylemişler, kalmak istediğini belirten herhangi bir öğrenci ise bu grupta olmamıştır.

Total verilerde kalmak istediğini bildiren öğrenci oranı en az kesimi oluşturmuş ve bu kesim sadece bekar öğrenciler içinde yer almışlardır. Bekar öğrencilerin çoğu net bir şekilde kalmak istemediklerini, evli öğrencilerin çoğunluğu da bu konuda bir fikirleri olmadığını belirtmişlerdir. Şu an için net bir şekilde burada kalmak isteyen evli bir öğrenci bulunmamaktadır. Eşlerini ve varsa çocuklarını ülkelerinde bırakıp gelen evli öğrenciler, aileleriyle ilgili sorumluluklarını buradan devam ettirmekte zorluk yaşayabilmekte ve geri dönmeyi düşünmekte olabilirler. Hayatlarına Sivas'ta devam etme durumlarında ise yalnız olamayacakları için ailelerine danışmak ve onların da buraya gelmesini sağlamak durumundadırlar. Bu konuyla ilgili çoğu evli öğrencinin henüz bir fikri olmadığı da sonuçlarda görülmektedir. Başka bir ülkeye göç etme ve yaşamına orada devam etme durumu bekar bireylerde daha kolay olabilecek ve daha çok görülebilecek bir olayken sonuçlar çokta bu yönde değildir. Net bir şekilde Sivas'ta kalmak istemediğini bildiren bekar öğrenci oranı evli öğrencilere göre daha fazladır. Net olarak kalmak isteyen bekar öğrenci oranı evli öğrencilere oranla fazla olsa da, kalmak istemeyen bekar öğrenci çoğunluğu da göze çarpan bir diğer durumdur. Buna neden olarak gelecek kaygısı, maddi durumlar, aile özlemi veya başka bir Türk şehrinde yaşamak isteği düşünülebilir. Aynı şekilde evli öğrenciler kadar yoğun olmasa da bekar öğrencilerin de kendi ülkelerinde ve hayatlarında ailelerine ve kendilerine karşı sorumlulukları olabileceği için böyle bir karar verdikleri düşünülebilir.

**Tablo 12:** Yabancı Uyruklu Öğrencilerin Türkiye Hakkındaki Düşüncelerinin Geldikten Sonra Değişme Durumunun Geldikleri Bölge Değişkenine Bağlı Olup Olmadığının Belirlendiği Ki-Kare Testinin Sonuçları.

		Türkiye hakkındaki düşünceleriniz geldikten sonra değişti mi?							
		Evet Olumlu Yönde Oldu	Evet Olumsuz Yönde Oldu	Hayır Düşüncem Her Dönemde De Olumsuzdu	Hayır Düşüncem İki Dönemde De Olumluydu	Total	X <sup>2</sup> P	Sd	
Geldiğiniz Bölge	Orta Asya	Count	30	4	2	22	58	43,606 ,000	12
	% Within Geldiğiniz Bölge	51,7%	6,9%	3,4%	37,9%	100,0%			
	Orta Doğu	Count	16	12	2	4	34		
	% Within Geldiğiniz Bölge	47,1%	35,3%	5,9%	11,8%	100,0%			

Sivas Cumhuriyet Üniversitesi'nde Öğrenim Görmekte Olan Yabancı Uyruklu Öğrenciler  
Üzerine Sosyolojik Bir Çalışma

		Bölge				
<b>Avrupa</b>	<b>Count</b>	0	2	2	0	4
	<b>% Within Geldiğiniz Bölge</b>	0,0%	50,0%	50,0%	0,0%	100,0%
<b>Afrika</b>	<b>Count</b>	0	0	0	2	2
	<b>% Within Geldiğiniz Bölge</b>	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	100,0%
<b>Diğer</b>	<b>Count</b>	2	0	0	4	6
	<b>% Within Geldiğiniz Bölge</b>	33,3%	0,0%	0,0%	66,7%	100,0%
<b>Total</b>	<b>Count</b>	48	18	6	32	104
	<b>% Within Geldiğiniz Bölge</b>	46,2%	17,3%	5,8%	30,8%	100,0%

Tablo 12'deki ki-kare testi sonuçlarına göre yabancı uyruklu öğrencilerin Türkiye hakkındaki düşüncelerinin geldikten sonra değişip değişmeme durumuyla geldikleri bölge değişkeni arasındaki istatistiksel ilişki anlamlıdır ( $\chi^2$ : 43,606  $p < 0,05$ ). Buna göre Orta Asyalı öğrencilerin %51,7'sinin Türkiye hakkındaki düşünceleri geldikten sonra olumlu yönde değişmiş, %6,9'unun da olumsuz yönde değişmiştir. %3,4'ünün düşüncesi gelmeden önce de geldikten sonra da olumsuzdur. %37,9'unun düşüncesi ise her iki dönemde de olumludur. Orta Doğulu öğrencilerin %47,1'nin düşünceleri olumlu yönde değişmiş, %35,3'ünün düşünceleri olumsuz yönde değişmiş, %5,9'u her iki dönemde de olumsuz düşünceler taşıdıklarını söylerken %11,8'i her iki dönemde de olumlu düşünceler beslemektedirler. Avrupalı öğrencilerin yarısı düşüncelerinin olumsuz yönde değiştiğini, diğer yarısı da iki dönemde de olumsuz düşündüklerini belirtmişlerdir. Afrikalı öğrencilerin tamamı iki dönemde de olumlu düşündüklerini, diğer bölge öğrencilerinin %66,7'si iki dönemde de olumlu düşündüklerini, %33,3'ü de düşüncelerinin geldikten sonra olumlu yönde değiştiğini söylemişlerdir.

Öğrencilerin çoğunun düşüncesi ya geldikten sonra olumlu yönde değişmiş ya da zaten iki dönemde de olumlu olmuştur. Afrikalı ve diğer bölgelerin öğrencileri arasında Türkiye hakkında sürekli olumsuz düşünen veya geldikten sonra olumsuz yönde fikir değiştiren öğrenci bulunmamaktadır. Ama Avrupalı öğrencilerin tamamı Türkiye hakkında olumsuz görüşler bildirmişlerdir. Avrupalı öğrencilerin tamamının Türk kökenli olmasına rağmen Türkiye hakkında tamamen olumsuz görüş bildirmeleri önemli bir konudur. Bu da kökenleri ne olursa olsun insanların doğup büyüdüğü yerlere göre şekillendiklerini ve o bölgeleri daha çok kabul ettiklerini göstermektedir. Tabii burada Avrupalı öğrencileri tamamen suçlamak haksız bir izlenim yaratabilir. İnsanlar yetiştikleri, alıştıkları ortamdan ve koşullardan farklı bir yeri neresi olursa olsun kabul etmek ve oradaki koşullar hakkında olumlu düşünmek zorunda değillerdir. Kaldı ki kendi ülkesinde doğup büyüyen, köken olarak da yaşam tarzı ve kültür olarak da oraya bağlı olan kişilerin bile, ülkelerindeki her şey



Sivas Cumhuriyet Üniversitesi'nde Öğrenim Görmekte Olan Yabancı Uyruklu Öğrenciler Üzerine Sosyolojik Bir Çalışma

hakkında olumlu düşünceleri neredeyse imkansızdır. Hatta böyle durumlarda ülkelerindeki olumsuzlukları görüp bu konuda düzenlemeye katkı sağlayacak düşüncelerini dile getirmek faydalı bir hareket olarak algılanmalıdır.

Türkiye hakkında olumlu olan düşünceleri geldikten sonra olumsuzla dönüşen en fazla kesim Avrupalı öğrencilerin yarısıyla birlikte Orta Doğulu öğrencilerin ikinci çoğunluğudur. Orta Doğulu öğrencilerin çoğunlukla düşüncesi olumlu yönde değişmişken, %35,3 gibi ikinci çoğunluğu sağlayan bir kesiminin düşüncesi de olumsuz yönde değişmiştir. Orta Doğulu öğrencilerin çoğunun Suriyeli olduğu bilinmektedir. Bu tür öğrenciler üniversitelere Başbakanlık tarafından verilen kontenjanlarla yerleştirilmekte ve burs almaktadırlar. Cumhuriyet Üniversitesi'ne yerleştirilen Başbakanlık kontenjanlı öğrencilerin tamamı Suriyeli öğrencilerdir. Ülkeleri, dolayısıyla da kendileri oldukça zor bir süreçten geçen ve bu zor süreçte Türkiye tarafından ağırlanarak eğitimlerine devam edebilme imkanı sağlanan öğrencilerin %35,3 gibi çokta az olmayan bir oranının, Türkiye hakkındaki düşüncesinin olumsuz yönde değişmiş olması şaşırtıcı, üzerinde durulması ve ayrıca araştırılıp incelenmesi gereken bir konudur.

**Tablo 13:** Yabancı Uyruklu Öğrencilerin Türkiye'ye Uyum Sağlarken En Çok Zorlandıkları Konuların Geldikleri Bölge Değişkenine Bağlı Olup Olmadığının Belirlendiği Ki-Kare Testinin Sonuçları.

		Türkiye'ye Uyumda En Çok Zorlanılan Konu						Total	X <sup>2</sup> Sd P
		Türkçe Öğrenmede	Yiyecek İçecek	Giyim-Kuşam	Eğitim Sistemi	Hepsi	Diğer		
Geldiğiniz Bölge	Orta Asya	Count	16	14	4	6	8	10	58
		% Within Geldiğini z Bölge	27,6%	24,1%	6,9%	10,3%	13,8%	17,2%	100,0%
	Orta Doğu	Count	16	2	0	14	2	0	34
		% Within Geldiğini z Bölge	47,1%	5,9%	0,0%	41,2%	5,9%	0,0%	100,0%
	Avrupa	Count	0	2	0	2	0	0	4
		% Within Geldiğini z Bölge	0,0%	50,0%	0,0%	50,0%	0,0%	0,0%	100,0%
								69,62	
								4	
								20	
								,000	

Sivas Cumhuriyet Üniversitesi'nde Öğrenim Görmekte Olan Yabancı Uyruklu Öğrenciler  
Üzerine Sosyolojik Bir Çalışma

<b>Afrika</b>	<b>Count</b>	2	0	0	0	0	0	2
	<b>% Within Geldiğini z Bölge</b>	100,0 %	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0 %
<b>Diğer</b>	<b>Count</b>	0	0	0	0	0	6	6
	<b>% Within Geldiğini z Bölge</b>	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0 %	100,0 %
<b>Total</b>	<b>Count</b>	34	18	4	22	10	16	104
	<b>% Within Geldiğini z Bölge</b>	32,7%	17,3 %	3,8%	21,2 %	9,6%	15,4%	100,0 %

Tablo 13'deki ki-kare testinde yabancı uyruklu öğrencilerin Türkiye'ye uyum sağlarken en çok zorlandıkları konuların geldikleri bölge değişkenine göre farklılık gösterdiği görülmüştür ( $\chi^2$ : 69,624  $p < 0,05$ ). Türkiye'ye uyum sağlarken en çok zorlandıkları konulara Orta Asyalı öğrencilerin %27,6'sı Türkçe öğrenme, %24,1'i yiyecek içecek, %17,2'si diğer. %13,8'i hepsi, %10,3'ü eğitim sistemi, %6,9'u da giyim kuşam cevaplarını vermişlerdir. Orta Doğulu öğrencilerde giyim kuşam ve diğer cevapları çıkmazken, %47,1'i Türkçe öğrenme, %41,2'si eğitim sistemi, %5,9'u hepsi ve yine %5,9'u da yiyecek içecek cevaplarını vermişlerdir. Bu sonuçlara göre Afrikalı öğrencilerin tamamı Türkçe öğrenme, diğer bölgelerin öğrencilerinin tamamı da diğer cevaplarını vermişler, Avrupalı öğrencilerin %50'si yiyecek içecek, %50'si de eğitim sistemi konusunda zorlandıklarını belirtmişlerdir. Afrikalı öğrencilerin tamamı, Orta Asya ve Orta Doğulu öğrencilerin çoğunluğu en çok Türkçe öğrenmede zorlanırken, diğer bölge öğrencilerinin tamamı diğer konularda, Avrupalı öğrencilerin de yarısı yiyecek içecek, yarısı da eğitim sistemi konularında zorlandıklarını belirtmişlerdir.

Genel anlamda öğrencilerin en az sorun yaşadıkları konu giyim kuşam olurken, en fazla zorluk yaşadıkları konu Türkçe öğrenme olmuştur. Ancak diğer bölge öğrencilerinden hiçbirinin Türkçe öğrenmede zorluk yaşamaması, Avrupalı öğrencilerle birlikte Türkçeyi daha kolay öğrendikleri ya da zaten bildikleri izlenimini yaratmaktadır. Bununla birlikte Cumhuriyet Üniversitesi Rektörlüğü Yabancı İşleri Dairesinden alınan bilgiye göre Türkçe öğrenmede en çok Afrikalı öğrencilerin zorluk yaşadıkları, hatta bu konunun ders başarılarını da etkilediği bildirilmelidir.

## 5. SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

Eğitim turizmi savaş, terör gibi sıkıntılı durumlar oluşmadığı sürece ekonomilere çok ciddi katkılar sağlarken, turizmin diğer alanlarında olduğu gibi mevsimsellik şartı ile bu alan sınırlanmamaktadır. En yalın haliyle, eğitim amaçlı gelen bu turistler buldukları şehrin esnafına, ev sahiplerine, devletine eğitim dönemleri boyunca ekonomik girdi sağlamaktadırlar. Eğitim Turizmi son yıllarda pazarda payını ciddi boyutlarda artıran turizm alanlarından biri olmuştur. UNESCO verilerine göre 1975'te dünya genelinde 800 bin öğrenci

## Sivas Cumhuriyet Üniversitesi'nde Öğrenim Görmekte Olan Yabancı Uyruklu Öğrenciler Üzerine Sosyolojik Bir Çalışma

eğitim turizmi kapsamında ülkelerinin dışına seyahat ederken günümüzde bu sayı her geçen gün artmaya devam etmektedir.

Türkiye, özellikle Orta Asya, Orta Doğu ve Afrika bölgelerinde bulunan öğrenciler için önemli bir eğitim merkezidir. Türkiye'de öğrenim gören yabancı uyruklu öğrencilerin profiline bakıldığında da bu durum hemen göze çarpmaktadır. Ülkemiz, çoğunlukla bu bölgelerin öğrencilerini misafir etmekte ve eğitimlerine katkı sağlamaktadır. Türkiye'deki ağırlıklı yabancı öğrenci kesimini özellikle Orta Asyalı öğrenciler oluşturmaktadır. Ancak son dönemlerde yaşanan bazı olaylar neticesinde Orta Doğulu ve Afrikalı öğrenciler de Orta Asyalı öğrencilerin oranına yaklaşmış hatta geçmişlerdir bile denilebilir.

Savaş ortamından gelen Suriyeli öğrenciler için Türkiye'de çeşitli eğitim politikaları uygulanmakta ve bu öğrencilere verilen destekler ülkemizdeki her üniversitede olduğu gibi Cumhuriyet Üniversitesi'nde de görülmektedir. Öyle ki toplamda 200 tane resmi kayıtlı yabancı uyruklu öğrencisi bulunan Cumhuriyet Üniversitesi'nde bu öğrencilerin 100 tanesini Suriyeli öğrenciler oluşturmaktadır. Yabancı uyruklu öğrencilerini, kendi bünyesinde yaptığı YÖS Sınavı ile alan Sivas Cumhuriyet Üniversitesi'nin bütün Suriyeli öğrencileri sınavsız olarak Başbakanlık kontenjanı ve burslarıyla yerleştirilmiştir. Bu uygulama, Suriyeli öğrencilerin eğitimi için son derece olumlu bir izlenim oluştururken özellikle Türk öğrenci ve velilerin bir kısmı tarafından da kendi aleyhlerine bir izlenim oluşturmaktadır.

Özellikle son dönemlerde artan Suriyeli öğrenci sayısından yola çıkılarak yapılan bu yorumların yanında diğer yabancı uyruklu öğrencilerin özelliklerine ve bu özelliklerle birlikte Türkiye'deki yükseköğretimin durumuna da değinmek gerekmektedir.

Orta Doğulu öğrencilerle birlikte ülkemiz ve Sivas genelinde en fazla diğer bir yabancı uyruklu öğrenci kesimini Orta Asyalı öğrenciler oluşturmaktadır. Bu iki bölgenin de ülkemize çok yakın bölgeler olması, Türkiye'nin yer aldığı bölgede tercih edilen bir eğitim merkezi olduğunu göstermektedir. Bu durum, yer aldığı noktada, eğitimiyle ön plana çıkma konusunda, Türkiye adına son derece olumlu bir izlenim yaratmaktadır. Ancak durum bölgesel boyutlardan çıkılarak daha makro bir açıdan ele alındığında ise işler biraz değişmektedir. Örneğin Sivas Cumhuriyet Üniversitesi'nde öğrenim gören Avrupa ve Amerika kökenli yabancı uyruklu öğrenci sayısı yok denecek kadar azdır. Bu bölgelerden gelen öğrencilerin hepsi Türk kökenli olup ortaöğretimini bu bölgelerde tamamlamış ve bu bölgelerin vatandaşlığına sahip öğrencilerdir. Fakat bu bölgelerden gelen, köken olarak da bu bölgelere mensup belirli bir yabancı uyruklu öğrenci Cumhuriyet Üniversitesi'nde bulunmamaktadır. Aynı şekilde yapılan diğer araştırmalar ve gündelik izlenimlerden de görüldüğü gibi ülkemizin diğer üniversitelerinde de bu özelliklere sahip yabancı uyruklu öğrenci pek bulunmamaktadır. Bu durum da ne yazık ki Türkiye'nin Avrupa ve Amerika eğitiminden daha ilerde veya eş değer bir eğitim düzeyine sahip olmadığını göstermektedir. Hatta tam tersi oranda ülkemizden bu bölgelere eğitim amaçlı birçok göç gerçekleşmektedir. Eğitim amacıyla giden bir kısım gençte oradaki çalışma alanları ve iş imkanlarıyla ilgili birtakım umutlarla gitmekte ve geri dönmeyi düşünmemektedir. Bu da ülkemizin genç nüfusunu iyi değerlendirememesine ve bu konuda kayıplar yaşamasına neden olmaktadır. Bunun için Türkiye'nin Avrupa ve Amerika gibi bölgelere beyin göçü vermeyi önleyecek hatta tam tersi öğrenci göçü almayı sağlayacak birtakım politikalar üretmesi gerekmektedir. Çünkü bilinmektedir ki özellikle Amerika yabancı öğrenci göçünün en fazla yaşandığı ülkelerden biridir ve bu alanda ekonomisine ve kalkınmasına büyük faydalar sağlamaktadır.

## Sivas Cumhuriyet Üniversitesi'nde Öğrenim Görmekte Olan Yabancı Uyruklu Öğrenciler Üzerine Sosyolojik Bir Çalışma

Sivas Cumhuriyet Üniversitesi'ndeki yabancı öğrencilerin durumuna değinilecek olursa büyük çoğunluğunun uyum sürecinde, toplumsal çevreyi benimseme, ders başarılarında, kendilerini ifade etme, sağlık sorunlarında yardım alma, eğitimlerinden ve okudukları bölümlerden memnun kalma, Sivas halkı tarafından kabullenme, kendilerini ifade edebilme gibi önemli konularda önemli sorunları bulunmamaktadır. Öğrencilerin büyük çoğunluğu Sivas'ta ve üniversitede büyük sorunlar yaşamamakta ve kendileri de çok ciddi olumsuz düşünceler taşımamaktadırlar. Ancak gayet tabii ki ailelerden uzakta, kendi ayakları üzerinde, sorumluluk alarak yetişkinlik çağının gereklerini yerine getirmeye çalışan gençlerde bazı sorunların görülmesi de oldukça olağan bir durumdur.

Sivas'la ilgili ise çok büyük sorunlar yaşamayan öğrenciler buna rağmen gelecekte burada yaşamayı düşünmemekte fakat Türkiye'nin başka şehirlerinde yaşamayı istemektedirler. Bunun en temel sebeplerinden biri olarak işsizlik sorunu düşünülebilir. Sivas'ta iş sahalarının azalması, iş yerlerinin kapanmasındaki artış, istihdamı da azaltmış, öğrencilerin tercihleri başka şehirlere, özellikle daha büyük şehirlere yöneltmiştir. Bunun için mezun öğrencilere iş sahalarının yaratılması Sivas'ın en önemli görevlerinden biri olmalı ve önemli bir üniversiteye sahip olmanın başarısı bu şekilde tamamlanmalıdır.

### KAYNAKÇA

Aliyev R., ve Öğülmüş S. (2015). "Türkiye'deki Yabancı Uyruklu Öğrencilerin Kültürlerarası Etkileşim Algısının İncelenmesi". *21. Yüzyılda Eğitim ve Toplum (Eğitim Bilimleri ve Sosyal Araştırmalar Dergisi)*. Sayı 12, Cilt 4, s. 49-71.

Bhuiyan, M. A. H., Islam, R., Sıwar, C. Ve Ismail, S. M. (2010), Educational Tourism and Forest Conservation: Diversification for Child Education, *Procedia- Social and Behavioral Sciences*, 7, 19-23.

Bodger, D. (1998), Leisure, Learning and Travel, *Journal of Physical Education, Recreation & Dance*, 69 (4), 28-31.

Brumen, M., Branka, C. Ve Matjaž, M. (2014), Education for Responsible Persons, Tourists and Hosts Through Knowledge of Neighbouring Countries' Languages in Cross-Border Areas, *Kybernetes*, 43 (3), 614-628.

Çağlar, A. (1999). "Türk Üniversitelerinde Öğrenim Gören Türk Cumhuriyetleri ve Akraba Toplulukları Öğrencilerinin Sorunları". *Amme İdaresi Dergisi*. Sayı 4, Cilt 32, s. 133-169.

Göver, İ. H., ve Yavuzer, H. (2015). "Kayseri'de Öğrenim Gören Yabancı Uyruklu Öğrencilerin Kayseri, Türkiye ve İslam Algısı". *International Periodical For The Languages, Literature and History of Turkish or Turkic*. Sayı 2, Cilt 10, s. 1025-1050.

Gülner, B., (2011). "Yabancı Öğrencilerde Kültürleşme ve Medya Kullanımı". *Global Media Journal*, Sayı: 3, Cilt 2, s. 51-68.

Gülmez M., Heydarov, S., (2021) Alternatif Turizm Kapsamında Eğitim Turizmi: Akdeniz Üniversitesi'nde Bir Uygulama, *Verimlilik Dergisi/Journal of Productivity* | Temmuz/July 2021 | Sayı/Issue 3 | 263-275

Gürbüz R., ve Güleç İ. (2016). "Türkiye'de Eğitim Gören Yabancı Öğrencilerin Türkçeye İlişkin Görüşleri: Sakarya Üniversitesi Örneği". *Sakarya University Journal of Education*. Sayı 2, Cilt 6, s. 141-153.

Karasar, N., (2012). *Bilimsel Araştırma Yöntemi*. Ankara: Nobel Yay.

Sivas Cumhuriyet Üniversitesi'nde Öğrenim Görmekte Olan Yabancı Uyruklu Öğrenciler  
Üzerine Sosyolojik Bir Çalışma

Kıroğlu, K., Kesten, A., & Elma, C. (2010). "Türkiye'de Öğrenim Gören Yabancı Uyruklu Lisans Öğrencilerinin Sosyo-Kültürel ve Ekonomik Sorunları". *Mersin Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*. Sayı 2, Cilt 6, s. 26-39.

Özçetin, S. (2013). *Yükseköğrenim Gören Yabancı Uyruklu Öğrencilerin Sosyal Uyumlarını Etkileyen Etmenler*. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Tang, C. F. (2020), The Threshold Effects of Educational Tourism on Economic Growth, *Current Issues in Tourism*, 23 (13), 1-16.

Valiulis, A. V. Ve Valiulis, D. (2006), The Internationalisation of Higher Education: A Challenge for Universities, *Global Journal of Engineering Education*, 10 (2), 221-228.

<https://www.ytb.gov.tr/uluslararasi-ogrenciler/uluslararasi-ogrenci-hareketliliği> Erişim Tarihi: 12.12.2017



ISSN: 2651-2742  
2024- Cilt: 7 Sayı: 2  
Sayfa: 195-202.

Dergi Web Sitesi: <http://sita.cumhuriyet.edu.tr/tr/>

Gönderilme Tarihi: 02.06.2024

Kabul Tarihi: 17.12.2024

Araştırma Makalesi (Research Article)

**TOURISM DEVELOPMENT AND ITS IMPACT IN ECONOMIC GROWTH,  
EVIDENCE OF NORTH MACEDONIA**

**Turizmin Gelişimi ve Ekonomik Büyüme Etkisi, Kuzey Makedonya Örneği**

Arta TACHİ \*   
Tetova Devlet Üniversitesi

Selvije THACİ   
Tetova Devlet Üniversitesi

**ÖZ**

Turizm, küresel olarak ekonomik büyümenin en önemli faktörlerinden biri haline gelmektedir ve birçok sektörde olumlu etkiler göstermektedir. Bu nedenle, tüm ülkeler turizmi geliştirmekle ilgilenmektedir. Turizmin gelişimi, ekonomik, çevresel ve sosyo-kültürel etkilerin hem günümüzde hem de gelecekteki yansımalarını içermektedir. Bu kaynakların uygun şekilde kullanılması, ev sahibi toplulukların kültürel ve geleneksel değerlerine saygı gösterilmesi ve gelir seviyesini artırma ve yoksulluğu azaltma gibi sosyo-ekonomik faydaların sağlanması ile mümkündür.

Bu çalışma, Kuzey Makedonya'daki turizmin gelişimini analiz edecek ve özellikle toplam turist sayısına odaklanacaktır. Analiz, yabancı turistlerin gelişleri ve toplam gecekleri ile yerli turistlerin gelişleri ve toplam gecekleri üzerine yapılacaktır. Toplam turist verilerine dayanarak, ülkemizin ziyaretçilere sunduğu çekim gücünün durumu değerlendirilecektir.

Analizin ikinci kısmı, turist harcamalarından elde edilen toplam gelirlerin hesaplanması yoluyla elde edilen gelir düzeyine odaklanmaktadır (yabancı ve yerli turistler). Son kısım ise turizm sektörünün Gayri Safi Yurtiçi Hasıla'ya (GSYİH) katkısını, yani ekonomik büyümenin önemli bir göstergesini ele almaktadır. Bu analizler, turizm trendlerine daha derin bir bakış açısı sağlamak amacıyla uzun bir dönem (1990'lardan 2023'e kadar) için yapılmıştır.

Kuzey Makedonya'nın farklı dönemlerden geçtiği göz önünde bulundurularak, üç kritik dönem boyunca turizm durumu değerlendirilecektir: Eski Yugoslavya'dan Kuzey Makedonya Cumhuriyeti'ne geçiş dönemi (1993), 2000 yılındaki silahlı çatışma ve 2019

\* Sorumlu Yazar: thaciarta@gmail.com

Önerilen Atıf: Tachi A. ve Tachi S. (2024). Tourism Development and its Impact in Economic Growth, Evidence of North Macedonia, Sivas İnterdisipliner Turizm Araştırmaları Dergisi, 7(2), 195-202.

yılındaki pandemi krizi. Sonuç olarak, turizmin ülkenin ekonomik büyümesi üzerinde önemli bir etkisi olduğu görülmektedir.

**Anahtar Kelimeler:** Turizm ve Gelişim, Ekonomik Büyüme GSYİH, Ekonomik Kalkınma

**JEL Kodları:** Z32, F43, O1

## ABSTRACT

Tourism is becoming the most important factor of economic growth globally which indicates positive impact in many sectors, and this is the reason that all countries are interested in developing the tourism. Tourism development is the current and the future of economic, environmental and socio-cultural impact, and this by making optimal use of resources, respecting the cultural and traditional values of host communities and ensure socioeconomic benefits such as increasing the level of revenues and reducing poverty. This paper will analyse the development of tourism in North Macedonia by special emphasize in the total number of tourists, including the analysis of foreign tourist arrivals and total overnight stays and domestic tourists' arrivals and total overnight stays. Based on the evidence of total tourist we can see the condition of our country regarding the attraction provided to visitors. The second part of the analyses is regarding the level of revenues earned by calculating the total number of receipts of tourist expenses (foreign tourists and domestic tourists). The last part is regarding the contribution of tourism sector to the Gross Domestic Product, an important indicator of the economic growth. These analyses are done for a longer period (from the early 90 up to 2023), to have a deeper overview of tourism trend. Since North Macedonia was going through different times, will have an overview of tourism condition during three risky periods such as transition period from Former Yugoslavia to Republic of North Macedonia (1993), the armed conflict in 2000 and the last crisis of pandemic in 2019. And as a result there is an important impact of tourism in the economic growth of the country.

**Keywords:** Tourism & Development, Economic Growth GDP, Economic development

**JEL Code:** Z32, F43, O1

## 1. INTRODUCTION

North Macedonia is a landlocked country on the Balkan peninsula in southeastern Europe. The land has a total area of 25,710 km<sup>2</sup> (9,927 mi<sup>2</sup>). North Macedonia is thus the 17th smallest country in Europe and ranked 150th in the world

Tourism has become the major player in the international commerce and is experiencing a continuous growth. We can say that tourism is having the fastest growing sector of the economy in the world which surpasses other industries such as food production, oil exports, automobile etc.

Achieving sustainable tourism requires a strong political leadership, monitoring necessary agendas to increase the tourist satisfaction level by offering meaningful attractions and experiences.

The economy of North Macedonia has experienced a radical change during the transition from communism to democracy after the fall down of the former Yugoslavia in 1990. As A.Gosar (2012)<sup>†</sup> mentioned that Western Balkans countries were unstable during that time, and each

---

<sup>†</sup> Gosar A., 2012, Tourism in post-socialist countries of South-eastern Europe: Trends and challenges

countries had to enter the global tourism market individually and independently, including North Macedonia. Before the transition, for the tourism sector was responsible the non-governmental institution the Tourism Association of the Socialist Federative Republic of Yugoslavia and they were responsible for promotion of tourism of Macedonia in Yugoslavia and worldwide. After the establishment of Republic of Macedonia, there was no National tourism organizations, and since there were no ministries the responsibility of tourism was under travel agencies that made all the promotion, the support and implementation of programs for tourism. The first law for tourism activity and law for hospitality activity was created in 2004. Now for the development of tourism sector is responsible the ministry of economy.

Economy is closely linked with the development of tourism. A tourist is an important consumer because he performs his expenditures such as housing or accommodation, transportation, food and use of other services. With this the local budget increases but also one part goes to the state budget through different forms of fees or taxes, meaning that tourism support economic growth.

## **2. LITERATURE REVIEW**

This section includes contributions to the literature by a variety of scholars regarding the tourism importance and tourism growth as an important factor of economic growth. The tourism sector has become important in many countries. Rapid expansion of international tourism has made it a key income source to develop newly industrialised countries (Dwyer & Forsyth, 2016). Tourism development in the post-socialist countries was associated with the desire to make up for the lost time and the fast growth of income from tourism industry (Banaszkiewicz et al., 2016).

The tourism potential is determined by the sum of all resources such as natural, human, cultural, historical, infrastructure etc, which constitutes a destination's tourist offer. (Heath & Wall, 1992). The economic impact of tourism in specialized literature is known in the form of a multiplier effect. (Minciu, 2004). The multiplier effect measures the changes produced in income levels, results, employment and balance of payments due to modification of tourist spending. (Witt, Brooke, & Buckley, 1995)

For having a stable tourism development it's important to have a planning, as R. Butler (1980) mentioned that without comprehensive planning strategies and suitable tourism policy, destinations are intended to face of eventual decline and possible collapse. Tourism contributes to economic growth and the expansion affects the demand for certain goods and services (Syriopoulos, 1995), including transportation facilities, such as roads and airports (Eugenio-Martín & Morales, 2004). Establishing the relationship between tourism and economic growth is essential as this sector is increasing at impressive rates and policy-makers are attributing to the sector major importance (Sequeira & Campos, 2005).

The evidence from a lot of articles shows that there is a positive relation between tourism and economy growth, such as Granger (1969) causality tests based on Error Correction Models indicated that there is a strong Granger causal relationship between international tourism earnings and economic growth.

## **3. RESEARCH METHODOLOGY**



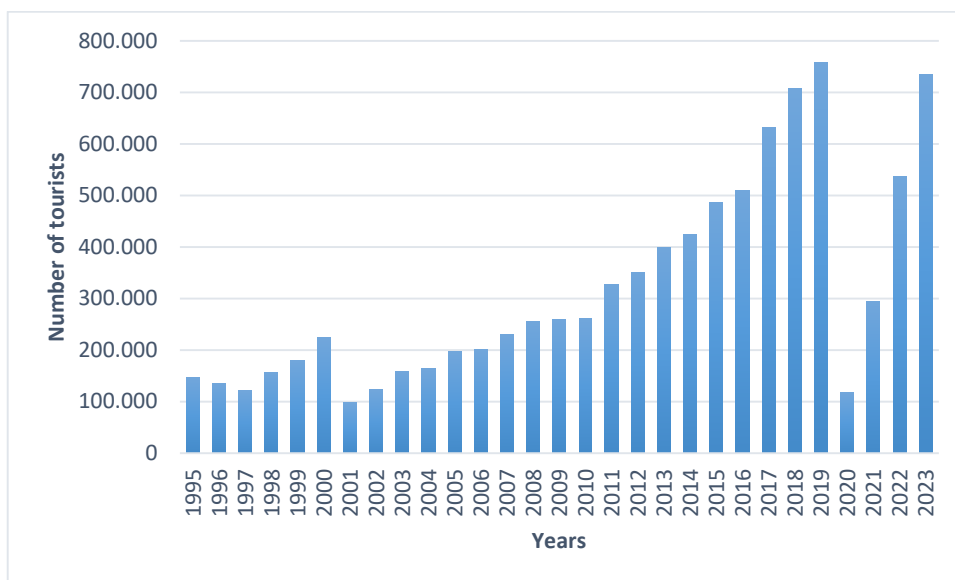
In this study we will have a descriptive analysis regarding the importance and effect of development of tourism sector in North Macedonia using secondary data from State statistical office, World Bank, reports from World Travel and Tourism Council (WTTC) for the period between 1995 and 2023.

First, we analyse the development of tourism sector in North Macedonia, then analysing data that refers to tourism statistics including the number of tourist arrivals and overnight stays as total, domestic and foreign tourists. And in the last part we have the importance and contribution of tourism to GDP including total tourism income.

#### 4. EMPIRICAL RESULTS

The tourism in North Macedonia has been through a continuous growth after the revolution of the system of the former Yugoslavia (1990). Based on the data from World Data † and State statistical office of RNM§ the income from tourism in 1995 was 18.5 million euro as 0.4 % of GDP (€ 126 per tourist), after more than 20 years the country's dependence on tourism has increased drastically up to 392 million euro or €517 per tourist (around 3.2% of GDP). In below graph we will have an overview of tourism development from 1995 up to 2023.

Graph 1. Development of tourism sector in North Macedonia 1995-2023



Source: World Data, State statistical office of Republic of North Macedonia, authors calculation

In 2023 a total of 1.168.730 tourists were registered in North Macedonia, which 434.598 were domestic tourists and 734.139 foreign tourists. Compared to 2022 the number of tourists has grown by 20.6%. The lowest level of tourism in North Macedonia was in 2001, as a result of the armed ethnic conflict in this country in 2000, and in 2020 as a result of post pandemic period 2019. In 2021 North Macedonia was ranked as 77<sup>th</sup> place in the world and 13<sup>th</sup> in

† World Data <https://www.worlddata.info/europe/north-macedonia/tourism.php>

§ State Statistical Office [www.stat.gov.mk](http://www.stat.gov.mk)

Southern East \*\*. The evidence shows that his country has generated around \$ 387.000 million in the tourism sector.

The dynamics of tourism activity depends on the size and the intensity of development of the country. North Macedonia as a small country has a modest volume of tourism contributing to the economic growth. The statistics of tourism are expressed through the number of the tourist arrivals, as a total number of tourists, domestic tourist and foreign tourists. The following table shows the number of tourist arrival from 2010 to 2023, data from Statistical office RNM.\*\*

Tabel 1. Number of tourist and night spent in North Macedonia 2010-2023

Year	Total number of tourists	Domestic tourists	Foreign tourists	Total overnight stays	Domestic overnight stays	Foreign overnight stays
2023	1,168,737	434,598	734,139	111,668	46,454	65,214
2022	969,277	431,841	537,436	2,848,604	1,703,841	1,144,763
2021	702,463	408,500	293,963	2,313,543	1,643,083	670,460
2020	467,514	349,308	118,206	1,697,535	1,444,605	252,930
2019	1,184,963	427,370	757,593	3,262,398	<b>1,684,627</b>	<b>1,577,771</b>
2018	1,126,935	419,590	707,345	3,176,808	1,685,273	1,491,535
2017	998,841	368,247	630,594	2,775,152	1,480,460	1,294,692
2016	5,856,843	346,359	5,510,484	2,461,160	1,407,143	1,054,017
2015	816,067	330,537	485,530	2,394,205	1,357,822	1,036,383
2014	735,650	310,336	425,314	2,195,883	1,273,370	922,513

\*\* World Data Info [www.worlddata.info/europe/northmacedonia/tourism.php](http://www.worlddata.info/europe/northmacedonia/tourism.php)

†† State statistical office [www.makstat.stat.gov.mk](http://www.makstat.stat.gov.mk)

2013	701,794	302,114	399,680	2,157,175	1,275,800	881,375
2012	663,633	312,274	351,359	2,151,692	1,339,946	811,746
2011	647,568	320,097	327,471	2,173,034	1,417,868	755,166
2010	586,241	324,545	261,696	2,020,217	1,461,185	559,032

Source: MakStat database of the State Statistical Office of the Republic of North Macedonia

International tourism has been developed especially in the recent years, as shown in the above table 2019 is the year where the number of foreign overnight stays is almost equal to the number of domestic overnight stays.

In 2020 there was a drastic decline of the level of foreign tourist due to the COVID-19 pandemic, for - 60% compared to 2019, in 2021 compared to 2020 an increase of + 50.3%, and +38% positive difference from 2021 to 2022. According to official data from Tourism Promotion and Support Agency (APPT)‡, the average length of stay of foreign visitors in the country is 1.9 nights and this is a decrease compared to 2021 when the average stay was 2.3 nights.

For the analysis of tourism revenue growth or receipts (total % of exports) as expenditures of international inbound visitors including any payment for goods and services received in the country, we will use data from the World Bank§§ and CEIC\*\*\* for the period 1995 to 2023 in million USD and the percentage participation in gross national product in North Macedonia.

Table 2. Tourism revenues and participation in GNP, 1995-2021

Year	Total revenues from tourism (in millions of USD)	% of GNP	Year	Total revenues from tourism (in millions of USD)	% of GNP
1995	\$ 19,000,000	0.40%	2009	\$ 232,000,000	2.50%
1996	\$ 35,000,000	0.75%	2010	\$ 199,000,000	2.10%
1997	\$ 29,000,000	0.74%	2011	\$ 242,000,000	2.30%
1998	\$ 30,000,000	0.80%	2012	\$ 237,000,000	2.40%
1999	\$ 80,000,000	2.10%	2013	\$ 270,000,000	2.50%

‡ Tourism Promotion and Support Agency (APPT) <https://tourismmacedonia.gov.mk/>

§§ World bank - <https://data.worldbank.org/indicator/ST.INT.RCPT.CD?locations=MK>

\*\*\* <https://www.ceicdata.com/en/indicator/macedonia/tourism-revenue-growth>

2000	\$	88,000,000	2.30%	2014	\$ 298,000,000	2.60%
2001	\$	49,000,000	1.30%	2015	\$ 268,000,000	2.70%
2002	\$	55,000,000	1.40%	2016	\$ 283,000,000	2.70%
2003	\$	86,000,000	1.70%	2017	\$ 331,000,000	2.90%
2004	\$	103,000,000	1.80%	2018	\$ 380,000,000	3.10%
2005	\$	116,000,000	1.90%	2019	\$ 401,000,000	3.20%
2006	\$	156,000,000	2.30%	2020	\$ 253,000,000	2.00%
2007	\$	219,000,000	2.60%	2021	\$ 387,000,000	2.80%
2008	\$	262,000,000	2.60%			

Source: World Bank and CEICdata

During the 1995-2023 period, the average value for North Macedonia was 2.13%, with a minimum of 0.74% in 1997 and a maximum of 3.20 % in 2019. Considering that in 2019 there were 757,594 international tourists in North Macedonia, and contributed 401 million USD, around 529 USD per international tourist and 3.2 % of gross national product.

In 2020, tourist receipts plummeted from 401 million USD (2019) to 253 million USD (2020) due to the COVID-19 pandemic, and this is a 37 percent decrease in North Macedonia. There is favourable positive increase of total receipts, as in 2021 increases to 387 million USD, as 2.8% of GNP. Since the number of tourists has increased in 2022 (969.277 tourists) and 2023 (1.168.737 tourists), also the revenues and the contribution to the GDP of the country is obviously increased.

## 5. CONCLUSIONS

Based on the evidence from the analyses we conclude that the growth of economy of North Macedonia is significantly related with tourism sector. In this regard the government should implement policies to help preserve and increase the level of tourist visits. For being more attractive for tourists, there should be more accommodation and public facilities, more lodging options, and more marketing campaign.

Having into consideration the contribution of tourism sector to GDP in our country is really an important factor, we should invest more in the private sector and in that way will be generated more job opportunities.

North Macedonia has been through some losses, especially during the period of transition 1990, then in the armed conflict in 2000 and the last one in 2019 during the pandemic. From the data analysis we concluded that our country had managed this sector, but it's important to mention that our country needs to reach the development policy in global concept of tourism by observing macroeconomic factors. In this regard governmental institution that are responsible for tourism development needs to pay more attention and to realise the tourism policy, the review and updating the laws for tourism and hospitality by categorising accommodation facilities, restaurants and other attractions. And since marketing these days is

playing an important role in business world, our country needs to invest in marketing campaign for promoting the tourism sector.

## REFERENCES

- Babu, S. S., Mishra, S., (2008) *Tourism development revisited: concepts, issues and paradigms*. Saga Pubns
- Banaszkiewicz M., Graburn N., Owsianowska S., (2016), *Tourism in (Post) socialist Eastern Europe*, *Journal of Tourism and Cultural Change*, 15(2), 109–121.
- Butler R.W., (1980), *The concept of a tourist area cycle of evolution: Implications for management of resources*, *Canadian Geographer*
- CEIC Data - [www.ceicdata.com/en/indicator/macedonia/tourism-revenue-growth](http://www.ceicdata.com/en/indicator/macedonia/tourism-revenue-growth)
- Eugenio-Martí' n, J. L. & Morales, N. M. (2004). *Tourism and economic growth in Latin American countries: A panel data approach*. Social Science Research Network Electronic Paper.
- Gosar A., 2012, *Tourism in post-socialist countries of South-eastern Europe: Trends and challenges*
- Granger, C.W.J. & Newbold, P. (1974). *Spurious regressions in econometrics*, *Journal of Econometrics*, 2, 111–120
- Heath, E., and Wall, G. (1992), *Marketing Tourism Destinations: A Strategic Planning Approach*, Wiley, New York.
- Maria Vodenska,(2018) *Hospitality and Tourism in Transition in Central and Eastern Europe*
- Minciu, R. (2004), *Tourism Economy*, Uranus Publishing House, Bucharest
- UNWTO [www.unwto.org](http://www.unwto.org)
- State Statistical Office [www.stat.gov.mk](http://www.stat.gov.mk) and [www.makstat.stat.gov.mk](http://www.makstat.stat.gov.mk)
- Sequeira, T.N. & Carla Campos, C. (2005). *International Tourism and Economic Growth: A Panel Data Approach*
- The Global Economy Report, [www.theglobaleconomy.com/Macedonia/percent world tourist arrivals/](http://www.theglobaleconomy.com/Macedonia/percent_world_tourist_arrivals/)
- Tourism Promotion and Support Agency (APPT) - <https://tourismmacedonia.gov.mk/>
- Witt, S. F., Brooke, M. Z., and Buckley, P. J. (1995), *The Management of International Tourism*, Routledge London.
- Worl Data Info - [www.worlddata.info/europe/northmacedonia/tourism.php](http://www.worlddata.info/europe/northmacedonia/tourism.php)
- World Bank - <https://data.worldbank.org/indicator/ST.INT.RCPT.CD?locations=MK>
- WTTC – *Global economic impact and trends report 2021*



ISSN: 2651-2742

2024- Cilt: 7 Sayı: 2

Sayfa: 203-218

Dergi Web Sitesi: <http://sita.cumhuriyet.edu.tr/tr/>

Gönderilme Tarihi: 14.10.2024

Kabul Tarihi: 07.11.2024

Araştırma Makalesi (Research Article)

## TÜRKİYE’DE TURİZM ALANINDA BLOKCHAIN İLE İLGİLİ YAPILAN ÇALIŞMALARIN BİBLİYOMETRİK ANALİZİ<sup>1</sup>

Bibliometric Analysis of Studies on Blockchain in Tourism in Turkey

Şükran KARACA\*

Sivas Cumhuriyet Üniversitesi,  
Turizm Fakültesi

Sevgi US

Sivas Cumhuriyet Üniversitesi,  
Sosyal Bilimler Enstitüsü

### ÖZ

Blockchain teknolojisi birçok sektörde olduğu gibi turizm sektöründe de bilgilerin nasıl saklandığını ve kullanıldığını önemli ölçüde değiştirme, şeffaflığı ve güvenliği artırma ve aynı zamanda işlemleri iyileştirme potansiyeline sahip olduğu için son yıllarda giderek daha fazla ilgi görmektedir. Bu teknoloji, turizm süreçlerinin yönetiminde devrim yaratma ve turist deneyimlerini dönüştürmeye sağladığı katkıdan dolayı sektörün geleceği üzerinde derin bir etkiye sahiptir. Blockchain teknolojisinin turizm sektöründe sağladığı avantajlara rağmen konu ile ilgili literatür yeterince gelişmemiştir. Bu bağlamda çalışmada, Türkiye’de turizm alanında blockchain teknolojisinin mevcut durumu ortaya koyabilmek için konu ile ilgili yapılan çalışmaların bibliyometrik bir analizi yapılmıştır. Çalışma kapsamında “turizm”, “blockchain”, “kripto para”, “blok zinciri”, “turizmde blockchain” anahtar kelimeleri ile tarama yapılmış ve araştırmanın amacına uygun olduğu düşünülen 16 araştırmaya rastlanılmıştır. Bu çalışmalar yayın yılı, yazar sayısı, anahtar kelimeler, yayınlanan dergi, araştırmanın amacı ve bulguları parametreleri kapsamında incelenmiştir. Araştırma sonucunda Türkiye’de konuya araştırmacılar tarafından yeterli ilginin gösterilmediği, daha fazla araştırmanın yapılması için mevcut durumun tespiti ile gelecekte yapılacak araştırmalara yönelik yol gösterici bilgi birikiminin sunulması gerektiğini ortaya çıkmıştır.

**Anahtar Kelimeler:** Turizm, Blockchain, Kripto Para, Bibliyometrik Analiz

<sup>1</sup> Bu çalışma 11-13 Ekim tarihinde düzenlenen III. Uluslararası Bandırma Bilimsel Çalışmalar Kongresinde bildiri olarak sunulmuştur.

\*Sorumlu Yazar: [sukrankaraca@gmail.com](mailto:sukrankaraca@gmail.com)

**Önerilen Atıf:** Karaca Ş. ve Us S. (2024). Türkiye’de Turizm Alanında Blockchain İle İlgili Yapılan Çalışmaların Bibliyometrik Analizi, Sivas İnterdisipliner Turizm Araştırmaları Dergisi, 7(2), 203-218.

## ABSTRACT

Blockchain technology has been gaining more and more attention in recent years, as it has the potential to significantly change how information is stored and used in the tourism sector, as in many other sectors, increase transparency and security, and improve operations. This technology has a profound impact on the future of the sector due to its contribution to revolutionizing the management of tourism processes and transforming tourist experiences. Despite the advantages provided by Blockchain technology in the tourism sector, the literature on the subject has not developed sufficiently. In this context, a bibliometric analysis of the studies conducted on the subject was conducted in order to reveal the current status of Blockchain technology in the tourism sector in Turkey. Within the scope of the study, a search was conducted with the keywords “tourism”, “blockchain”, “cryptocurrency”, “blockchain”, “blockchain in tourism” and 16 studies that were considered to be suitable for the purpose of the research were found. These studies were examined within the scope of the publication year, number of authors, keywords, published journal, purpose of the research and findings parameters. As a result of the research, it has been revealed that the subject has not received sufficient attention from researchers in Turkey, and that in order to conduct more research, the current situation should be determined and guiding knowledge for future research should be provided.

**Keywords:** Tourism, Blockchain, Cryptocurrency, Bibliometric Analysis

## 1. GİRİŞ

İnternet teknolojisinin gelişimiyle birlikte turizm endüstrisi, müşterilerine daha iyi hizmet vermek ve rekabette öne çıkabilmek için yeni teknolojileri kullanmaya başlamıştır. Bu teknolojilerden biri de blockchain'dir. Blockchain, ağ güvenliği, şeffaflık ve görünürlüğü sağlamak için merkezi olmayan yapı, dağıtılmış notlar ve depolama mekanizması, fikir birliği algoritması, akıllı sözleşme ve asimetrik şifreleme gibi özelliklerin benzersiz bir kombinasyonuna sahip bir teknolojidir (Dutta, 2020). Blockchain, 2008 yılında kripto para birimi Bitcoin ile birlikte yenilikçi bir teknoloji olarak piyasaya sürülmüştür (Böhme vd., 2015). Blockchain teknolojisi başlangıcından bu yana dünya çapında ilgi görmüştür. Günümüzde birçok ülke finans, sağlık, eğitim, yönetim, tedarik zinciri, tarım ve enerji gibi çeşitli sektörlerde reformlar getirmek için bu teknolojiyi benimsemiştir (Tripathi vd., 2023).

Blockchain teknolojisi, turizm sektöründe araçların ortadan kaldırılmasını sağlayarak avantajlar sunan güçlü bir teknolojidir (Rashided, 2020). Kripto para birimlerinin bir ödeme yöntemi olarak benimsenmesi, milyonlarca gezginin aracı platformları kullanmasıyla ortaya çıkan ek maliyetlerden tasarruf ederek bir aracıya ihtiyaç duymadan otel ve uçak bileti rezervasyonu yapmalarını sağlamaktadır (Revfine, 2024). Blockchain teknolojisinin kullanılması seyahatlerle ilişkili zaman, maliyet ve belirsizlikleri azaltmaya, turistlerin verilerini güvence altına almaya, ticaret verimliliğini artırmaya ve ilgili taraflara ilgili bilgileri sağlayarak hata riskini ve ticaretin karmaşıklığını en aza indirmeye yardımcı olmaktadır (Rashideh, 2020). Aynı zamanda sosyal medya kullanıcılarının sayısının artması nedeniyle dolandırıcılık ve sahte yorum potansiyeli turizm sektörü için önemli bir sorun haline gelmiştir (Farris vd., 2021). Blockchain teknolojisi, tur operatörlerinin finansal işlemlerin güvenliğinin sağlanmasına ve sosyal medya kaynaklı dolandırıcılığın önlenmesine yardımcı olmaktadır. Böylece turistler için psikolojik bir güvence sağlamaktadır (Puri vd., 2023). Dolayısıyla blockchain teknolojilerinin turizmde kullanımı, genel maliyet yapısını düşürerek sektördeki turistlere ve çeşitli hizmet sağlayıcılara fayda sağlamaktadır. Turizm sektörü, turistlerin

ihtiyaçlarını karşılayacak yenilikçi ürünler oluşturmak için teknolojiyi, bilgiyi ve parayı birleştirerek araçların ortadan kaldırılmasını sağlamıştır. Aynı zamanda turizm sektöründe yaşanan bu gelişmeler, rekabetin artmasına neden olmuş ve işletmelerin rekabet avantajına sahip olabilmesi için blockchain teknolojisi önemli bir araç olarak kullanılmaya başlanmıştır (Rana vd., 2022; Puri vd., 2023).

Blockchain teknolojisinde meydana gelen gelişmeler ve sağladığı çeşitli avantajlara rağmen, turizm sektöründe bu teknoloji henüz emekleme aşamasındadır. Turizm sektöründe blockchain teknolojisinin tam olarak kullanılmasını engelleyen önemli sorunlar denetim, altyapı eksikliği ve çeşitli paydaş grupları arasında teknoloji hakkında farkındalık eksikliği olarak sıralanabilir (Puri vd., 2023). Dolayısıyla uygulamacılar tarafından tam anlamıyla kullanılmayan blockchain teknolojisine araştırmacıların ilgisi önem arz etmektedir. Bu bağlamda Türkiye’de araştırmacıların bu konuya olan ilgisini ortaya koyabilmek için turizm alanında blockchain ile ilgili yapılan çalışmaların bibliyometrik analizi sunulmuştur.

## 2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Blockchain teknolojisi, dünya çapındaki şirketlerin ve hükümetlerin dikkatini çeken devrim niteliğinde bir buluştur (Felin ve Lakhani, 2018). Bu teknoloji, ilk olarak 2009 yılında Satoshi Nakamoto takma adlı kişi tarafından piyasaya sürülen bir kripto para birimi olan bitcoin protokolünün bileşeni olarak kullanılan belirli bir tür dağıtılmış defter teknolojisidir (Rana vd., 2022). Blockchain yıllar içinde gelişerek Blockchain 1.0'dan 5.0'a kadar yükselmiştir. Nakamoto tarafından yayınlanan blockchain 1.0 versiyonu, işlemleri takip etmek ve çok sayıda makinede veri depolamak için en temel merkezi olmayan muhasebe defteri türüdür. Blockchain 2.0, Buterin (2014) tarafından önerilen kripto para biriminin geliştirilmiş versiyonu olan Ethereum'un yükselişi olarak da bilinir ve akıllı sözleşme sistemi yerleşik ilk blok zinciri Ethereum'dur. Bu sözleşmeler, bireylerin veya işletmelerin standart kripto para borsalarından daha karmaşık işlemler gerçekleştirmesini sağlamaktadır. Blockchain 3.0, kurumsal blok zinciri gibi dağıtılmış uygulamalar için daha geniş bir kapsama sahiptir. Sağlık, siber güvenlik, tedarik zinciri yönetimi ve üretim, blok zinciri 3.0 uygulamalarından bazılarıdır. Blockchain 4.0, endüstri 4.0 ve sağlık 4.0'ı desteklemek için gelişmiştir. Sektördeki kullanıcı deneyimini geliştirmeyi amaçlamaktadır. Metaverse ve Rchain, blok zinciri 4.0'ın bazı türleridir. Blockchain 5.0, yaklaşan veya mevcut nesil blok zinciridir. Blok zincirinin geleneksel dezavantajlarını ve güvenlik sorunlarını azaltmayı amaçlamaktadır. Hashgraph, Hedra ve Relictum pro, Blockchain 5.0'ın örnek uygulamalarından bazılarıdır (Andrew vd., 2023).

Blokchain, başlangıcından bu yana yapılan tüm işlemleri saklayan ve paylaşan bir veri altyapısıdır. Bir blok zincirinde, bir kullanıcı ağa bağlanabilir, yeni bloklar oluşturabilir, yeni işlemler gönderebilir ve bunları onaylayabilir. Her bloğa, bloktaki veriler değişene kadar geçerli olan bir şifreleme karması (yani bir blok parmak izi) atanır. Bloкта herhangi bir değişiklik olursa, şifreleme karması hızla değişir ve verilerde yasa dışı faaliyetlerden kaynaklanabilecek değişikliklere neden olur. Bu nedenle, kriptografideki sağlam temelleri nedeniyle, blok zinciri farklı alanlardaki yetkisiz işlemleri azaltmak için giderek daha fazla kullanılmaktadır (Khan vd., 2022).

Turizm sektörü, 2014'ten beri paydaşlarının faydalarını artırmak amacıyla Blockchain'i kullanmaktadır (Irannezhad ve Mahadevan, 2020). Genel olarak turizm sektöründe; oteller, havayolu şirketleri, seyahat acenteleri, tur operatörleri, sigorta şirketleri, ödeme hizmeti sağlayıcıları gibi bağlantılı iş ilişkileri olan ve birbirleriyle yüksek rekabet içinde olan farklı paydaşlar yer almaktadır. Blockchain teknolojisinin bilgi iletişim teknolojileri, yapay zeka,



akıllı telefonlar, mobil cihazlar vb. gibi diğer teknolojilerle birlikte kullanılması sektördeki sorunların üstesinden gelmeye ve müşterilere sunulan hizmetlerin kalitesini artırmaya yardımcı olmaktadır (Lee, 2022). Blokchain teknolojisi; müşterilerin otel müsaitliği, uçak bileti, araç kiralama vb. dahil olmak üzere herhangi bir hizmetle ilgili olarak sürekli güncellenen, şeffaf ve izlenebilir bilgileri bulduğu entegre sistemi canlandırabilmekte, böylece tüm sektör paydaşlarının işlemlerini senkronize edebilmekte ve verileri tek bir merkezi veri tabanında biriktirmeden yapabilmektedir. Ayrıca, dağıtılmış sistemdeki en hızlı bilgi akışı sayesinde sağlık sigortasının kolayca satın alınmasını desteklemekte ve seyahat edememeleri durumunda gezginlerin rezervasyonlarını düşük maliyetlerle değiştirebilmektedir (Irannezhad ve Mahadevan, 2020). Aynı zamanda uçak bileti satın alınmasından konaklamaya kadar seyahat boyunca düzenli olarak turist kimliğine ihtiyaç duyulmaktadır. Blokchain teknolojisi, bu süreçleri dijitalleştirerek ve güvenli bir biyometrik kimlik sistemi kullanarak seyahat için gereken bir dizi prosedürün basitleştirilmesini ve hızlandırılmasını desteklemektedir (Line vd., 2020). Böylece, sahte belgelerle seyahat eden kişiler kolayca tespit edilebilmekte ve terörizm veya suç saldırılarıyla ilgili riskleri en aza indirebilmektedir (Rashideh, 2020).

Sonuç olarak akıllı telefonlar, büyük veri, akıllı sensörler, bilgi iletişim teknolojileri, yapay zeka gibi dijital teknolojilerin turizm faaliyetlerine dahil edilmesi paydaşlar arasındaki bağlantıyı, bilgi alışverişini ve tüketicilerin tercihlerinin şekillendirilmesini kolaylaştırmıştır. Ancak bu teknolojilerin sundukları faydaların yanı sıra güvenlik, gizlilik, veri yönetimi ve altyapı yetersizliği konusunda bazı sakıncaları mevcuttur (Leng vd., 2020; Yadav vd., 2021). Mevcut güvenlik çözümlerinin çoğu sektörün gereksinimlerinin tüm yönlerini kapsamamaktadır (Bodkhe vd., 2020). Bu teknoloji bilgisayar korsanlarının saldırılarından muaf değildir ve özel anahtar kaybolduğunda veya çalındığında, onu kurtarmanın bir yolu yoktur. Ayrıca, teknoloji gerçek ve yanlış verileri ayırt edememekte ve bu nedenle içeriği kontrol edememektedir (İslam vd., 2021).

### 3. YÖNTEM

Araştırma kapsamında turizm yazınındaki blokchain araştırmaların değerlendirilmesinde bibliyometrik analizden yararlanılmıştır. Bibliyometrik analiz, belirli bir alandaki kalıpları, eğilimleri ve etkileri belirlemek için bilimsel literatürde yürütülen sistematik bir çalışmadır (Passas, 2024). Araştırma odağı kapsamında incelenen çalışmalar için “Google Scholar” veri tabanından faydalanılmıştır. Bu kapsamda 1 Ekim 2024 tarihine kadar yayımlanmış olan makaleler ilgili veri tabanından aratılmıştır. “turizm”, “blokchain”, “kripto para”, “blok zinciri”, “turizmde blokchain” anahtar kelimeleri kullanılarak arama yapılmıştır. Bu arama sonucunda bildiriler, kitaplar, kitap bölümleri ve tezler hariç tutulmuştur ve toplam 16 makale üzerinden değerlendirme yapılmıştır.

### 4. BULGULAR

Araştırma kapsamında incelenen makalelere ilişkin bilgiler Tablo 1’de ki gibidir:

**Tablo 1.** Türkiye’de Turizmde Blockchain Kapsamında Yayınlanan Makaleler

Yazar ve Yıl	Araştırmanın Adı	Anahtar Kelimeler	Yayınlayan Dergi	Araştırmanın Yöntemi	Araştırmanın Amacı	Araştırmanın Bulguları
Gültekin (2017)	Turizm Endüstrisinde Alternatif Bir Ödeme Aracı Olarak Kripto Para Birimleri: Bitcoin	Kripto Para Birimleri, Bitcoin, Ödeme Aracı, Kriptoloji	Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi	Kavramsal	Bu çalışmada kripto para birimlerinin tarihçesi, temel işleyiş mekanizması, güvenlik ve anonimlik boyutu, Bitcoin ve benzeri kripto para birimlerinin günümüzde turizm endüstrisinde ne ölçüde kullanıldığı hakkında bilgiler verilmesi amaçlanmıştır.	Çalışma sonucunda; kripto para birimlerinin daha risksiz olarak nitelendirilen firmalar tarafından deneysel olarak belirli bir ürün gamında kullanılması, bir havayolu firmasının özellikle kripto para birimlerinin yoğun olarak bulunduğu destinasyonlara yaptığı uçuşlardaki belirli sayıda koltuğu kripto para birimleri ile satın alınmasına izin verilmesi, kripto paranın pazara yeni giren inovatif nitelikler taşıyan ürünlerin satın alınması sürecinde ödeme aracı olarak kullanılması, daha çok gençlerin ilgi gösterdiği turizm türlerinde faaliyet gösteren işletmelerin bu para birimlerini ödeme aracı olarak kullanması önerilmiştir.
Karadeniz, Beyazgül, Günay ve Dalak (2018)	Bitcoin ve Diğer Kripto Para Birimlerinin Turizm Sektöründe Kullanımının İncelenmesi	Bitcoin, Kripto Para Birimleri, Turizm Sektörü, Türkiye	Social Mentality and Research Thinkers Journal	Kavramsal	Çalışmanın amacı, Bitcoin ve diğer kripto para birimlerinin turizm sektöründe ödeme aracı olarak kullanılma durumunu değerlendirmektir.	Çalışma sonucunda turizm sektöründe Bitcoin’in ödeme aracı olarak daha çok turizm portalları aracılığı ile kullanıldığı belirlenmiştir. Ayrıca söz konusu turizm portallarının turizm sektörünün daha çok konaklama ve havayolu taşımacılığı alt sektörlerine aracılık hizmeti sundukları belirlenmiştir. Çalışmada yine turizm sektöründe Bitcoin’in kullanılmasının hızlı para transferi ve düşük maliyet gibi avantajları olduğu gibi Bitcoin’in spekülasyona çok açık olması ve devletlerin yaptırım uygulama riski ile karşı karşıya kalınması gibi dezavantajları olduğu saptanmıştır.

Türkiye’de Turizm Alanında Blokchain İle İlgili Yapılan Çalışmaların Bibliyometrik Analizi

Karagöz Zeren ve Demirel (2020)	Turizm Endüstrisinde Yeni Trend: Blockchain Startup Projeleri	Blockchain, Startup, Turizm	Journal of Tourism Intelligence and Smartness	Kavramsal	Blockchain teknolojisinin uygulandığı startup projelerinin incelenmesi amaçlanmıştır.	Sonuçlar blockchain teknolojisinin turizm endüstrisinde kullanımının giderek yaygınlaştığını ve en çok ulaşım kanallarında bu teknolojinin kullanımının sağlandığını göstermektedir.
Garipağaoğlu Uğur ve Demir (2020)	Kripto Paralar ve Blockchain: Turizm Sektörü Üzerine Bir Değerlendirme	Bitcoin, Altcoin, Blockchain, Turizm	Journal of Yasar University	Kavramsal	Çalışmanın amacı turizm sektöründe kripto para ve blockchain teknolojisinin kullanım alanlarının tanıtılmasıdır.	Çalışma sonucunda; blockchain ve Bitcoin’in turizm sektöründeki konukların ve yiyeceklerin takibi, puanlama sistemleri, dijital kimlik, para transferleri gibi kullanımları detaylı bir şekilde açıklanmıştır. Konaklama işletmeleri ve havayollarının yanı sıra seyahat acentalarının da blockchain platformu üzerinden yapabilecekleri işlemler hakkında bilgilendirme yapılmıştır.
Seçilmiş ve Kızıldaş (2020)	Turizm İşletmelerinde Ödeme Yöntemi Olarak Kripto Para Kullanımının Tüketici Tercihlerine Etkisi	Ödeme Sistemi, Kripto Para, Blok zincir, Tüketici Davranışı, Turizm Sektörü	Kocatepe İİBF Dergisi	Ampirik	Bu çalışmada kripto paraların turizm işletmelerinde ödeme yöntemi olarak kullanılmasının tüketicide oluşturacağı satın alma niyeti araştırılmıştır.	Çalışmada, kripto para kullanıcılarının turizm ürününe kripto para ile satın alma niyetleri ile kripto para ile yapılan ödeme yöntemine duyulan güven, kripto para kullanan turizm işletmelerini algılama düzeyleri, turizm ürününe kripto para ile satın almadan elde edeceği fayda ve kullanılan kripto paranın işlevselliği arasında anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki bulunmuştur. Kripto para kullanıcılarının turizm ürününe kripto para ile satın almaya istekli oldukları görülmüştür.

Türkiye’de Turizm Alanında Blockchain İle İlgili Yapılan Çalışmaların Bibliyometrik Analizi

Arıca ve Kozak (2020)	Kripto Para Türlerinin Turizm Eğitimi Alan Bireyler Tarafından Bilinirliğinin İncelenmesi: Bitcoin Örneği	Bitcoin, Kripto Para, Sanal Para, Turizm	GSI Journals Serie A: Advancements In Tourism, Recreation and Sports Sciences	Ampirik	Araştırmanın temel amacı, turizm eğitimi alan bireylerin Bitcoin para türüne ilişkin bilgilerinin ve bu parayı kullanım durumlarının tespit edilmesidir. Aynı zamanda araştırmada katılımcıların kripto para kullanım amaçlarının gelecekte nasıl şekilleneceğine dair ön görülerinin belirlenmesi de amaçlanmıştır.	Sonuçlar, katılımcıların Bitcoin’i bilmekle birlikte, paraya ve kullanım alanlarına dair derin bir bilgiye sahip olmadıklarını ve gelecekte kripto paranın en fazla satın alma ve ticaret işlemlerinde kullanılacağına ilişkin görüş bildirdiklerini göstermektedir.
Cankül ve Kızıltaş (2020)	Yiyecek İçecek İşletmelerinde Tedarik Zinciri ve Blokzincir Teknolojisi	Tedarik Zinciri, Blokzincir Teknolojisi, Yiyecek İçecek İşletmeleri	Journal of Gastronomy, Hospitality and Travel	Kavramsal	Bu çalışma, blokzincir teknolojisinin yiyecek içecek işletmelerinin tedarik zinciri sürecinde kullanılması durumunda işletmelere sağlayacağı olası avantajlarını değerlendirmeyi amaçlamıştır.	Çalışma sonucunda; blok zincir teknolojisinin yiyecek içecek işletmelerinde kullanımının ortaya çıkarabileceği avantajlar, “izlenebilirlik ve şeffaflık”, “güvenilirlik” ve “verimlilik” olmak üzere üç başlık altında toplanmıştır.
Yazıcı (2021)	Turizm İşletmelerinde Bilgi ve İletişim Teknolojilerinden Blokzincir Teknolojisine Geçiş Süreci ve Uygulama Örnekleri	Blokzincir Teknoloji, Turizm İşletmeleri, Bilgi ve İletişim Teknolojileri, Merkezlessiz, Şeffaf	Avrupa Bilim ve Teknoloji Dergisi	Kavramsal	Bu çalışmanın amacı, turizm işletmeciliğinde bilgi ve iletişim teknolojilerinden blok zincir teknolojisine geçiş sürecini ve turizmde blok zincir uygulama örneklerini incelemektir.	Çalışmada, blok zincir teknolojisinin turizmin karmaşık ve çok aralı ürün dağıtım ağında oluşan güvensizlik, şeffaflık ve merkezi sistemden kaynaklanan sorunları çözmede önemli bir yere sahip olacağı anlaşılmıştır. Turizm işlemleri, blok zincir teknolojisi kullanılarak daha şeffaf, açık, güvenli ve merkezi olmayan bir sisteme geçebilecektir. Ayrıca, blok zincir

Türkiye’de Turizm Alanında Blokchain İle İlgili Yapılan Çalışmaların Bibliyometrik Analizi

						uygulamalarının teknoloji firmaları tarafından geliştirilmekte olduğunu; turizm işletmelerinin altyapılarının bu tür yıkıcı teknolojileri kurgulama ve uygulamada yetersiz kaldığı tespit edilmiştir.
Şahin ve Açıksözlü (2021)	Turistik Koinler: Turizm İşletmelerinde kripto para kullanımının Swot Analizi İle İncelenmesi	Kripto Paralar, Blokzincir Teknolojisi, SWOT Analizi	Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi	Kavramsal	Çalışmada; kripto paraların turizm sektörü içerisinde kullanılabilirliğinin irdelenmesi, turizm sektörü ve içinde yer alan işletmelere dair öneriler geliştirilmesi, geleceğin turizminin inşası noktasında fikir vermesi ve bir yol haritası oluşturmak amaçlanmıştır.	Kripto paraların turizm endüstrisinde kullanımında, güçlü-zayıf yönler ve fırsat-tehditlere yönelik bulgular tespit edilmiştir. Kripto paraların turistik işletmelerde kullanımının fırsat ve güçlü yanlarının en az tehdit ve zayıf yanları kadar çok olduğu belirtilmiştir. Ayrıca her yenilik gibi kripto paralara adapte olan sistemler yaratmak da kendince riskler içerdiği vurgulanmıştır.
Canbolat, Candan ve Bulut (2021)	4 ve 5 yıldızlı otel yöneticilerinin perspektifi ile blockchain teknolojisi: Samsun ili örneği	Blokzinciri, Turizm, Dijital, Teknoloji	Tourism and Recreation	Ampirik	Çalışmanın amacı, blockchain teknolojisi hakkında 4 ve 5 yıldızlı otellerde üst düzey yönetici olarak görev yapan bireylerin görüş ve düşüncelerini ortaya koymaktır.	Otel yöneticilerinin gelecekte hayatımızda önemli bir yeri olacak blokzinciri konusunda yeterli bilgiye sahip olmadıkları, gerekli bilgi ve eğitimleri almaya açık oldukları görülmüştür.
Özdemir ve Basmacı (2021)	Turizm Kripto Paralarının Etkinliğinin Wdea İle Hesaplanması	Veri Zarflama Analizi, Analitik Hiyerarşi Süreci, AHP Öncelikleri ile Ağırlıklandırılmış DEA, Turizm,	International Journal of Contemporary Tourism Research	Deneysel	Bu çalışmanın amacı, giderek yaygınlaşan kripto paraların, gelecekte sıklıkla kullanılması olası turizm alanında faaliyet gösterenlerinin etkinlik düzeylerinin ölçülmesi ve etkin turizm kripto	Çalışmada, Turizm’de kullanılmak üzere piyasaya sürülmüş 7 tane kripto paranın etkinliği hesaplanmıştır. WDEA sonuçları incelendiğinde KVB 1, KVB 2, KVB 3 ve KVB 4’ün etkin olduğu, KVB 5, KVB 6 ve KVB 7’nin etkinliğe yakın olmakla beraber tam olarak etkin olmadıkları görülmüştür.

Türkiye’de Turizm Alanında Blokchain İle İlgili Yapılan Çalışmaların Bibliyometrik Analizi

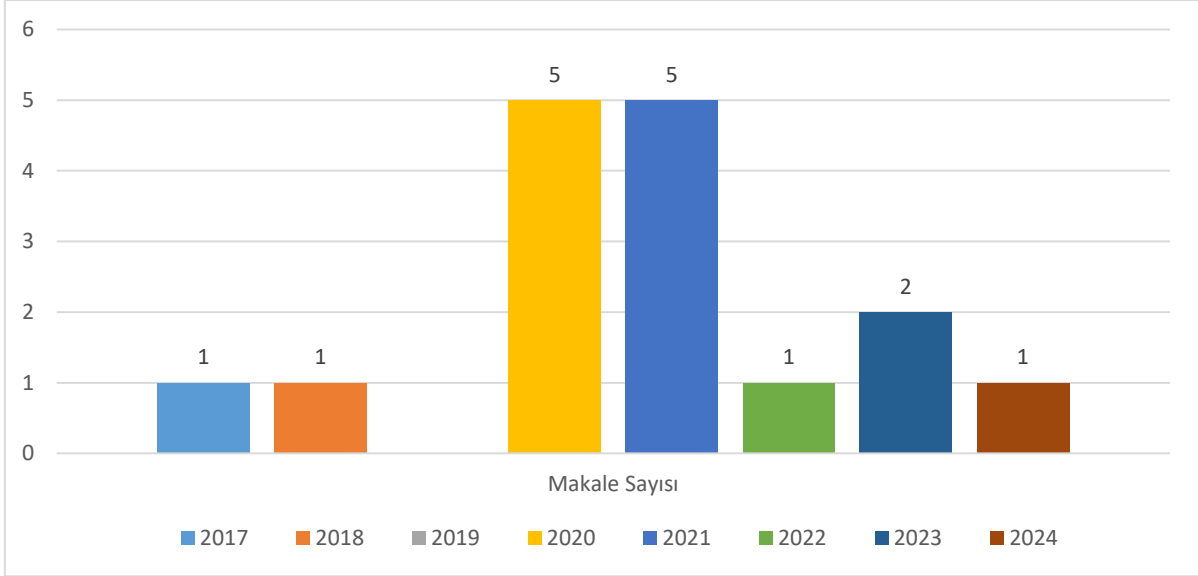
		Kripto Para			paralarının saptanarak gelecekte piyasaya sürülecek ya da mevcutta faaliyet gösteren turizm kripto paralarına referans olarak gösterilmesidir.	
Çallı (2021)	NFT Teknolojisine Turizm Perspektifi ile Bir Bakış	NFT, Değiştirilemez Jeton, Turizm Teknolojileri	Journal of New Tourism Trends	Kavramsal	Çalışmanın amacı, bir blockchain uygulaması olan NFT (Non-fungible Token, Değiştirilemez Jeton) teknolojisinin ele alınıp turizm sektörü açısından sunabileceği yeniliklerin ortaya konulmasıdır.	Çalışma sonucunda, blockchain teknolojileri ve özellikle NFT’nin turizm sektörüne önemli katkılar sağlayacağı ve mevcut sorunlara ilerleyen zamanlarda çözümler sunacağı belirtilmiştir.
Açıksözlü, Varol ve Şahin (2022)	Turistik Koinler: Turizm İşletmelerinde Kripto Para Kullanımının Turizm Öğrencileri Tarafından Değerlendirilmesi	Kripto Paralar, Turistik Koinler, Turizm Sektörü, Turizm Öğrencileri	Social Science Development Journa	Ampirik	Çalışmanın amacı; geleceğin turizm sektör çalışanları, yöneticileri ve karar alıcıları olabilecek üniversitelerin önlisans, lisans ve yüksek öğrenim programlarında öğrenim gören öğrencilerin kripto paraların turizm işletmelerinde kullanılabilirliğe dair bakış açılarının ve fikirlerinin belirlenebilmesidir.	Yapılan çalışma sonucunda turizm öğrencilerinin genel çerçevede yüksek oranda kripto paralardan haberdar olduğu ve kripto paralarla alışveriş gerçekleştirdikleri görülmektedir. Ayrıca çalışmada turizm eğitimi alan öğrencilerin kripto paraların turizm işletmelerinde kullanılması ile turistlerin satın alma kararlarının olumlu etkileneceğine dair görüşleri de belirlenmiştir.

Türkiye’de Turizm Alanında Blockchain İle İlgili Yapılan Çalışmaların Bibliyometrik Analizi

Güvenol ve Güler (2023)	Turizm ve Blok Zinciri Kavramlarına Yönelik Bibliyometrik Bir Analiz	Turizm, Blockchain, Bibliyometrik Analiz, R Programı	Journal of Business in The Digital Age	Kavramsal	Blockchain ve turizm konulu çalışmaların bibliyometrik özelliklerinin belirlenmesi amaçlanmıştır.	Genel olarak, konu ile ilgili yayın sayılarının arttığı, araştırmaların farklı kaynaklarda yer aldığı, araştırmalarda yazar ve ülke iş birliklerinin olduğu, eş atıf ve doğrudan atıfların oluşması ve alana yönelik temaların ortaya çıkması araştırmanın sonuçları arasındadır.
Aslan (2023)	Kripto Para Sistemi ve Geleceği: SWOT Analizi ile Bir Değerlendirme	Dijitalleşme, Kripto Para, Bitcoin, Blokzincir	Uluslararası Sosyal Bilimlerde Yenilikçi Yaklaşımlar Dergisi	Kavramsal	Çalışmada, kripto paranın güçlü, zayıf yönleri, getireceği fırsatlar ve oluşturacağı tehditler SWOT analizi kullanılarak belirlenmeye çalışılmıştır.	Çalışma sonucunda, kripto paraların en önemli sorununun yasal altyapıya sahip olmaması olarak ifade edilmiştir. Bunun yanı sıra, blokzincir teknolojisinin kripto para dışında kullanıldığı diğer alanların insan hayatını olumlu etkilemesi ve giderek kullanımının yaygınlaşması nedeniyle, gelecekte de önemli rol oynayacağı belirtilmiştir.
Rezapour ve Akova (2024)	Akıllı Turizm Gelişimi İçin Yenilikçi Bir Çözüm Olarak Blok Zincir Teknolojisi Üzerine Sistemik Bir İnceleme	Turizm, Akıllı Turizm, Blok Zincir Teknolojisi, Kripto Para, Bitcoin	International Journal of Tourism and Destination Studies	Kavramsal	Çalışmanın amacı, turizm sektöründe blok zincir teknolojisinin kullanım potansiyeli ve uygulamalarının detaylı bir şekilde incelenmesidir.	Çalışmada, Web of Science veri tabanından 17 makale üzerinden çıkarımlar yapılmıştır. Sonuç olarak, blok zincir teknolojisinin turizm sektöründeki potansiyeli büyük olduğu ancak yaygınlaşması ve etkisinin artması için deneyim, altyapı ve farkındalık gibi bazı engellerin aşılması gerektiği belirtilmiştir. Bu alandaki araştırmaların, turizm yönetimi alanında daha fazla bilgi üretmeye odaklanması ve teknolojinin turizm deneyimini iyileştirmek için nasıl kullanılabileceğini daha kapsamlı bir şekilde ele alması gerekmektedir.

Tablo 1’de Türkiye’de turizm alanında blockchain ile ilgili çalışmalara ait bilgiler yer almaktadır. Tabloda yer alan bilgiler doğrultusunda kategoriler bazında aşağıdaki incelemelere yer verilmiştir.

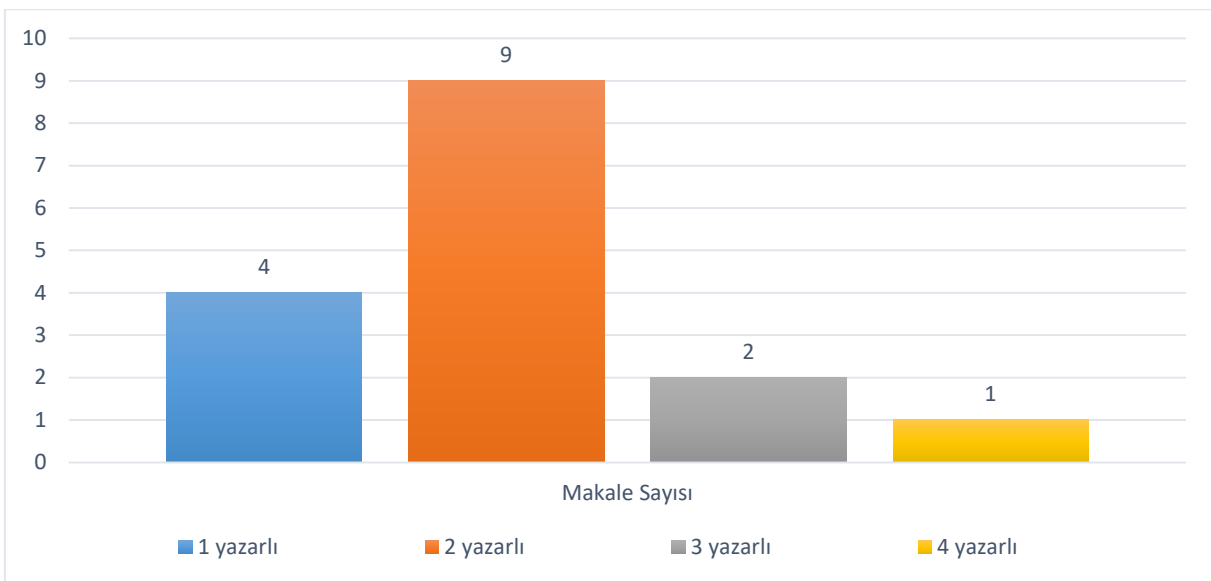
Araştırma kapsamında değerlendirilen 16 makalenin yayımlandıkları yılları itibariyle dağılımları Şekil 1’de gösterilmiştir:



**Şekil 1.** Araştırmada İncelenen Makalelerin Yıllara Göre Dağılımı

Şekil 1’e göre; Türkiye’de turizm alanında blockchain ile ilgili çalışmaların 2017 yılında başladığı görülmektedir. Çalışmaların yıllar itibariyle dağılımına bakıldığında; 2017, 2018, 2022 ve 2024 yıllarında bir, 2023 yılında iki, 2020 ve 2021 yıllarında ise beş çalışma yapıldığı tespit edilmiştir. En fazla yayının 2020 ve 2021 yıllarında yapılırken 2019 yılında turizm alanında bu konu ile ilgili hiç çalışma yapılmamıştır. Ayrıca bu sonuçlar, Türkiye’de turizm alanında bu konu ile ilgili çalışmaların oldukça yeni olduğunu göstermektedir.

İncelenen makalelerin yazar sayısı bakımından dağılımı aşağıdaki gibidir:

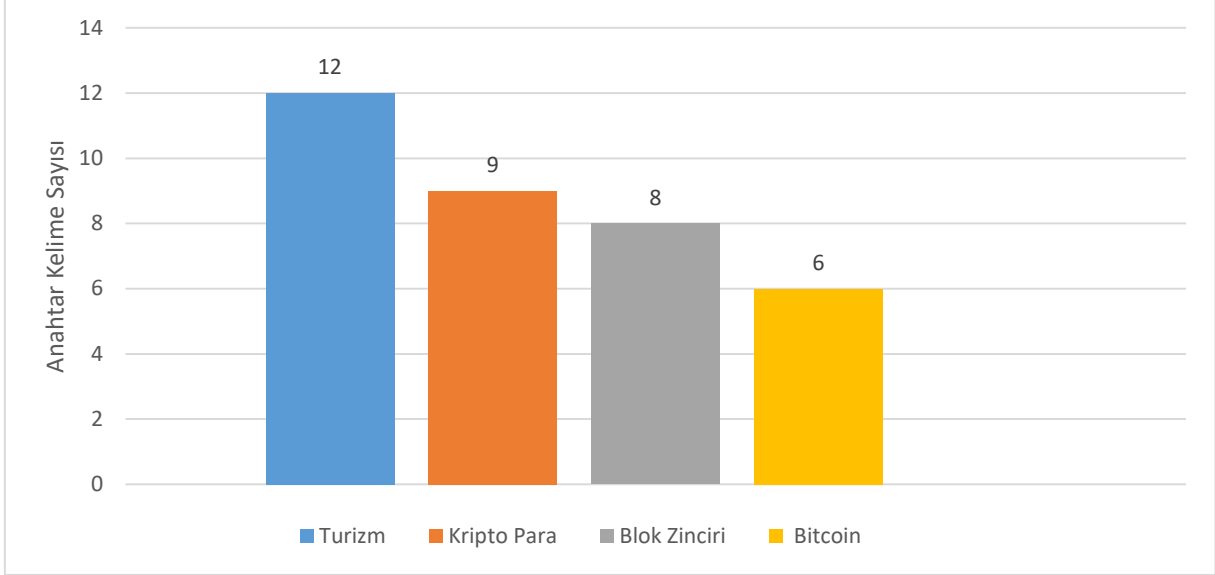


**Şekil 2.** Makalelerin Yazar Sayısına Göre Dağılımı



Yazar sayısı bakımından dokuz çalışmanın iki yazarlı, dört çalışmanın tek yazarlı, iki çalışmanın üç yazarlı ve bir çalışmanın dört yazarlı olduğu görülmüştür.

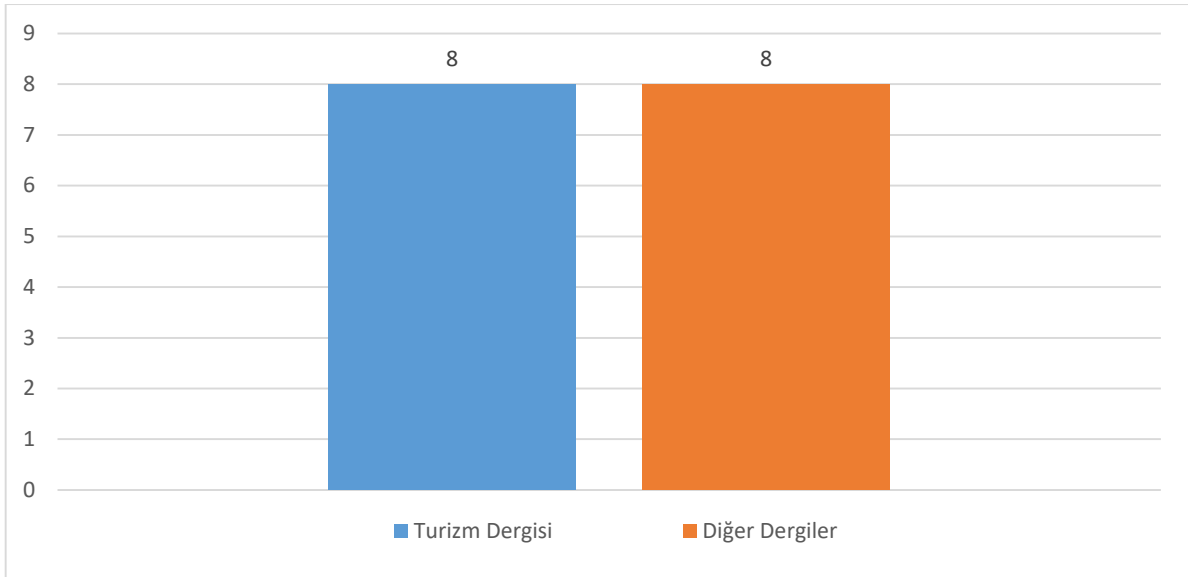
Değerlendirilen makalelere ilişkin anahtar kelimelerin dağılımı Şekil 3’te gösterilmiştir:



**Şekil 3.** Çalışmalarda Kullanılan Anahtar Kelimelerin Dağılımı

Değerlendirilen makalelerin anahtar kelimelerine bakıldığında; sırasıyla “turizm”, “kripto para”, “blok zinciri” ve “bitcoin” kavramları kullanılmıştır.

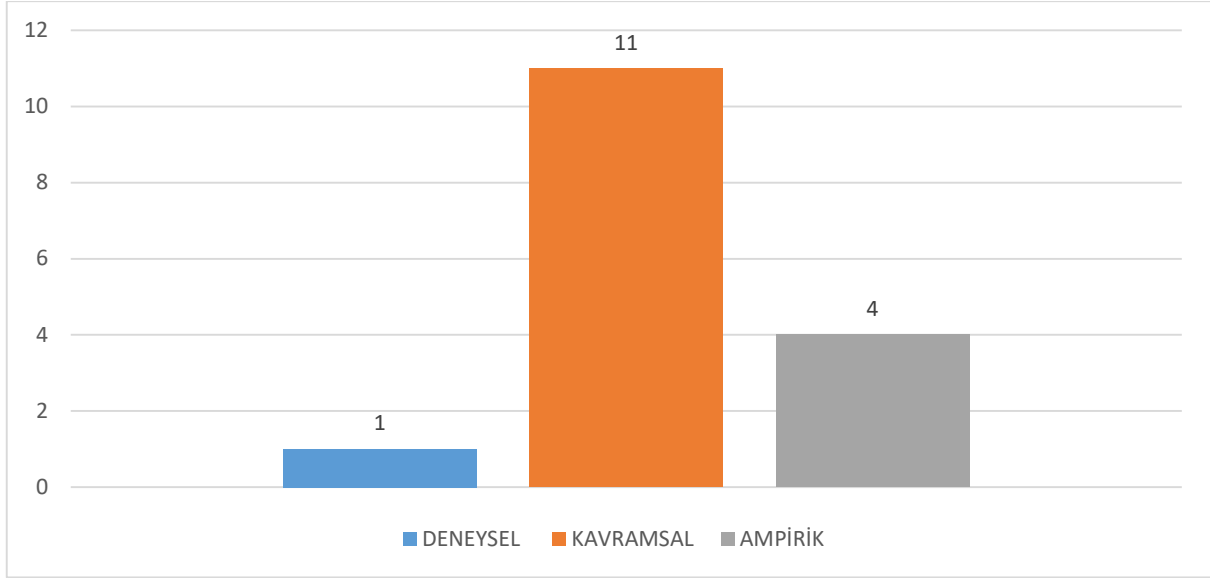
Makalelerin yayınlandıkları dergilere göre dağılımları Şekil 4’te gösterilmiştir:



**Şekil 4.** Makalelerin Yayınlandıkları Dergilere Göre Dağılımları

İncelenen makalelerden sekizi turizm dergilerinde geriye kalan makaleler ise sosyal bilimler ve İİBF dergilerinde yayınlanmıştır.

Makalelerde kullanılan araştırma yöntemlerine göre dağılım ise aşağıdaki gibidir:



Şekil 5. Çalışmaların Yöntemlerine Göre Dağılımı

Çalışma kapsamında blockchain konusu çoğunlukla kavramsal olarak ele alınmış ve Bitcoin ve diğer kripto para birimlerinin turizm sektöründe kullanımına yönelik genel değerlendirmeler yapılmıştır. Ampirik çalışmalarda ise, kripto paraların turizm işletmelerinde kullanılabilirliğine dair bakış açıları somut bir şekilde ortaya konulmaya çalışılmıştır.

## 5. SONUÇ, TARTIŞMA VE ÖNERİLER

Bu araştırmanın amacı, Türkiye’de turizm yazınındaki blockchain araştırmalarının mevcut durumun tespiti ile gelecekte yapılacak araştırmalara yönelik yol gösterici bilgiler ve önerilerin sunulmasıdır. Bu kapsamda incelen araştırmalar doğrultusunda turizmde blockchain konusunun çok fazla geçmişinin olmadığı görülmüştür. Türkiye’de turizm alanında blockchain ile ilgili çalışmalar 2017 yılında başlamıştır. Bu nedenle yıl sınırlaması yapılmadan 2017-2024 yılları arasındaki çalışmalar incelenmiştir. Çalışmalar genellikle kavramsal çerçevede ele alınmış ve kripto paraların turizm alanında kullanımına yönelik genel değerlendirmeler sunulmuştur. İncelenen makaleler doğrultusunda konuyla ilgili genel çıkarımlar şu şekildedir:

- Turizm sektöründe son yıllarda yaşanan hızlı teknolojik gelişmeler, blockchain teknolojisinin eninde sonunda sektördeki faaliyetlerin ana bileşeni haline geleceği varsayımına yol açmaktadır.
- Turizm sektöründe Bitcoin’in ödeme aracı olarak kullanımının giderek yaygınlaşması sonucu hayatımızda önemli bir yere sahip olacağı düşünülmektedir.
- Turizm sektöründe blockchain teknolojisi kullanımı, tedarikçiler ve kullanıcılar hakkında en doğru ve tarafsız bilgileri sağlayabilecek küresel bir veri tabanı oluşturarak işletmelerin verimliliğini artırmaya ve daha kapsamlı ve tarafsız bir deneyim sunmasına olanak tanımaktadır.
- Bu teknoloji, araçlara olan ihtiyacı ortadan kaldırarak rekabetçi bir ortamda pazar payı kazanmaya ve maliyetleri azaltmaya yardımcı olmaktadır.

- Blockchain teknolojisi çeşitli avantajlarına rağmen turizm sektöründe hala yaygın olarak kullanılmamaktadır. Turizm sektörünün blockchain teknolojisini benimsemesini engelleyen en önemli faktörler, deneyim ve altyapı eksikliğidir.
- Turizm paydaşlarının blockchain teknolojisinin potansiyeli ve faydaları hakkındaki farkındalık eksikliği de sektörün onu tam olarak kullanmasını engelleyen önemli bir sorundur.

Bu değerlendirmeler sonucunda gelecekte yapılacak araştırmalara yönelik birtakım önerilerin sunulması mümkündür. Türkiye’de turizm alanında blockchain üzerine yapılan çalışmalar oldukça sınırlıdır ve yıllar itibariyle çalışma sayısının artması beklenirken hala oldukça az sayıda olduğu görülmektedir. Turizmde blockchain konusuna dikkat çekecek daha çok sayıda araştırma yapılması ve alandaki akademik araştırmanın derinleştirilmesi konuya yönelik farkındalığın artmasına yardımcı olacaktır. Yapılan çalışmalarda genellikle blockchain kavramsal olarak ele alınmış ve konu ile ilgili genel bilgi verilmiştir. Bu konuda yapılacak çalışmaların turizm yönetimi alanında daha fazla bilgi üretmeye odaklanması ve teknolojinin turizm deneyimini iyileştirmek için nasıl kullanılabileceğinin daha kapsamlı bir şekilde ele alınması gerekmektedir. Aynı zamanda kullanıcıların ve işletmelerin algıları ve farkındalıkları üzerine uygulamalı çalışmalar yapılarak konuya olan ilgi artırılabilir.

Ayrıca paydaşlar arasında işbirlikçi bir yaklaşımın benimsenmesi, turizm paydaşlarının iş modelleri için blockchain teknolojisinin potansiyelini anlamaları ve politika yapımcıların bu sektörün gelişimini daha fazla desteklemeleri sektörün gelişimi açısından önem arz etmektedir.

## 6. KAYNAKÇA

Açıksözlü, Ö., Varol, İ., & Şahin, N. N. (2022). Turistik koinler: Turizm işletmelerinde kripto para kullanımının turizm öğrencileri tarafından değerlendirilmesi. *Social Science Development Journal*, 7 (34), 224-240. <http://dx.doi.org/10.31567/ssd.759>

Andrew, J., Isravel, D. P., Sagayam, K. M., Bhushan, B., Sei, Y., & Eunice, J. (2023). Blockchain for healthcare systems: Architecture, security challenges, trends and future directions. *Journal of Network and Computer Applications*, 215, 1-36. <https://doi.org/10.1016/j.jnca.2023.103633>

Arıca, R., & Kozak, R. (2020). Kripto para türlerinin turizm eğitimi alan bireyler tarafından bilinirliğinin incelenmesi: Bitcoin örneği. *GSI Journals Serie A: Advancements in Tourism Recreation and Sports Sciences*, 2(2), 37-51. <https://doi.org/10.5281/zenodo.3688765>

Aslan, R. (2023). Kripto para sistemi ve geleceği: SWOT analizi ile bir değerlendirme. *Uluslararası Sosyal Bilimlerde Yenilikçi Yaklaşımlar Dergisi*, 7 (1), 46-66. <https://doi.org/10.29329/ijiasos.2023.535.4>

Bodkhe, U., Tanwar, S., Parekh, K., Khanpara, P., Tyagi, S., Kumar, N., & Alazab, M. (2020). Blockchain for Industry 4.0: A comprehensive review. *IEEE Access*, 8, 79764–79800.

Böhme, R., Christin, N., Edelman, B., & Moore, T. (2015). Bitcoin: Economics, technology, and governance. *The Journal of Economic Perspectives*, 29 (2), 213-238.

Buterin, V. (2014). A next-generation smart contract and decentralized application platform. *Ethereum White Paper*, 3 (37), 1-2.

Canbolat, C., Candan, E., & Bulut, Y. (2021). 4 ve 5 yıldızlı otel yöneticilerinin perspektifi ile blok zinciri teknolojisi: Samsun ili örneği. *Tourism and Recreation*, 3(1), 11-17.

- Cankül, D., & Kızıltaş, M. Ç. (2020). Yiyecek içecek işletmelerinde tedarik zinciri ve blokzincir teknolojisi. *Journal of Gastronomy Hospitality and Travel*, 3(2), 244-259.
- Çallı, F. (2021). NFT teknolojisine turizm perspektifi ile bir bakış. *Journal of New Tourism Trends*, 2(2), 161-172.
- Demirel, E., Karagöz Zeren, S., & Hakan, K. (2022). Smart contracts in tourism industry: A model with blockchain integration for post pandemic economy. *Current Issues in Tourism*, 25, 1895-1909.
- Dutta, P., Choi, T.M, Somani, S., & Butala, R. (2020). Blockchain technology in supply chain operations: Applications, challenges and research opportunities. *Transportation Research Part E: Logistics and Transportation Review*, 142, 102067, <https://doi.org/10.1016/j.tre.2020.102067>
- Farris, G., Pinna, A., Baralla, G., Tonelli, R., Modica, P., & Marchesi, M. (2021). Design of a blockchain-oriented system for the sustainable disintermediation in tourism. In *Proceedings of the 2021 IoT Vertical and Topical Summit for Tourism*, Cagliari, Italy, 20–24 September 2021.
- Felin, T., & Lakhani, K. (2018). What problems will you solve with blockchain? *MIT Sloan Management*, 32-38.
- Garipağaoğlu Uğur, N., & Demir, E. (2020). Kripto paralar ve blockchain: turizm sektörü üzerine bir değerlendirme. *Yaşar Üniversitesi E-Dergisi*, 15(58), 210-220. <https://doi.org/10.19168/jyasar.573988>
- Gültekin, Y. (2017). Turizm endüstrisinde alternatif bir ödeme aracı olarak kripto para birimleri: Bitcoin. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 1(2), 96-113.
- Güvenol, B., & Güler, M. E. (2023). Turizm ve blok zinciri kavramlarına yönelik bibliyometrik bir analiz. *Journal of Business in The Digital Age*, 6(Özel Sayı), 66-81. <https://doi.org/10.46238/jobda.1276137>
- Irannezhad, E., & Mahadevan, R. (2020). Is blockchain tourism’s new hope?. *Journal of Hospitality and Tourism Technology*, 2020, 12, 85–96.
- Islam, M.R., Rahman, M.M., Mahmud, M., Rahman, M.A., Mohamad, M.H.S., & Embong, A.H. (2021). A Review on Blockchain Security Issues and Challenges. *Proceedings of the 2021 IEEE 12th Control and System Graduate Research Colloquium (ICSGRC)*, Shah Alam, Malaysia.
- Karadeniz, E., Beyazgül, M., Günay, F., & Dalak, S. (2018). Bitcoin ve diğer kripto para birimlerinin turizm sektöründe kullanımının incelenmesi. *Social Mentality and Researcher Thinkers Journal*, 4 (12), 723-731.
- Karagöz Zeren, S., & Demirel, E. (2020). Turizm endüstrisinde yeni trend: Blockchain Startup projeleri. *Journal of Tourism Intelligence and Smartness*, 3(2), 169-188.
- Khan K.M., Arshad, J., & Khan, M.M. (2020). Investigating performance constraints for blockchain based secure e-voting system. *Future Generation Computer Systems*, 105, 13–26. <https://doi.org/10.1016/j.future.2019.11.005>.
- Lee, M. (2022). Evolution of hospitality and tourism technology research from journal of hospitality and tourism technology: A computer-assisted qualitative data analysis. *Journal of Hospitality and Tourism Technology*, 13, 62–84.

- Leng, J., Zhou, M., Zhao, J.L., Huang, Y., & Bian, Y. (2020). Blockchain-secured smart manufacturing in industry 4.0: A survey. *IEEE Transactions on Systems, Man, and Cybernetics Systems*, 51 (1), 237-252.
- Line, N.D., Dogru, T., El-Manstrly, D., Buoye, A., Malthouse, E., & Kandampully, J. (2020). Control, use and ownership of big data: A reciprocal view of customer big data value in the hospitality and tourism industry. *Tourism Management*, 80, 104106.
- Özdemir, A., & Basmacı, G. (2021). Turizm kripto paralarının etkinliğinin Wdea ile hesaplanması. *International Journal of Contemporary Tourism Research*, 5(Özel Sayı), 38-46. <https://doi.org/10.30625/ijctr.946750>
- Passas I. (2024). Bibliometric analysis: The main steps. *Encyclopedia*, 4(2), 1014-1025. <https://doi.org/10.3390/encyclopedia4020065>
- Puri, V., Mondal, S., Das, S., & Vrana, V.G. (2023). Blockchain propels tourism industry-an attempt to explore topics and information in smart tourism management through text mining and machine learning. *Informatics*, 10(1), 9. <https://doi.org/10.3390/informatics10010009>
- Rashideh, W. (2020). Blockchain technology framework: Current and future perspectives for the tourism industry. *Tourism Management*, 20, 104125. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2020.104125>
- Revfine (2024). Blockchain technology within the travel industry, Erişim Adresi: <https://www.revfine.com/blockchain-technology-travel-industry/>, Erişim Tarihi: 01/10/2024
- Rezapour, L., & Akova, O. (2024). Akıllı turizm gelişimi için yenilikçi bir çözüm olarak blok zincir teknolojisi üzerine sistematik bir inceleme. *International Journal of Tourism and Destination Studies (IJOTADS)*, 3(2), 118-135. <https://doi.org/10.5281/zenodo.12701540>
- Seçilmiş, C., & Kızıldaş, M. Ç. (2020). Turizm işletmelerinde ödeme yöntemi olarak kripto para kullanımının tüketici tercihlerine etkisi. *Afyon Kocatepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 22(1), 45-56. <https://doi.org/10.33707/akuiibfd.609255>
- Şahin, N. N. & Açıksozlu, Ö. (2021). Turistik koinler: Turizm işletmelerinde kripto para kullanımının Swot analizi ile incelenmesi. *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 9(120), 219-236, <http://dx.doi.org/10.29228/ASOS.52099>
- Tripathi, G., Ahad, M.A., & Casalino, G. (2023). A comprehensive review of blockchain technology: Underlying principles and historical background with future challenges. *Decision Analytics Journal*, 9, 100344. <https://doi.org/10.1016/j.dajour.2023.100344>
- Yadav, J.K., Verma, D.C., Jangirala, S., & Srivastava, S.K. (2021). An IAD type framework for Blockchain enabled smart tourism ecosystem. *Journal of High Technology Management*, 32, 100404.
- Yazıcı, S. (2021). Turizm işletmelerinde bilgi ve iletişim teknolojilerinden Blok zincir teknolojisine geçiş süreci ve uygulama örnekleri. *Avrupa Bilim ve Teknoloji Dergisi*, (21), 136-146. <https://doi.org/10.31590/ejosat.807716> 136-146.



Araştırma Makalesi (Research Article)

**KUZEY MAKEDONYA İŞGÜCÜ SERMAYESİ ÜZERİNE BİR DEĞERLENDİRME**

An Evaluation On Labour Capital In North Macedonia

Hilal ERTURHAN İŞKİN 

Sivas Cumhuriyet Üniversitesi

İ.İ.B.F.

**ÖZ**

Ülkelerin ekonomik olarak gelişmeleri ve sürdürülebilir işletme yapıları oluşturabilmeleri sürecinde insan sermayesinin önemi büyüktür. Çünkü sürdürülebilir ve gelişime açık işletmelerin oluşturulması ülkelerin ekonomik açıdan gelişmelerinde önemli rol oynamaktadır. Sürdürülebilir ve gelişime açık işletmelerin oluşturulması ve ülke ekonomisinde aktif roller üstlenmeleri yetişmiş ve kalifiye işgücü sayesinde gerçekleştirilebilmektedir. İşletmelerin be dolaylı olarak ülkelerin geleceği için, önemli bir role sahip olan insan sermayesinin varlığı ve kalite düzeyinin ulusal düzeyde değerlendirilmesi ve mevcut durumun tespit edilmesi hem işletmelere hem de insan sermayesinin yetiştirilmesi sürecinde politika üreticiler açısından faydalı olabilmektedir.

Bu çalışmada Kuzey Makedonya'nın insan sermayesi ile ilgili değerlendirmeler yapılmıştır. Çalışmada öncelikle Kuzey Makedonya'nın sahip olduğu insan sermayesinin nicel düzeyi ele alınmıştır. Kuzey Makedonya'nın sahip olduğu nüfus, bu nüfus içerisinde insan sermayesi olarak değerlendirilebilecek insan sayısı üzerine değerlendirmeler yapılarak ilgili verilere yer verilmiştir. Söz konusu değerlendirmeler kapsamında gerek Kuzey Makedonya Hükümeti gerekse diğer ilgili kurum ve kuruluşların yapmış oldukları değerlendirmeler ve çalışmalar sonucunda elde edilen veriler kullanılmıştır. Elde edilen ikincil veriler kullanılarak analizler yapılmıştır. Daha sonra yine ikincil veriler analiz edilerek Kuzey Makedonya'nın sahip olduğu insan sermayesinin nitelikleri değerlendirilmiştir. Bu değerlendirmeler kapsamında da Kuzey Makedonya Hükümeti ve ilgili diğer kurum ve kuruluşların verileri analiz edilerek kullanılmıştır.

Yapılan analizler sonucunda Kuzey Makedonya'da nüfusun yeterli düzeyde olduğu tespit edilmiştir. Ancak Kuzey Makedonya'da özellikle genç nüfusun eğitim düzeyinin düşük olduğu ve alınan eğitimin yetersiz kalite düzeyinde olduğu belirlenmiştir. Bunun yanında özellikle eğitime erişim konusunda genç nüfusun sorunlar yaşadığı belirlenmiştir. Ancak Kuzey Makedonya devletinin söz konusu alanlarda yaşanan sorunların ortadan kaldırılması

için önemli planlar yaptığı ve bunları hayata geçirdiği de belirlenmiştir. Bu değerlendirmeler sonucunda Kuzey Makedonya'nın insan sermayesi alanında gelişime açık olduğu yakın gelecekte mevcut ve gelecekte yatırım yapacak işletmelerin insan kaynağı ihtiyacını rahatlıkla karşılayabileceği söylenebilir.

**Anahtar Kelimeler:** İşgücü sermayesi, insan kaynakları, işletme, Kuzey Makedonya

#### **ABSTRACT**

Human capital is of great importance in the process of economic development of countries and the creation of sustainable business structures. Because the creation of sustainable and open to development enterprises plays an important role in the economic development of countries. The creation of sustainable and open to development enterprises and taking active roles in the country's economy can be achieved through trained and qualified labour force. Evaluating the existence and quality level of human capital, which has an important role for the future of enterprises and indirectly for the future of countries, at national level and determining the current situation can be useful for both enterprises and policy makers in the process of raising human capital.

In this study, evaluations have been made about the human capital of North Macedonia. In the study, firstly, the quantitative level of the human capital of North Macedonia is discussed. The population of North Macedonia and the number of people who can be considered as human capital within this population are evaluated and the relevant data are included. Within the scope of these evaluations, the data obtained as a result of the evaluations and studies carried out by both the Government of North Macedonia and other relevant institutions and organisations were used. Analyses were made using the secondary data obtained. Then, the secondary data were analysed and the qualities of the human capital of North Macedonia were evaluated. Within the scope of these evaluations, the data of the Government of North Macedonia and other relevant institutions and organisations were analysed and used.

As a result of the analyses, it was determined that the population in North Macedonia is at an adequate level. However, it has been determined that the education level of the young population in North Macedonia is low and the education received is of insufficient quality. In addition, it has been determined that the young population has problems especially in access to education. However, it has also been determined that the state of North Macedonia has made important plans to eliminate the problems experienced in these areas and has implemented them. As a result of these evaluations, it can be said that North Macedonia is open to development in the field of human capital and can easily meet the human resource needs of existing and future businesses that will invest in the near future.

**Key Words:** Labour capital, Human resources, Business, North Macedonia



## 1. GİRİŞ

Ülkelerin ekonomik olarak gelişmeleri ve sürdürülebilir işletme yapıları oluşturabilmeleri sürecinde insan sermayesinin önemi büyüktür. Çünkü sürdürülebilir ve gelişime açık işletmelerin oluşturulması ülkelerin ekonomik açıdan gelişmelerinde önemli rol oynamaktadır. Sürdürülebilir ve gelişime açık işletmelerin oluşturulması ve ülke ekonomisinde aktif roller üstlenmeleri yetişmiş ve kalifiye işgücü sayesinde gerçekleştirilebilmektedir. İşletmelerin be dolaylı olarak ülkelerin geleceği için, önemli bir role sahip olan insan sermayesinin varlığı ve kalite düzeyinin ulusal düzeyde değerlendirilmesi ve mevcut durumun tespit edilmesi hem işletmelere hem de insan sermayesinin yetiştirilmesi sürecinde politika üreticiler açısından faydalı olabilmektedir.

Bu çalışmada Kuzey Makedonya'nın insan sermayesi ile ilgili değerlendirmeler yapılmıştır. Çalışmada öncelikle Kuzey Makedonya'nın sahip olduğu insan sermayesinin nicel düzeyi ele alınmıştır. Kuzey Makedonya'nın sahip olduğu nüfus, bu nüfus içerisinde insan sermayesi olarak değerlendirilebilecek insan sayısı üzerine değerlendirmeler yapılarak ilgili verilere yer verilmiştir. Söz konusu değerlendirmeler kapsamında gerek Kuzey Makedonya Hükümeti gerekse diğer ilgili kurum ve kuruluşların yapmış oldukları değerlendirmeler ve çalışmalar sonucunda elde edilen veriler kullanılmıştır. Elde edilen ikincil veriler kullanılarak analizler yapılmıştır. Daha sonra yine ikincil veriler analiz edilerek Kuzey Makedonya'nın sahip olduğu insan sermayesinin nitelikleri değerlendirilmiştir. Bu değerlendirmeler kapsamında da Kuzey Makedonya Hükümeti ve ilgili diğer kurum ve kuruluşların verileri analiz edilerek kullanılmıştır.

## 2. BULGULAR VE SONUÇ

Kuzey Makedonya Cumhuriyeti, Devlet İstatistik Ofisi'nin verilerine göre, 2023 yılında Kuzey Makedonya Cumhuriyeti'ndeki işgücü kapsamında değerlendirilebilecek insan sayısı 791 647 kişi olup, bunların 688 296'sı istihdam edilmektedir. Söz konusu insanların 103 351'i ise işsizdir. Söz konusu dönem ele alındığında, faaliyet oranı 52,3, istihdam oranı 45,4, işsizlik oranı ise 13,1 olarak gerçekleşmiştir. Aslında Kuzey Makedonya'da işsizlik oranının yüksek olduğu söylenebilir. Çünkü Mart 2024 verilerine göre Avrupa Birliği'nde işsizlik %6,5'tir. Bu dönemde OECD ülkelerinin işsizlik oranı ortalamaları ise 5,9 olarak gerçekleşmiştir (<https://www.stat.gov.mk>).

**Tablo 1.** 2024 Yılı Aktif Nüfus Verileri

	Erkek	Kadın	Toplam
<b>İş Gücü Niteliği Taşıyan Kişi Sayısı (15-89)</b>	744 797	770 396	1 515 193
<b>İş Gücü (15-89)</b>	460 305	336 428	796 733
<b>İstihdam Edilen Sayısı (15-89)</b>	398 425	299 986	698 411
<b>İşsiz Sayısı (15-74)</b>	61 879	36 443	98 322
<b>Aktif Olmayan Nüfus (15-89)</b>	284 492	433 968	718 460

Kaynak: [https://www.stat.gov.mk/PrikaziSoopstanie\\_en.aspx?rbtxt=98](https://www.stat.gov.mk/PrikaziSoopstanie_en.aspx?rbtxt=98)



Devlet İstatistik Ofisi verilerine göre, 2022 yılında Kuzey Makedonya Cumhuriyeti'nde 18 ila 69 yaş arasındaki toplam kişi sayısının 346 155'i eğitim ve hayat boyu öğrenme faaliyetlerine katılmış olup, bunların 167 826'sı (%48,5) erkek, 178 329'u (%51,5) kadındır. Kişilerin çoğu (%28,1) 18 ila 24 yaş arasındayken, en azı (%0,3) 65 ila 69 yaş arasındadır. ([https://www.stat.gov.mk/OblastOpsto\\_en.aspx?id=14](https://www.stat.gov.mk/OblastOpsto_en.aspx?id=14)).

Eğitim ve öğretime katılım oranı 2022 yılında 27,7 iken, 25-34 yaş arasındaki kişilerin katılım oranı 37,2'dir. Örgün veya yaygın eğitime katılanların %35,8'i (124 001) örgün eğitime katılırken, %71,8'i (248 582) yaygın eğitime katılmıştır. Yükseköğretim ve üzeri eğitime sahip kişilerin %21,9'u örgün eğitime, %51,1'i ise yaygın eğitime katılmıştır. Ekonomik faaliyete göre, istihdam edilenlerin %41,2'si örgün eğitime, %93,6'sı ise yaygın eğitime katılmıştır. Faaliyet türüne göre, yaygın eğitime katılan toplam katılımcıların %48,7'si rehberli işbaşı eğitimine, %37,8'i kurslara, %29,1'i ise atölye çalışmalarına katılmıştır. Çalışan kişilerin çoğu (%52,0) rehberli işbaşı eğitime katılırken, aktif olmayan nüfus hiçbir yere gitmemiştir ([https://www.stat.gov.mk/OblastOpsto\\_en.aspx?id=14](https://www.stat.gov.mk/OblastOpsto_en.aspx?id=14)).

Yaygın eğitim ve öğretimde işle ilgili faaliyetler 35 ila 44 yaş arasındaki kişilerde (%29,7) yaygınken, cinsiyete göre yapı 35 ila 44 yaş arasındaki kadınların (%31,0) erkeklerden (%28,4) daha fazla yaygın işle ilgili faaliyetlere katıldığını göstermektedir. 2022 yılında 626 169 kişi yaygın öğrenme faaliyetlerine katılmış olup bunların %49,4'ünü erkekler, %50,6'sını ise kadınlar oluşturmaktadır ve bu yaygın öğrenme sürecindeki en yüksek pay 25 ila 34 yaş arasındaki kişiler arasında kaydedilmiştir ([https://www.stat.gov.mk/OblastOpsto\\_en.aspx?id=25](https://www.stat.gov.mk/OblastOpsto_en.aspx?id=25)).

**Tablo 2.** Mesleki Eğitim Düzenleyen İşletmelere İlişkin İstatistikler

İşletme Sayısı	Mesleki Eğitimler Düzenleyen İşletmelere İlişkin Veriler						Faaliyet Gösterilen Sektörler
	Toplam	%	Meslek Eğitimleri	İç	İşletme Eğitimleri	Dışı	
			Toplam	%	Toplam	%	
5 592	2 276	40,7	1 327	23,7	1 689	30,2	<b>Toplam</b>
1 520	607	39,9	378	24,9	456	30,0	B, C, D, E Madencilik ve taş ocakçılığı, İmalat, Elektrik, gaz, buhar ve iklimlendirme tedariki, Su tedariki, kanalizasyon, atık yönetimi ve iyileştirme faaliyetleri
570	207	36,4	100	17,5	159	28,0	F İnşaat
2 396	881	36,7	495	20,7	646	27,0	G, H, I Toptan ve perakende ticaret; motorlu kara taşıtlarının ve motosikletlerin onarımı, Ulaştırma ve depolama, Konaklama ve yiyecek hizmeti faaliyetleri
376	188	50,0	133	35,4	151	40,2	J, K Bilgi ve iletişim, Finans ve sigorta faaliyetleri

730	394	54,0	221	30,2	276	37,9	L, M, N, R, S	Gayrimenkul faaliyetleri, Mesleki, bilimsel ve teknik faaliyetler, İdari ve destek hizmet faaliyetleri, Sanat, eğlence ve dinlenme, Diğer hizmet faaliyetleri
-----	-----	------	-----	------	-----	------	---------------	---

**Kaynak:** [https://www.stat.gov.mk/PrikaziSoopstenie\\_en.aspx?rbtxt=135](https://www.stat.gov.mk/PrikaziSoopstenie_en.aspx?rbtxt=135)

Devlet İstatistik Ofisi'nin verilerine göre, Şubat 2023'e kıyasla Şubat 2024'te çalışan başına ödenen ortalama aylık brüt ücret endeksi 116,8 olmuştur. Bu artış, sektörlerde çalışan başına ödenen ortalama aylık brüt ücretin artmasından kaynaklanmaktadır: Kamu yönetimi ve savunma; zorunlu sosyal güvenlik (%25,4), İdari ve destek hizmet faaliyetleri (%22,8) ve Sanat, eğlence ve dinlenme (%20,3) ([https://www.stat.gov.mk/OblastOpsto\\_en.aspx?id=36](https://www.stat.gov.mk/OblastOpsto_en.aspx?id=36)).

Sektörlerde bir önceki aya göre çalışan başına ödenen ortalama aylık brüt ücrette düşüş kaydedildi: Ulaştırma ve depolama (%9,8), Madencilik ve taş ocakçılığı (%7,4) ve Tarım, ormancılık ve balıkçılık (%5,1) ([https://www.stat.gov.mk/OblastOpsto\\_en.aspx?id=22](https://www.stat.gov.mk/OblastOpsto_en.aspx?id=22)).

Şubat 2024'te çalışan başına ödenen ortalama aylık brüt ücret 58 967 denar olmuştur. Devlet İstatistik Ofisi'nin verilerine göre, Şubat 2023'e kıyasla Şubat 2024'te çalışan başına ödenen ortalama aylık net ücret endeksi 116,5 olmuştur ([https://www.stat.gov.mk/OblastOpsto\\_en.aspx?id=22](https://www.stat.gov.mk/OblastOpsto_en.aspx?id=22)).

Bu artış, sektörlerde çalışan başına ödenen ortalama aylık net ücretin artmasından kaynaklanmaktadır: Kamu yönetimi ve savunma; zorunlu sosyal güvenlik (%24,9), İdari ve destek hizmet faaliyetleri (%22,5) ve Sanat, eğlence ve dinlenme (%20,4) ([https://www.stat.gov.mk/OblastOpsto\\_en.aspx?id=22](https://www.stat.gov.mk/OblastOpsto_en.aspx?id=22)).

Sektörlerde bir önceki aya göre çalışan başına ödenen ortalama aylık net ücrette düşüş kaydedildi: Ulaştırma ve depolama (%10,1), Madencilik ve taş ocakçılığı (%7,2) ve Tarım, ormancılık ve balıkçılık (%6,3) ([https://www.stat.gov.mk/OblastOpsto\\_en.aspx?id=34](https://www.stat.gov.mk/OblastOpsto_en.aspx?id=34)).

Şubat 2024'te çalışan başına ödenen ortalama aylık net ücret 39,276 denar olmuştur. Devlet İstatistik Ofisi'nin verilerine göre 2008 yılında Makedonya Cumhuriyeti'nde işverenin çalışan başına yıllık ortalama işgücü maliyeti 318. 273 denar olmuştur ([https://www.stat.gov.mk/OblastOpsto\\_en.aspx?id=5](https://www.stat.gov.mk/OblastOpsto_en.aspx?id=5)). Makedonya Cumhuriyeti'nde 2018 yılında işverenin çalışan başına ortalama aylık işgücü maliyeti 26 523 denar olmuştur. Makedonya Cumhuriyeti'nde 2008 yılında en büyük işverenin çalışan başına ortalama aylık işgücü maliyeti Mali aracılık sektöründeydi ve 57 065 denar olarak gerçekleşmiştir (<https://www.stat.gov.mk>).

**Tablo 3.** Çalışanların Gelirlerine İlişkin İstatistikler

MKD cinsinden 2018 yılında yıllık brüt kazançlar (Denar)			MKD'de Ekim 2018'de saat başına ortalama brüt kazanç (Denar)			
Toplam	Erkek	Kadın	Toplam	Erkek	Kadın	Ana dal ve alt ana dal meslek grupları, ISCO 08
443 884	480 377	399 966	197	212	179	Toplam
1 056 888	1 164 666	875 644	452	494	383	1. YÖNETİCİLER
797 034	816 857	772 314	357	364	348	11. Üst düzey yöneticiler, üst düzey yetkililer ve yasa koyucular

AN EVALUATION ON LABOUR CAPITAL IN NORTH MACEDONIA

950 743	907 598	1 006 621	410	399	424	12. İdari ve ticari yöneticiler
1 119 769	1 245 678	880 155	479	531	380	13. Üretim ve uzmanlık hizmetleri yöneticileri
1 267 266	1 408 745	977 535	524	571	427	14. Ağırlama, perakende ve diğer hizmet yöneticileri
<b>579 528</b>	<b>658 971</b>	<b>522 645</b>	<b>262</b>	<b>293</b>	<b>239</b>	<b>2. PROFESYONELLER</b>
617 670	647 558	551 474	275	287	247	21. Bilim ve mühendislik uzmanları
749 161	1 084 926	622 888	351	496	296	22. Sağlık profesyonelleri
437 644	464 614	426 285	206	220	200	23. Öğretim uzmanları
617 927	663 419	582 458	271	286	259	24. İşletme ve yönetim uzmanları
1 013 643	1 074 861	894 646	441	465	393	25. Bilgi ve iletişim teknolojisi uzmanları
549 780	584 866	526 523	248	263	238	26. Hukuk, sosyal ve kültürel profesyonelleri
<b>496 820</b>	<b>552 082</b>	<b>429 155</b>	<b>220</b>	<b>243</b>	<b>192</b>	<b>3. TEKNİSYENLER VE YARDIMCI PROFESYONELLER</b>
521 954	567 126	421 882	232	252	188	31. Bilim ve mühendislik uzman yardımcıları
414 478	428 585	411 169	189	194	188	32. Sağlık çalışanları
518 740	574 515	451 571	228	251	200	33. İşletme ve yönetim uzman yardımcıları
395 254	421 364	375 437	177	188	169	34. Yasal, sosyal, kültürel ve ilgili yardımcı profesyoneller
432 357	453 555	392 799	189	199	172	35. Bilgi ve iletişim teknisyenleri
<b>403 814</b>	<b>414 638</b>	<b>389 839</b>	<b>179</b>	<b>183</b>	<b>174</b>	<b>4. BÜRO DESTEK ÇALIŞANLARI</b>
400 287	430 974	380 752	182	193	174	41. Genel ve klavye memurları
375 760	405 080	359 607	169	182	162	42. Müşteri hizmetleri memurları
408 113	407 075	411 140	179	178	181	43. Sayısal ve malzeme kayıt memurları
437 525	444 629	429 725	193	196	189	44. Diğer büro destek çalışanları
<b>355 786</b>	<b>387 721</b>	<b>315 241</b>	<b>155</b>	<b>168</b>	<b>140</b>	<b>5. SERVİS VE SATIŞ ÇALIŞANLARI</b>
319 394	324 011	309 374	140	141	137	51. Kişisel hizmet çalışanları
336 375	391 981	305 824	149	172	136	52. Satış çalışanları
296 139	303 457	295 841	131	138	131	53. Kişisel bakım çalışanları
427 679	428 326	423 494	183	183	184	54. Koruyucu hizmet çalışanları
<b>315 067</b>	<b>314 914</b>	<b>316 010</b>	<b>134</b>	<b>135</b>	<b>131</b>	<b>6. VASIFLI TARIM, ORMANCILIK VE BALIKÇILIK ÇALIŞANLARI</b>
290 945	286 746	311 941	128	127	129	61. Pazar odaklı vasıflı tarım işçileri
421 744	420 878	463 448	164	163	217	62. Pazar odaklı vasıflı ormancılık, balıkçılık ve avcılık çalışanları
<b>344 709</b>	<b>388 873</b>	<b>283 441</b>	<b>152</b>	<b>171</b>	<b>126</b>	<b>7. ZANAAT VE İLGİLİ TİCARET ÇALIŞANLARI</b>
326 416	328 231	283 438	146	146	131	71. İnşaat ve ilgili zanaat çalışanları

AN EVALUATION ON LABOUR CAPITAL IN NORTH MACEDONIA

414 742	419 269	325 107	183	185	149	72. Metal, makine ve ilgili işlerde çalışanlar
364 347	401 852	295 789	159	174	131	73. El sanatları ve baskı işçileri
475 251	476 952	383 209	209	210	172	74. Elektrik ve elektronik ticareti çalışanları
300 497	352 619	281 437	133	154	125	75. Gıda işleme, ağaç işleri, konfeksiyon ve diğer zanaat ve ilgili işlerde çalışanlar
<b>333 845</b>	<b>361 095</b>	<b>267 876</b>	<b>151</b>	<b>164</b>	<b>120</b>	<b>8. TESIS VE MAKINE OPERATÖRLERİ VE MONTAJCILAR</b>
305 505	363 486	266 704	137	163	120	81. Sabit tesis ve makine operatörleri
320 338	357 682	244 402	147	165	111	82. Montajcılar
360 359	360 391	358 018	164	164	155	83. Sürücüler ve mobil tesis operatörleri
<b>322 071</b>	<b>347 051</b>	<b>294 325</b>	<b>141</b>	<b>153</b>	<b>129</b>	<b>9. TEMEL MESLEKLER</b>
260 991	278 079	256 026	116	123	114	91. Temizlikçiler ve yardımcılar
316 166	318 991	311 325	142	143	140	92. Tarım, ormancılık ve balıkçılık işçileri
362 576	386 583	334 536	159	170	147	93. Madencilik, inşaat, imalat ve taşımacılıkta çalışan işçiler
279 538	340 231	274 612	124	150	122	94. Yemek hazırlama asistanları
368 166	425 221	227 190	159	179	108	95. Sokak ve ilgili satış ve hizmet çalışanları
323 219	333 344	296 791	140	147	124	96. Çöp işçileri ve diğer temel işçiler
<b>527 695</b>	<b>524 360</b>	<b>552 159</b>	<b>235</b>	<b>233</b>	<b>244</b>	<b>0. SİLAHLI KUVVETLER MESLEKLERİ</b>
527 695	524 360	552 159	235	233	244	01. Silahlı kuvvetler meslekleri

**Kaynak:** [https://www.stat.gov.mk/PrikaziSoopstenie\\_en.aspx?rbtxt=113](https://www.stat.gov.mk/PrikaziSoopstenie_en.aspx?rbtxt=113).

2018 yılında Makedonya Cumhuriyeti'nde fiilen çalışılan saat başına işverenin ortalama yıllık işgücü maliyeti 173 denar olmuştur. Makedonya Cumhuriyeti'nde çalışan başına fiilen çalışılan toplam ortalama yıllık saat 1845 saattir

Devlet İstatistik Ofisi'nin verilerine göre, 2023 yılının dördüncü çeyreğinde açık iş oranı %1,90 olmuştur. En yüksek açık iş oranı %3,44 ile F - İnşaat bölümünde kaydedilirken, en düşük oran %0,47 ile D - Elektrik, gaz, buhar ve iklimlendirme tedariki bölümünde kaydedilmiştir. En yüksek açık iş oranı %2,05 ile 250 ve daha fazla çalışanı olan işyerlerine aittir. Pelagonia Bölgesi %2,62 ile en yüksek açık iş oranına sahip bölgedir. En yüksek açık iş sayısı 2. 656 ile beşinci meslek grubun Hizmet ve satış çalışanları kategorisinde kaydedilmiştir. ([https://www.stat.gov.mk/OblastOpsto\\_en.aspx?id=23](https://www.stat.gov.mk/OblastOpsto_en.aspx?id=23)).

Devlet İstatistik Ofisi'nin alınan raporlara dayanarak elde ettiği verilere göre, mezun sayısı, 2022'de meslek yüksekokulları ve fakültelerdeki öğrenci sayısı 2021'e kıyasla %3,5 azalarak 7483 olmuştur ([https://www.stat.gov.mk/OblastOpsto\\_en.aspx?id=4](https://www.stat.gov.mk/OblastOpsto_en.aspx?id=4)).

Toplam mezunların 5995'i veya %80,1'i tam zamanlı öğrenci iken, 1488'i veya %19,9'u yarı zamanlı öğrencidir. Mezun olan kız öğrencilerin oranı %57,1'dir. Mezun olan toplam öğrenci sayısının %40'ı zamanında mezun olurken, %60'ı resmi mezuniyet tarihinden daha geç mezun olmuştur ([https://www.stat.gov.mk/OblastOpsto\\_en.aspx?id=4](https://www.stat.gov.mk/OblastOpsto_en.aspx?id=4)).

Devlet İstatistik Ofisi'nin alınan raporlara dayanarak elde ettiği verilere göre, 2022/2023 akademik yılında Kuzey Makedonya Cumhuriyeti'nde kayıtlı 53 821 öğrenci vardı ve bu sayı

2021/2022 akademik yılına kıyasla %4,2 artış gösterdi. Kayıtlı kız öğrenci sayısı 30 969 veya %57,5'tir. Öğrencilerin %77,7'lik çoğunluğu kamu yükseköğretim kurumlarına, %22,3'ü ise özel yükseköğretim kurumlarına kayıtlıdır ([https://www.stat.gov.mk/OblastOpsto\\_en.aspx?id=5](https://www.stat.gov.mk/OblastOpsto_en.aspx?id=5)).

2022/2023 akademik yılında, birinci sınıfa kayıtlı 15 097 öğrenci bulunmaktadır ve bu rakam toplamın %28,1'ini oluşturmaktadır (birinci sınıfa ikinci kez, üçüncü kez veya daha fazla kayıt yaptıran öğrenciler de burada kapsamaktadır) ([https://www.stat.gov.mk/OblastOpsto\\_en.aspx?id=5](https://www.stat.gov.mk/OblastOpsto_en.aspx?id=5)).

Devlet İstatistik Ofisi'nin verilerine göre, 2023 yılında toplam 1 828 kişi Bilim Yüksek Lisansı ve Uzmanlık unvanı almış olup, bunların 1 624'ü veya %89'u bilim yüksek lisansı ve 204'ü veya %11'i uzmandır. 2023 yılı ile karşılaştırıldığında, bilim yüksek lisans ve uzmanlarının sayısı %2,9 oranında azalmıştır. Kadınların 2023'te toplam yüksek lisanslı bilim insanı sayısına katılımı %59,8'dir. 2023 yılında, yüksek lisans tezlerinin 624'ü veya %38,4'ü ile en büyük payı işletme, yönetim ve hukuk alanında, %21,6'sı mühendislik, üretim ve inşaat alanında, %11,9'u sosyal bilimler, gazetecilik ve enformasyon alanında yer alırken, diğer alanlar daha az temsil edilmiştir ([https://www.stat.gov.mk/OblastOpsto\\_en.aspx?id=5](https://www.stat.gov.mk/OblastOpsto_en.aspx?id=5)).

Devlet İstatistik Ofisi'nin verilerine göre, 2018-2020 döneminde yenilikçi işletmelerin toplam işletme sayısı içindeki payı %48,2 olmuştur. Toplam yenilikçi işletme sayısının %14,0'ı ürün yeniliği, %31,8'i süreç yeniliği ve %50,7'si ürün ve süreç yeniliği yaparken, toplam yenilikçi işletme sayısının %3,5'i yenilikleri terk etmiş veya askıya almıştır ([https://www.stat.gov.mk/OblastOpsto\\_en.aspx?id=36](https://www.stat.gov.mk/OblastOpsto_en.aspx?id=36)).

Sektörlere göre, en fazla yenilik Reklam ve pazar araştırmasında (%76,3) kaydedilirken, bunu Elektrik, gaz, buhar ve iklimlendirme tedariki (%66,7), Finans ve sigorta faaliyetleri (%61,1) izlemiş, en düşük yenilik yüzdesi ise Bilimsel araştırma ve geliştirmede (%17,6) kaydedilmiştir. ([https://www.stat.gov.mk/OblastOpsto\\_en.aspx?id=36](https://www.stat.gov.mk/OblastOpsto_en.aspx?id=36)).

Devlet İstatistik Ofisi'nin ön verilerine göre, 2021 yılında Kuzey Makedonya Cumhuriyeti'ndeki aktif girişim sayısı 70 424'tür. Faaliyet bölümlerine göre aktif girişimlerin yapısına ilişkin veriler, 2021 yılında yapıda en yüksek paya sahip bölümün %31,1 ile Toptan ve perakende ticaret; motorlu taşıtların ve motosikletlerin onarımı olduğunu göstermektedir ([https://www.stat.gov.mk/OblastOpsto\\_en.aspx?id=36](https://www.stat.gov.mk/OblastOpsto_en.aspx?id=36)).

Çalışan sayısına göre faal girişimlerin yapısına ilişkin veriler, en yüksek payın %82,5 ile 1-9 çalışanı olan girişimlere ait olduğunu, bunu %7,3 ile çalışanı olmayan veya çalışan sayısı belli olmayan (çalışanlara ilişkin veri bulunmayan) girişimlerin ve %4,6 ile 10-19 çalışanı olan girişimlerin izlediğini göstermektedir. 20-49 çalışanı olan işletmelerin payı %3,1, 50-249 çalışanı olan işletmelerin payı %2,1 iken 250 ve üzeri çalışanı olan işletmelerin payı sadece %0,3'tür ([https://www.stat.gov.mk/OblastOpsto\\_en.aspx?id=36](https://www.stat.gov.mk/OblastOpsto_en.aspx?id=36)).

Ticari kuruluşların yöneticileri, Aralık 2022'de 14,0 olan imalat sanayi güven göstergesinin Kasım 2022'ye kıyasla 0,3 puan ve Aralık 2021'e kıyasla 0,4 puan daha düşük olduğunu değerlendirmiştir. Aralık 2022'de mevcut üretim siparişleri hacmi ile ilgili durum bir önceki aya göre daha az olumludur, önümüzdeki üç ay için üretim hacmi beklentileri daha az olumludur ve mamul mal stokları artmıştır. Ekonomik durum tahmini bir önceki aya göre daha az tatmin edici ve Aralık 2021'e göre daha az tatmin edicidir. Çalışan sayısının azalması beklenmektedir (Milovanovitch, 2019).

Aralık 2022'de işletmelerin ortalama kapasite kullanım seviyesi normal kullanımın %67,2'sine düşmüştür. Aralık 2022'de üretim hacminin sınırlanmasında en büyük etkiye sahip faktörler; %21,7 ile kalifiye işgücü eksikliği, %16,1 ile yetersiz dış talep, %16,0 ile ekonomik ortamın belirsizliği ve %11,9 ile yetersiz iç talep olmuştur ([https://www.stat.gov.mk/OblastOpsto\\_en.aspx?id=36](https://www.stat.gov.mk/OblastOpsto_en.aspx?id=36)).

### 3. SONUÇ ve TARTIŞMA

Kuzey Makedonya'da toplam 1,836,713 kişi yaşamaktadır. Söz konusu nüfus içerisinde işgücü niteliği taşıyan ve çalışmaya elverişli olan kişi sayısı ise 791,647'dir. Söz konusu sayılara bakıldığında istihdam oranının 45,4 olarak gerçekleştiği tespit edilmiştir. İstihdam oranı genel olarak %50'nin altındadır. Bu durum Kuzey Makedonya'da çalışma niteliklerine sahip insan sayısının düşük olduğu yönünde yorumlanabilir. Söz konusu oranın düşük olmasında nüfusun yaşlılığı ve Kuzey Makedonya'da insan sermayesinin nitelikleri artıracak faaliyetlerin ve uygulamaların yetersiz olması önemli rol oynamaktadır denilebilir. Çünkü genel olarak Kuzey Makedonya'da insan sermayesinin niteliğini ve becerilerini artıracak eğitime ulaşım imkanları kısıtlı kalmaktadır.

Diğer taraftan Kuzey Makedonya'da aktif girişim sayısı 70,424 olarak tespit edilmiştir. Ancak ülke nüfusuna bakıldığında söz konusu aktif girişim sayısının yetersiz olduğu söylenebilir. Söz konusu girişimlerin %31,1'i toptan ve perakende üzerine kurulu girişimlerdir. Bu veriler doğrultusunda Kuzey Makedonya'da üretim ve katma değeri yüksek girişimlerin sayısının düşük olduğu söylenebilir. Nüfusa oranlar yetersiz olan girişim sayısının yanında girişim sayısının yoğun olduğu alanların üretime ve katma değere yönelik girişim alanlarında olmaması insan sermayesinin yeterince gelişmediği şeklinde yorumlanabilir.

Çalışan sayısına göre faal girişimlerin yapısına ilişkin veriler, en yüksek payın %82,5 ile 1-9 çalışanı olan girişimlere ait olduğunu, Bunu %7,3 ile çalışanı olmayan veya çalışan sayısı belli olmayan (çalışanlara ilişkin veri bulunmayan) girişimlerin ve %4,6 ile 10-19 çalışanı olan girişimlerin izlediğini göstermektedir. 20-49 çalışanı olan işletmelerin payı %3,1, 50-249 çalışanı olan işletmelerin payı %2,1 iken 250 ve üzeri çalışanı olan işletmelerin payı sadece %0,3'tür.

Devlet İstatistik Ofisi'nin verilerine göre, 2018-2020 döneminde yenilikçi işletmelerin toplam işletme sayısı içindeki payı %48,2 olmuştur. Toplam yenilikçi işletme sayısının %14,0'ı ürün yeniliği, %31,8'i süreç yeniliği ve %50,7'si ürün ve süreç yeniliği yaparken, toplam yenilikçi işletme sayısının %3,5'i yenilikleri terk etmiş veya askıya almıştır.

2019'un dördüncü çeyreğinde işletmelerin iş durumunu sınırlandırmada en büyük etkiye sahip olan faktörler; %23,9 ile yetkin personel eksikliği, %19,1 ile artan rekabet, %17,6 ile artan işçilik harcamaları ve %16,6 ile düşük talep olmuştur. Aralık 2022'de üretim hacminin sınırlanmasında en büyük etkiye sahip faktörler; %21,7 ile kalifiye işgücü eksikliği, %16,1 ile yetersiz dış talep, %16,0 ile ekonomik ortamın belirsizliği ve %11,9 ile yetersiz iç talep olmuştur.

Yapılan analizler sonucunda Kuzey Makedonya'da nüfusun yeterli düzeyde olduğu tespit edilmiştir. Ancak Kuzey Makedonya'da özellikle genç nüfusun eğitim düzeyinin düşük olduğu ve alınan eğitimin yetersiz kalite düzeyinde olduğu belirlenmiştir. Bunun yanında özellikle eğitime erişim konusunda genç nüfusun sorunlar yaşadığı belirlenmiştir.

Ancak Kuzey Makedonya devletinin söz konusu alanlarda yaşanan sorunların ortadan kaldırılması için önemli planlar yaptığı ve bunları hayata geçirdiği de belirlenmiştir. Bu değerlendirmeler sonucunda Kuzey Makedonya'nın insan sermayesi alanında gelişime açık olduğu yakın gelecekte mevcut ve gelecekte yatırım yapacak işletmelerin insan kaynağı ihtiyacını rahatlıkla karşılayabileceği söylenebilir.

## KAYNAKÇA

Milovanovitch, Mihaylo (2019). Policies for human capital development, European Training Foundation.

RNM SSO, (2024). Aktif Nüfus İstatistikleri, [https://www.stat.gov.mk/PrikaziSooopstenie\\_en.aspx?rbtxt=98](https://www.stat.gov.mk/PrikaziSooopstenie_en.aspx?rbtxt=98)

RNM SSO, (2024). İş Dünyası İstatistikleri, [https://www.stat.gov.mk/OblastOpsto\\_en.aspx?id=22](https://www.stat.gov.mk/OblastOpsto_en.aspx?id=22)

RNM SSO, (2024). Kültür İstatistikleri, [https://www.stat.gov.mk/OblastOpsto\\_en.aspx?id=4](https://www.stat.gov.mk/OblastOpsto_en.aspx?id=4)

RNM SSO, (2024). Dış Ticaret İstatistikleri, [https://www.stat.gov.mk/OblastOpsto\\_en.aspx?id=23](https://www.stat.gov.mk/OblastOpsto_en.aspx?id=23)

RNM SSO, (2024). Eğitim ve Bilim İstatistikleri, [https://www.stat.gov.mk/OblastOpsto\\_en.aspx?id=5](https://www.stat.gov.mk/OblastOpsto_en.aspx?id=5)

RNM SSO, (2024). İş Eğilimleri İstatistikleri, [https://www.stat.gov.mk/OblastOpsto\\_en.aspx?id=36](https://www.stat.gov.mk/OblastOpsto_en.aspx?id=36)

RNM SSO, (2024). İşgücü Gelirleri İstatistikleri, [https://www.stat.gov.mk/PrikaziSooopstenie\\_en.aspx?rbtxt=113](https://www.stat.gov.mk/PrikaziSooopstenie_en.aspx?rbtxt=113).

RNM SSO, (2024). İşgücü Piyasası İstatistikleri, [https://www.stat.gov.mk/OblastOpsto\\_en.aspx?id=14](https://www.stat.gov.mk/OblastOpsto_en.aspx?id=14)

RNM SSO, (2024). Mesleki Eğitim İstatistikleri [https://www.stat.gov.mk/PrikaziSooopstenie\\_en.aspx?rbtxt=135](https://www.stat.gov.mk/PrikaziSooopstenie_en.aspx?rbtxt=135)

RNM SSO, (2024). Nüfus İstatistikleri, [https://www.stat.gov.mk/OblastOpsto\\_en.aspx?id=2](https://www.stat.gov.mk/OblastOpsto_en.aspx?id=2)

RNM SSO, (2024). Ticari Kapasite İstatistikleri, [https://www.stat.gov.mk/OblastOpsto\\_en.aspx?id=34](https://www.stat.gov.mk/OblastOpsto_en.aspx?id=34)

RNM SSO, (2024). Turizm ve Yiyecek- İçecek İşletmeleri [https://www.stat.gov.mk/OblastOpsto\\_en.aspx?id=25](https://www.stat.gov.mk/OblastOpsto_en.aspx?id=25)

RNM SSO, (2024). Ülke İstatistikleri, [https://www.stat.gov.mk/Default\\_en.aspx](https://www.stat.gov.mk/Default_en.aspx)





ISSN: 2651-2742  
2024- Cilt: 7 Sayı: 2  
Sayfa: 229-242.

Dergi Web Sitesi: <http://sita.cumhuriyet.edu.tr/tr/>

Gönderilme Tarihi: 24.10.2024

Kabul Tarihi: 26.12.2024

Araştırma Makalesi (Research Article)

SEYAHAT ACENTALARINDA DİJİTALLEŞME: İSTANBUL ÖRNEĞİ

Digitalization in Travel Agencies: The Case of Istanbul

Zeynep MESÇİ \*   
Düzce Üniversitesi

Gamze BİÇER   
Düzce Üniversitesi

ÖZ

Bu çalışmanın amacı, turizm sektöründe faaliyet gösteren seyahat işletmelerinin dijitalleşmeyi nasıl kullandıklarının ve dijital dönüşüme geçiş sürecinde işletmelerinde meydana gelen değişimlerin incelenmesidir. Araştırmada dijital dönüşümün amacı, bu alanda ki tüm gelişmeler ve bu gelişmelerin seyahat işletmelerine yansımaları ele alınmıştır. Örneklem grubu olarak belirlenen İstanbul ilinde bulunan A grubu seyahat acentalarında dijital dönüşümün geldiği nokta ve belirlenen sonuçların ortaya konulabilmesi amacı ile alan araştırmasında, nitel araştırma yöntemi kullanılmış olup veriler yarı yapılandırılmış görüşme tekniği ile elde edilmiştir. Görüşme sonucunda katılımcılardan elde edilen nitel veriler betimsel analize tabi tutulmuş olup, yazıya dökülen katılımcı görüşlerinin analizleri gerçekleştirilmiştir. Dijitalleşmenin gelişimi ve kullanımı seyahat işletmelerinin faaliyetlerini, iş görme biçimlerini, sürdürülebilirliğini etkilemektedir. Dijital dönüşümde; dijital pazarlama süreci ile geniş pazarlara ulaşabilme, otomasyon sistemlerinin bünyeye dâhil edilmesi ile iş süreçlerinin daha doğru ve verimli işlemesi, araştırma ve geliştirme birimiyle iş görme süreci izleyerek sürdürülebilirlik sağlama, ilaveten pandemi sürecinde dijital platformlarda yapılan etkinlikler sonucu kendine özgü yeni bir iş kolunun kurum içinde yaratılması gibi faaliyetlerde gelişim gösterilmiştir.

**Anahtar Kelimeler:** Dijitalleşme, Seyahat Acentaları, Dijital Yenilikler, Seyahat Acentalarında Dijital Dönüşüm

ABSTRACT

The aim of this study is to examine how travel businesses operating in the tourism sector use digitalization and the changes that occur in their businesses during the transition to digital transformation. In the research, the purpose of digital transformation, all developments in this

\* Sorumlu Yazar: zeynepmesci@duzce.edu.tr

Önerilen Atıf: Mesci Z. ve Biçer G. (2024). Seyahat Acentalarında Dijitalleşme: İstanbul Örneği, Sivas İnterdisipliner Turizm Araştırmaları Dergisi, 7(2), 229-242.



field and the reflections of these developments on travel businesses are discussed. Qualitative research method was used in the field research in order to reveal the point of digital transformation and the determined results in the A group travel agencies located in the province of Istanbul, which was determined as the sample group, and the data were obtained by semi-structured interview technique. As a result of the interview, the qualitative data obtained from the participants were subjected to descriptive analysis, and the analyzes of the written participant opinions were carried out. The development and use of digitalization affects the activities, ways of doing business and sustainability of travel businesses. In digital transformation; Reaching large markets with the digital marketing process, incorporating automation systems into the body, more accurate and efficient operation of business processes, ensuring sustainability by following the business process with the research and development unit, in addition, creating a unique new business line within the organization as a result of activities on digital platforms during the pandemic process.

**Keywords:** Digitalization, Travel Agencies, Digital Innovations, Digital Transformation in Travel Agencies

## 1. Giriş

Teknolojide meydana gelen gelişimler ve küreselleşme birçok sektörü etkilediği gibi turizm sektörünü de yakından etkilemektedir. İnsanların teknolojiyi hemen hemen bütün ihtiyaçlarında kullanmaya başlaması bir değişimin gerekliliğini ortaya koymaktadır. Günümüzde insanların seyahat, konaklama, ulaşım, eğlence, temalı geziler gibi ihtiyaçlarını online (çevrimiçi) platformlar üzerinden gerçekleştirmesi bu yeniliklerden bazılarıdır. Turizm sektörü, bu yenilik ve değişimler karşısında dijitalleşmeye yönelmiş ve dijital yenilikler olarak adlandırılan araçları operasyonlarında kullanmaya başlamışlardır (TÜRSAB, 2019). Konstantinou'ya (2016: 1558) göre dijitalleşme; kurumların, kişilerin veya şirketin kaynaklarını, yeni dünya trendleri arasında olan dijital teknolojilerin oluşturmuş olduğu fırsatlardan faydalanarak, ek gelir, büyüme kapasitesini geliştirmek ve işletmeye değer katacak operasyonel hedeflere dönüştürme için gerçekleşen süreçtir.

Dijitalleşme turizm sektörünün önemli bir parçası olan seyahat işletmelerinin de verimliliğini, işleyiş biçimlerini, karar verme süreçlerini, rekabet gücünü, pazarlama süreçlerini vb. faaliyetlerini etkilemektedir. Bu nedenle bu süreci takip etmek, planlamak ve sürece dâhil etmek önem arz etmektedir. Sektördeki dijital teknolojileri ve yenilikleri takip edemeyen işletmelerin, dijital dönüşüme ayak uyduramaması durumunda sektörde ciddi sorunlarla karşı karşıya kalması beklenebilir (Erturhan Işkın, 2022). Dijitalleşen dünyada her sektör yenilikleri takip etmek ve bu yeniliklere yönelik çalışmalar yaparak faaliyetlerini sürdürmek durumundadır. Teknolojiyi, yeniliği takip edemeyen sektör küreselleşen dünyada bir zamandan sonra kendini etkisiz bir halde bulabilir. Dijitalleşme bir nevi her sektör için zorunluluk halinde gelmektedir (Erturhan Işkın, 2023). Bu nedenle dijitalleşme her alanda kullanılan ve önem verilen bir durum haline gelmiştir. Bu çalışma da seyahat işletmeleri tarafından, dijitalleşme adı altında kurumlarda neler yapılmış, bu çerçevede kullanılan uygulamalar faaliyetleri ne şekilde etkilemiş vb. gibi sorulara cevaplar aranmaktadır. Araştırmanın yapılacağı her işletme kendi bünyesinde avantaj ve dezavantajlarını fark edecek hale gelebilecektir. Bu farkındalıkla seyahat işletmeleri daha etkin hizmet verme çabasına girebilecek ve sahip oldukları pazarda rekabet üstünlükleri elde etmek için yeni uygulamalar edinebilecek hale gelebileceklerdir.

## 2. Dijitalleşme Kavramı ve Tanımı

Dijitalleşme, gelir ve değer kazanmak için yeni fırsatlar yaratmak amacıyla iş modellerini değiştirmek veya dönüştürmek için dijital teknolojilerin kullanılmasıdır (Gartner, 2020). Diğer bir ifadeyle dijitalleşme, erişilebilir verilerin ve mevcut kaynakların (dosyalar, belgeler veya işlemler) bilgisayarların okuyabileceği ve işleyebileceği şekilde sayısallaştırılması sürecini ifade eder (Celayir ve Celayir, 2020: 130). Dijital kavramı ise, Latince parmak, (digitus) kelimesinden türetilen bir terimdir ve bilgi sistemlerinin temelini oluşturan sayısallaştırma kavramını tanımlar. Sayısallaştırma süreci, bir kuruluş içindeki sayısal verileri yönetmek için bilgisayarların kullanılmasıyla başlamıştır. Bilgisayarlar analog verileri sayısallaştırarak verileri işleyebilir, depolayabilir ve yönetebilir. Dijitalleşme, önce yazılım sistemlerinin kullanımıyla kurumlarda iş süreci otomasyonunu sağlamış ve ardından özellikle internet başta olmak üzere gelişim gösteren çeşitli dijital teknolojilerin desteğiyle işletmelerin iş modellerini değiştirmelerine yol açmıştır. Dijital teknolojinin hızlı gelişimi ve entegrasyonu ile dördüncü sanayi devrimi Endüstri 4.0'a kaymıştır. Bir kurumdaki dijital süreç, işletmenin tüm iş süreçlerini, iş modellerini ve organizasyon yapılarını kapsadığı için dijital dönüşüm olarak adlandırılmaktadır (Klein, 2020: 998). Sayısallaştırma yani dijitalleşme, gerçek bilgilerin fiziksel bir konumla ilişkili olmayan bir biçimde sunulmasını ifade eder (Scientu, 2022).

Kupiainen'e (2006) göre dijitalleşme, herkes tarafından erişilebilen çok çeşitli teknolojileri beraberinde getirir ve böylece kültürel, davranışsal, demografik ve yaşam döngüsü yönleri dâhil olmak üzere en önemli değişikliklere sebep olur. Dijitalleşme sonucunda e-ticaret, e-bankacılık, e-kitap, e-haber, e-öğrenme vb. terimler ortaya çıkmış ve bilgi toplumu terimi oluşmuştur. Parviainen ve diğ., (2017: 63-67) ise dijitalleşmeyi toplumu ve işletmeyi farklılaştıran temel eğilimlerden biri olarak tanımlamıştır.

## 3. Turizmde Dijitalleşme

Turizm sektöründe büyük yeri ve önemi olan konaklama işletmeleri, 1900'lü senelerin sonlarından itibaren başta internet teknolojisi olmak üzere muhtelif bilişim teknolojilerine yatırımlarını süratlendirmeye başlamışlardır. Sonuç olarak 2000'li yıllarda konaklama sektöründe internet ve dijital teknoloji kullanımının yaygınlaştığı görülmektedir. Müşteri ilişkilerinde kullanılan bu teknolojiler ve turistlere sunulan hizmetler hizmet kalitesini artırmıştır (Kozak, 2014: 272). Yüzyıllar öncesinden misafirlerine sadece yatak, masa ve sandalyeler sağlayabilen küçük ve sade konaklama şirketlerinden, otelcilik sektörü misafirler için her detayı düşünen ultra lüks konaklama şirketlerine doğru muazzam bir değişim geçirmiştir (Bonvin, 2003). Günümüzde birçok konaklama şirketi, müşterilerine daha ucuz ve 24 saat kesintisiz hizmet verebilmek için kendi web siteleri üzerinden çevrimiçi rezervasyon yapma imkânına sahiptir. Ayrıca internet, konaklama işletmelerinin oda ve tesislerine yönelik tanıtımların yapılmasını sağlamaktadır. Müşteriler, konaklama işletmesinin oda doluluk oranlarını, fiyatlarını, hizmet türünü, görsel, animasyon ve grafikler ile görerek rezervasyon yapabilmektedirler (Aktaran: Mil ve Özdoğan, 2015: 55).

Teknoloji ilerledikçe işletmelerde işlerin işleyişini kolaylaştıracak yönetim sistemleri kullanılmaya başlanmıştır. Bir otel işletme yönetim sistemi, bir otel veya bir grup otelin rezervasyon, misafir giriş / çıkış, oda tahsisi, fiyat yönetimi ve faturalama gibi resepsiyon olanaklarını yönetmesini sağlayan bir işletim sistemi olarak tanımlanır. İşletme yönetimi sistemi, zaman yoğun, kâğıt ve elektronik çizelge yoğunluklu işlemlerin yerini alabilecek bir yazılım platformu sağlar (Yetkin, 2019: 24). Otel oda sistemleri, odanın mevcut durumunu gösterir ve ilgili ayrıntıları sağlar. Çalışanların otel odalarını ve kat planlarını tüm otel

düzeniyle birlikte koordinasyonlu bir şekilde yönetmesine olanak tanır. Kullanım dışı olan odaları, uzun zamanlı kalışlarda bulunan odaları gösterir, ücretler hakkında bilgi ekler, kayıt işlemi sırasında oda tahsisi yapar, ön büroya yardımcı olur, müşteri hizmetleri ile ilişkilendirilir (Oracle, 2018). Konaklama işletmelerinin yaptığı teknolojik yatırımlar, hizmet faaliyetlerin hızını ve verimliliğini artırmış, maliyet düşürülerek tasarruf sağlamıştır (Çakmakçı, 2012: 57).

Teknolojinin seyahat sektörü üzerindeki etkisi üç düzeyde temsil edilebilmektedir. Bu aşamalar şu şekilde sıralanabilir: Merkezi rezervasyon sistemi (CRS), turizm operatörlerinin (konaklama, seyahat acentaları, acentalar vb.) bilgisayar sistemlerini merkezi bir rezervasyon programını paylaşmak için birbirine bağlamasına izin veren bir ağ sistemidir. Global Dağıtım Sistemleri (GDS), merkezi rezervasyon sistemlerinin geliştirilmesi ve çeşitlendirilmesinden kaynaklanan bir ağ sistemidir. Üçüncüsü ise; internet, dünya çapında milyonlarca insanın katılımıyla yapılmaktadır (Sarı ve Kozak, 2005: 362). Diğer yandan, uygun teknoloji restoran işletmelerinde de birçok fayda sağlamaktadır. Restoran sektöründe teknolojinin faydaları; sipariş sürecinde harcanan sürenin kısaltılması, gıda üretiminde işleme sürecinin artırılması, servis süresinin hızlandırılması, daha hızlı ödeme yapılması, koltuk devir veya dönüş süresinin kısaltılması ve işçilik maliyetlerinin düşürülmesi olarak tanımlanmaktadır (Kimes, 2008: 299).

#### 4. Seyahat Acentalarında Bilgi Teknolojileri

Bilgi teknolojilerinin, (BT) hayatın her alanında karşımıza çıkıyor olması, bireylerin onu daha yoğun ve etkin bir şekilde kullandıklarını göstermektedir. Bu nedenle turizm sektöründe önemli yere sahip olan seyahat acentalarının, artan teknoloji kullanımına yönelik olarak BT tabanlı sistemlere geçiş yapmaları gerekmektedir. Turizm endüstrisinde artan rekabet ve küreselleşme, seyahat acentalarının da her zaman dinamik olmalarını gerektiren bir durumdur (Gökdemir ve Erdem, 2017: 45). BT tanımı; bilgi toplamak, analiz etmek, depolamak, dağıtmak ve uygulamak için kullanılan bilgi işlem, elektronik ve iletişim teknolojilerindeki en son gelişmeleri açıklayan bir kavramdır (Buhalis, 1998). Bir şirketin son derece rekabetçi bir küresel pazarda hayatta kalabilmesi, büyük ölçüde yeni gelişmelere ve teknolojilere uyum sağlama yeteneğine bağlı görülmektedir. İşletmelerin bilgiyi toplama, saklama ve işleme yeteneği rekabet avantajı sağlar (Yolal, 2003: 11). TDK (2019)'ye göre bilgi; araştırma, öğrenme, inceleme veya gözlem yoluyla elde edilen gerçeklik olarak tanımlanmıştır. En kısa sürede bilgiye ulaşan, bilgiyi işleyen ve bilgiyi yönetilebilir sonuçlara veya eylemlere dönüştüren şirketler varlıklarını güvence altına alabilir ve rekabet avantajı elde edebilir (Yolal, 2003: 11).

Seyahat işletmeleri, merkezi rezervasyon sistemleri (Central Reservation Systems-CRS) ve küresel dağıtım sistemleri (Global Distribution System-GDS) tarafından temsil edilen, uluslararası bir elektronik dağıtım ağının parçasıdır. Bu sistemler aracılığıyla işletmeler tur operatörlerinin ve havayollarının ürünlerine erişebilir, faturalama ve hatta rezervasyon işlemlerini kolaylıkla yapabilirler. Seyahat ve turizm pazarları arasında temel elektronik ara yüz görevi gören CRS ve GDS sistemleri 1960'larda geliştirilen teknolojilerdir. Bu teknoloji, öncelikle havayollarının bilgi transfer ihtiyaçları için geliştirilmiş, sonrasında ise çeşitli turizm ürünlerini dağıtmak için bilgisayarlı rezervasyon sistemleri kullanılır hale gelmiştir. 1978'de Amerika Birleşik Devletleri'nde hava taşımacılığının serbest bırakılması endüstriye büyük bir önem kazandırmıştır. 1980 ile 1992 arasında tarifeli hava trafiği %92 ve kapasite %94 yükselmiş, rekabet artmış, fiyatlar düşmüş ve karlılık azalmıştır (Werthner ve Klein, 1999: 44-

47). Bu durum havayolları için dünya çapında yönetim ve pazarlama ortaklıklarına yol açmıştır. “Önce kendi merkezi rezervasyon sistemlerini geliştirip ve bunu konaklama, araç kiralama ve tur operatörlerinin bilgisayarlı rezervasyon sistemleriyle birleştirerek küresel bir dağıtım” sistemi oluşturmuşlardır (Yolal, 2003: 18). 1970’li yıllarda CRS, 1980’li yıllarda GDS gelişmiş ve sonrasında süreç internet kullanımıyla farklı bir boyut kazanmıştır. CRS ve GDS sistemleri seyahat, konaklama, eğlence hizmetleri, turistik yerler, tatil paketleri ve daha fazlası hakkında bilgiler içermektedir. Bu hizmetler neticesinde müşteriler son dakika rezervasyonları yapabilir ve bu rezervasyonları hızlı bir şekilde onaylatabilirler. Ayrıca bilgi sistemleri pazar araştırması yoluyla müşteri gereksinimlerinin anlaşılmasına yardımcı olmaktadır (Buhalis, 1998). Dağıtım, turizm şirketlerinin daha rekabetçi ve verimli olmasını sağlayan pazarlama karmasının önemli unsurlardan biridir. 21. yüzyılın bilinen en verimli dağıtım sistemi, uygun maliyetli fırsatlar sunan küresel dağıtım sistemidir (Kurgun vd., 2007: 265).

## 5. Araştırmanın Yöntemi

Çalışmada, İstanbul ilinde seyahat acentalarında dijitalleşme konu kapsamında paydaşların görüşleri ve mevcut potansiyelin tanımlanmasına yönelik verilere ulaşabilmek amacıyla nitel araştırma yapılması uygun görülmüştür. Nitel araştırma yöntemlerinin önemli unsurlarından biri kuram oluşturma deseni. Kuram oluşturma deseni, elde edilen verilere dayanarak daha önce ortaya çıkarılmamış sonuçların birbirleriyle bir ilişki halinde modellenmesi çalışması olarak yorumlanabilmektedir (Yıldırım ve Şimşek, 2016: 41). Sosyal ve sosyolojik disiplinlerle iç içe olan nitel araştırma yöntemleri, araştırmacıların sosyal hayatın doğal süreçlerinde meydana gelen olay ve olguları incelemesine olanak tanımlanmaktadır (Kinsiz, 2017: 245).

Araştırma sonuçlarının doğruluğu ile ilgili kısım geçerlilik kavramı ile ilişkilidir. Nitel araştırmalarda geçerlilik, araştırılan olayı veya olguyu olabildiğince objektif bir şekilde gözlemlemek ve elde edilen sonuçları ek yöntemlerle (katılımcılar veya meslektaşlar vb.) doğrulamaktan oluşmaktadır (Karagöz, 2019: 975). Güvenilirlik ise temel olarak araştırmanın tekrar yapılması halinde aynı sonucun alınıp alınamayacağını, aynı cevabın verilip verilemeyeceğini gösteren kıstasta bir ölçüttür (Gegez, 2007: 212). Bu çalışmada görüşme soruları geçerlilik ve güvenilirliğinin sağlanmasına yönelik turizmde ve seyahat işletmelerinde dijitalleşme alanlarında literatür taraması sonucu oluşturulmuştur. Oluşturulan sorular tez danışmanı ve konusunda uzman olan 2 akademisyenin incelemesinden geçmiştir. Hazırlanan soruların görüşmeleri için hedef katılımcı sayısı belirlenmiş ve bu katılımcılara ulaşılmıştır. Görüşme yapılan katılımcıların ifadeleri izinleri doğrultusunda sesli ve yazılı olarak kaydedilmiştir. Bunun yanı sıra, katılımcıların görüşlerine ilişkin olarak önemli görülen yerler ayrıca not edilmiştir. Analizler yapılırken katılımcıların ifadelerini içeren ses kayıtları dinlenmiş, önemli görülen notlar okunmuştur. Güvenilirlik için katılımcılara benzer ifadelerde sorular sorulmuş, ifadelerinin tekrar etme düzeyi saptanmış ve analizler buna bağlı olarak sonuçlandırılmıştır.

Evren, araştırmacıların konularına dahil ettikleri tüm değerler olarak tanımlanmaktadır (Gegez, 2007: 43). Bu araştırmanın çalışma evreni İstanbul ilinde faaliyet gösteren A grubu seyahat işletmeleri olarak belirlenmiştir. Söz konusu seyahat işletmelerinin sahipleri ve üst düzey yönetici olarak görev yapan kişiler evreni oluşturmaktadır. Evrenin A grubu seyahat acentaları şeklinde olmasının nedeni bu gruptaki işletmelerin hizmet alanında bütün faaliyetleri yapabiliyor olmalarından kaynaklanmaktadır. Örneklem ise, araştırma evreninden amaca uygun herhangi bir yöntem seçilerek evreni temsil edebilecek birim veya unsurlar

grubu olarak tanımlanabilmektedir (Ural ve Kılıç, 2006: 35). Buna yönelik olarak nitel çalışmalarda örneklem sayısı belirlenirken örneklemin büyüklüğünden ziyade araştırmacının ihtiyaç duyduğu bilgi miktarının karşılanmasına dikkat edilmektedir (Türnüklü, 2000: 548). Araştırma örneklemini belirlemeye yönelik olarak İstanbul ilinde bulunan A grubu seyahat acentalarında konuya ilişkin bilgi sahibi olan katılımcılara ulaşabilmek, sınırlı kaynakları en etkin şekilde kullanabilmek ve konu açısından bilgili vakaları belirlemek neticesiyle amaca yönelik örnekleme tercih edilmiştir (Yağar ve Dökme, 2018: 4). Uygulanan örneklem seçimi içerisinde 15 katılımcı ile görüşme sağlanmıştır. Katılımcı sayısının belirlenmesinde verilen cevaplar dikkate alındığında tekrarlanan cevaplar nedeniyle örneklem sayısı sınırlandırılmıştır.

Bu çalışmada, nitel bir araştırma yöntemi çerçevesinde ilgili kişilerin araştırma konusuna ilişkin görüşlerini toplamak için yarı yapılandırılmış görüşme yöntemi seçilmiştir. Bu yöntemin seçilmesinin nedeni, araştırmacıya esneklik sunması ve araştırma konusu hakkında ayrıntılı bilgi edinmek istenmesidir (Fontana ve Frey, 1994). Görüşmeler seçilen katılımcılar ile yaklaşık 30-45 dakika arası bir zaman diliminde gerçekleştirilerek veriler elde edilmiştir. Görüşmelerin çoğunluğu katılımcıların çalışmış oldukları birimlerde ve istemiş oldukları mekânlarda gerçekleştirilmiştir. Bu bağlamda yüz yüze görüşme sağlanacak 5 katılımcıyla, randevu tarihindeki yoğunluklarından dolayı Zoom videokonferans platformu ve telefon üzerinden görüşme sağlanmıştır. Görüşme yönteminin seçilmesinin nedenleri araştırmacılara esneklik sağlama, veri toplama süreci üzerinde daha fazla kontrol ve araştırma konusu hakkında daha ayrıntılı bilgiye ulaşabilme olanağı edinebilmesidir. Böylelikle konu dışına çıkılmadan, belirlenmiş sorular çerçevesinde ve katılımcıların görüş ve fikirleri alınmıştır.

Görüşme soruları, İstanbul ilinde hizmet veren seyahat işletmelerinin dijital dönüşümü ne derecede kullandığı ve buna yönelik olarak uygulamalarında neler yapıldığının belirlenmesi amacıyla 11 adet açık uçlu sorudan oluşmaktadır. Görüşme soruları, literatür taraması ve uzman akademisyen görüşleri alınarak hazırlanmıştır. Görüşmeler, işletme sahipleri ve işletmenin dijital anlamda gelişmelerini takip eden, planlayan, sürece dâhil etme yetki ve bilgisi olan yöneticiler ile yapılmıştır. Araştırmaya katılacak olan 4 işletme sahibi, 11 üst düzey yönetici ile yapılacak olan görüşmelerin sağlanabilmesi için telefon aracılığı ile randevu saati ve yeri belirlenerek yüz yüze görüşme yapılmıştır. Toplam 15 katılımcı ile yapılan görüşmeler, katılımcıların uygun gördükleri yerlerde ve saatlerde 09.08.2022 – 30.09.2022 tarihleri arasında yapılmıştır.

Görüşmeler, katılımcının tercih ettiği saat, tarih ve mekânlarda gerçekleştirilmiştir. Bunun nedeni, katılımcıların bu konudaki fikir ve görüşlerini daha rahat ve etkili bir şekilde ifade etmelerini sağlamaktır. Görüşmeler, sözlü dokümantasyon aracı olan ses kayıt cihazı kullanılarak katılımcıların onayı alınarak kayıt altına alınmıştır. Çalışmanın önemli noktaları yazılı olarak not edilmiştir. Sorulara açık ve anlaşılır cevaplar alınmadığı takdirde, sorular açıklamalar ile tekrar katılımcılara iletilmiştir. Görüşmelerde katılımcılara aynı konu çerçevesinde sorular sorulmuş, sorular görüşmenin akışına göre düzenlenerek değiştirilmiştir. Bu sayede katılımcılardan konu hakkında kapsamlı bilgi edinilmesi sağlanmıştır.

Araştırma kapsamına dâhil edilen katılımcıların görüşmelerine ait bilgiler tablo 1’de gösterilmiştir.

**Tablo 1:** Katılımcıların Görüşmelerine Ait Bilgileri

Katılımcılar	İşletme Sınıfı	Görüşme Tarihi	Görüşme Saati	Görüşme Yeri Adresi
1.Katılımcı	A Grubu	09.08.2022	15.30	Taksim, İstanbul
2.Katılımcı	A Grubu	09.08.2022	16.20	Taksim, İstanbul
3.Katılımcı	A Grubu	01.09.2022	18.00	Alibeyköy, İstanbul
4.Katılımcı	A Grubu	02.09.2022	16.45	Gaziosmanpaşa, İstanbul
5.Katılımcı	A Grubu	03.09.2022	18.00	Kadıköy, İstanbul
6.Katılımcı	A Grubu	06.09.2022	16.20	Harbiye, İstanbul
7.Katılımcı	A Grubu	07.09.2022	17.30	Kağıthane, İstanbul
8.Katılımcı	A Grubu	15.09.2022	12.30	Kağıthane, İstanbul
9.Katılımcı	A Grubu	11.09.2022	15.00	Şişli, İstanbul
10.Katılımcı	A Grubu	12.09.2022	18.30	Şişli, İstanbul
11.Katılımcı	A Grubu	16.09.2022	12.30	Ataşehir, İstanbul
12.Katılımcı	A Grubu	16.09.2022	14.00	Kozyatağı, İstanbul
13.Katılımcı	A Grubu	17.09.2022	12.00	Kadıköy, İstanbul
14.Katılımcı	A Grubu	26.09.2022	14.45	Şişli, İstanbul
15.Katılımcı	A Grubu	30.09.2022	17.00	Beyoğlu, İstanbul

Bu çalışmada, görüşmelerden elde edilen veriler betimsel analiz yöntemi kullanılarak analiz edilmiştir. Betimsel analiz; görüşmelerdeki elde edilen verilere özgün biçimde sadık kalarak, katılımcıların bireysel ifadelerini doğrudan alıntılıyıp tanımlayıcı bir yaklaşım göstererek verileri sunma sürecidir (Kümbetoğlu, 2005: 154). Araştırma da yapılan betimsel analiz tekniği kapsamında seyahat işletmeleri sahipleri ve üst düzey yöneticilerinin sorulan sorulara vermiş oldukları cevaplar araştırmacı tarafından yazıya dökülmüştür. Betimsel analiz tekniğinin kullanılmasının nedeni, görüşmelerden elde edilen bilgileri sıralayarak ve yorumlayarak açıklamaya çalışmaktır. Görüşmelerden elde edilen veriler sistematik ve doğru bir şekilde betimlenmiş ve bu betimlemeler açıklanarak yorumlanarak sonuçlara ulaşılmıştır.

## 6. Araştırmanın Bulguları

Görüşmeye katılan katılımcıların taleplerine göre gizliliğin öneminden dolayı isimleri kodlanarak sunulmuştur. Toplam 15 katılımcı ile görüşme sağlandığı için katılımcılar 1'den 15'e kadar "1.Katılımcı, 2.Katılımcı, 3.Katılımcı..." olarak numarandırılıp sadece araştırmacının bileceği bir şekilde kodlama yapılmıştır.

### 6.1. Katılımcılara İlişkin Demografik Bilgiler

Bu başlık kapsamında üst düzey yöneticiler ve iş sahiplerinden oluşan katılımcı gruplarına ait demografik özelliklere değinilmiştir. Demografik bilgiler, cinsiyet, yaş, medeni durum ve eğitim durumlarını kapsamaktadır. Bu bağlamda araştırmaya dâhil edilen 15 katılımcıların 11'inin erkek, 4'ünün kadın olduğu ve yaşlarının 27 ile 47 yaş aralığında değişkenlik gösterdiği görülmektedir. Katılımcıların medeni durumlarına bakıldığında 7 katılımcının evli, 8 katılımcının da bekâr olduğu sonucuna ulaşılmaktadır. Eğitim durumlarında ise katılımcıların 1'inin lise, 12'sinin lisans, 2'sinin yüksek lisans mezunu oldukları görülmektedir.

### 6.2 Dijital Teknolojiler Hakkındaki Düşüncelere Yönelik Bulgular

Araştırmaya katılan katılımcılara, *“Dijital teknolojiler hakkında neler düşünüyorsunuz? (Seyahat işletmeleri açısından)”*, şeklinde araştırma sorusu yöneltilmiştir. Katılımcıların ortak görüşleri doğrultusunda, dijital teknolojiler hakkında görüşlerine ilişkin olarak; *“dijital teknolojilerin mevcut işleri kolaylaştırdığı, verimlilik sağladığı, zamandan tasarruf edildiği, rekabet ortamı yarattığı, takip edilmesi gerektiği ve sektör açısından önemli bir faktör haline geldiği”* gibi ifadelerle ulaşılmıştır.

### 6.3 Dijital Teknolojileri Takip Ederken Kullanılan Yöntem ve Süreçler, Buna Bağlı Olarak Gerekli Organizasyon Yapısının Kurulmasına Yönelik Bulgular

Araştırmaya katılan katılımcılara, *“Dijital teknolojileri takip ederken hangi yöntem ya da süreç izleniyor? Bunun için gerekli olan örgütlenmeyi ya da organizasyon yapısını nasıl kuruyorsunuz?”*, şeklinde araştırma sorusu yöneltilmiştir.

Araştırmaya dahil olan katılımcıların ortak görüşleri doğrultusunda; dijital teknolojileri takip ederken kullanılan yöntem ve süreçlere yönelik olarak katılımcılar *“internet, web, arama motorlarının optimizasyonları, sosyal medya üzerinden pazarlama süreçlerinin izlenmesi ve diğer mevcut dijital kanalların pazarlama araştırmalarının yapılması, sektörde aktif olarak kullanılan otomasyon sistemlerinin pilot çalışmalarının yapılması, çeşitli otomasyon sistemlerinin yerinde pazarlanması ile sektöre dahil edebilmesi, globalleşen teknolojik firmaların yapmış oldukları yeniliklerin araştırılması ve değerlendirilmesi, sektörde faaliyet gösteren diğer rakiplerin iş görme süreçlerinin analiz edilebilmesi”* gibi ifadeler belirtilmektedir. Bunun için gerekli olan örgütlenmenin ya da organizasyon yapısının nasıl kurulduğuna dair yöneltilen sorunun yanıtlarına yönelik olarak katılımcıların *“yeniliklere ait pilot çalışmalarının yapılması, dijitalleşme üzerine çalışan veya istihdam edilen personellerin tercih edilmesi, iş geliştirme departmanlarının bulundurulması, yazılım ile ilgili ajanslardan destek alınabilmesi, firma içinde gelişen kolları ayrı bir departman oluşturulması”* gibi ifadelerine değinilmiştir.

### 6.4 Ekip Çalışanlarının Dijital Dönüşüme Adapte Olabilmeleri İçin Yapılan Faaliyetlere Yönelik Bulgular

Araştırmaya katılan katılımcılara, *“Ekip arkadaşlarınızın dijital dönüşüme adapte olabilmeleri için neler yapıyorsunuz? (Eğitim, seminer). Bunun için gerekli olan örgütlenmeyi ya da organizasyon yapısını nasıl kuruyorsunuz?”*, şeklinde araştırma sorusu yöneltilerek düşünceleri ifade edilmiştir.

Araştırmaya dahil olan katılımcıların ortak görüşleri doğrultusunda, ekip çalışanlarının dijital dönüşüme adapte olabilmeleri için yapılan faaliyetlere yönelik olarak sorulan soruya; *“çoğunlukla çalışanların işletmenin işleyişine adapte olabilmeleri için eğitim ve seminerler düzenlenmektedir”* yanıtı verilmiştir. Ek olarak 2 katılımcının görüşüne göre; *“işe alım sürecinde*

personel seçimi yaparken dijital anlamda iş görenin yetkinliğine dayanarak iş alımı yaptıklarını ve bu nedenle dijitalleşme anlamında verilen eğitimlerin çok sıklıkla gerek kalmadığını" ifade etmektedir.

### 6.5 Dijitalleşmeye Yönelik Tercih Edilen Otomasyon Sistemleri, Avantaj ve Dezavantajlarına Yönelik Bulgular

Araştırmaya katılan katılımcılara, "Dijitalleşmeye yönelik tercih ettiğiniz otomasyon sistemleri hakkında bilgi verebilir misiniz? Hâlihazırda kullandığınız otomasyon sistemini neden tercih ediyorsunuz, size ne gibi avantajlar ya da dezavantajlar yaratıyor?", şeklinde araştırma sorusu yöneltilerek düşünceleri ifade edilmiştir.

Araştırmaya dahil olan katılımcıların belirtilen görüşleri doğrultusunda, dijitalleşmeye yönelik tercih edilen otomasyon sistemleri hakkında bilgi ve hâlihazırda kullanılan otomasyon sisteminin neden tercih edildiğine yönelik olarak; katılımcılardan 2'si "muhasebe alanı dışında diğer iş süreçleri ile ilgili herhangi bir yazılım sistemi kullanmadığını", katılımcıların 6'sı "firmanın istek ve ihtiyaçlarına yönelik sıfırdan yapılıp, geliştirilen yazılım sistemlerini kullandığını", katılımcıların 7'si ise "sektörde hazır halde kullanılan programları tercih etmekte olduğunu" ifade etmektedir.

Kullanılan otomasyon sisteminin avantaj ve dezavantajıyla ilgili sorunun cevaplarına yönelik olarak; "personellerin zamandan tasarruf ederek iş süreçlerinde daha verimli çalışabilecek olması, yapılan işlerin takip edilebilmesi, daha düzenli ve planlı çalışılabilecek olunması, günlük ve aylık raporlara ulaşabilme, personel shiftine kadar bütün işlemlerin sistemde kayıt olabilmemesi, satışa sunulan ürünlerin tercih edilebilirliği ile ilgili bilgi alabilme, yazılım sistemi ile deniz aşırı destinasyonların bile turlarının hazırlanabilmesi, üretimin yapılabilmesi ve satışa sunulmasındaki süreçlerin hızlı bir şekilde yapılabilmesi, kullanılan otomasyon sisteminin basit arayüzünün olması, fiyat takibi yapabileme, otomasyon sistemi üzerinde web sitesinin kontrol edilebilmesi, firmada bölümler arası bilgi aktarımının kolaylıkla sağlanabilmesi" gibi avantajlara değinilmiştir.

### 6.6 Dijital Dönüşümdeki Gelişim Süreci Hakkında Bulgular

Araştırmaya katılan katılımcılara "Dijital dönüşümde gelişim süreciniz hakkında bilgi verir misiniz? (Örgütsel süreçler, operasyonel faaliyetler vb.)", şeklinde araştırma sorusu yöneltilerek düşünceleri ifade edilmiştir.

Araştırmaya dahil olan katılımcıların belirtilen görüşleri doğrultusunda, dijital dönüşümde gelişim süreci hakkındaki bilgilere (örgütsel süreçler, operasyonel faaliyetler vb.) yönelik olarak katılımcılar; "pazarlama kanallarının aktif olarak takip edilmesi ve kullanılmasıyla beraber geniş pazarlara ulaşabilme, otomasyon sistemlerinin bünyeye dâhil edilmesi ile iş süreçlerinin daha doğru ve verimli işlenmesi, araştırma ve geliştirmeye dâhil iş birimlerinin talepleri doğrultusunda iş süreci izleme ve takip etme, ek olarak pandemi sürecinde dijital platformlarda yapılan etkinlikler sonucu kendine özgü yeni bir iş kolunun kurum içinde yaratılması" gibi ifadelerle değinmiştir.

Ayrıca katılımcılardan ikisi dijital dönüşümün gelişim sürecinde "istihdama oldukça etki sağladığına" dikkat çekmiştir. Buna ek olarak katılımcılardan biri dijitalleşmenin örgütsel açıdan değerlendirilmesinde "istihdama etkisi olduğundan, kurum içinde daha az personel daha az yönetici iş gördüğünden kaynaklı örgüt denen kavramın kalmadığına, diğer bir katılımcı ise "dijital olarak aktif şekilde faaliyet gösterdikleri için sürekli değişen bir örgüt yapısının olmadığına" değinmiştir. Bununla birlikte, katılımcılardan biri dijital dönüşümün gelişim süreci ile ilgili yöneltilen sorunun cevabına istinaden; "kurumun dijitalleşme açısından gerekli olduğuna fakat



*maliyetlerin fazla olduğuna ve bu nedenle gelişim sürecinde aktif bir rol alamadıklarına” yönelik ifadeyi belirtmiştir.*

### **6.7 Dijital Teknolojilere Ait Yatırım ve Planlama Bulgular**

Araştırmaya katılan katılımcılara *“Dijital teknolojilere yönelik yatırım yapıyor musunuz? Dijital teknolojilere ait yatırımlarınızı nasıl planlıyorsunuz?”*, şeklinde araştırma sorusu yöneltilerek düşünceleri ifade edilmiştir.

Araştırmaya dahil olan katılımcıların belirtilen görüşleri doğrultusunda, dijital teknolojilere yönelik yatırım yapılımları ve yatırımlara ait planlara yönelik olarak; 13 katılımcı *“dijital teknolojilere ait yatırım yaptıklarını, 2 katılımcı ise şu an için yatırım yapmadıklarını”* belirtmiştir. Yatırım planlanmalarında sorunun cevabına yönelik olarak katılımcılar; *“firmaya ait eksik faaliyet alanlarına yönelik olarak araştırmalar neticesinde ihtiyaca göre, yıllık satış hedeflerine istinaden, sektördeki dijital teknolojilerin takip edilmesine dönük araştırmalar sonucu, daha önceki sezon geçmişini göz önünde bulundurarak ve dijital pazarlama alanında satışa yönelik olarak sosyal medyaya yapılan yatırımların tasarlandığını”* ifade etmektedir.

### **6.8 Dijital Teknolojiler Sonrası Maliyetlerdeki Değişimlere Yönelik Bulgular**

Araştırmaya katılan katılımcılara *“Dijital teknolojiler sonrası maliyetlerinizdeki değişim nasıl gözlemlediniz? (Olumlu, olumsuz)”*, şeklinde araştırma sorusu yöneltilerek düşünceleri ifade edilmiştir.

Araştırmaya dahil olan katılımcıların belirtilen görüşleri doğrultusunda, dijital teknolojiler sonrası maliyetlerdeki değişime (olumlu, olumsuz); yönelik olarak 14 katılımcı *“maliyetlerdeki varyasyonun olumlu yönde etkilediğini”*, yalnızca 1 katılımcı ise *“dijitalleşmenin maliyetinin olumsuz yönde etki yarattığını”* belirtmiştir. Katılımcıların çoğunluğu dijitalleşmedeki maliyetlerin olumlu etkilerinden bahsederken *“personelin istihdamının ve kırtasiye giderinin azalmasına, pazarlama alanındaki maliyetlerin daha çok müşteriye ulaşmadaki olumlu etkisine, satış kazançlarını arttırdığına, zamandan tasarruf sağladığına, sürdürülebilirliğin sağlanmasına”* değinmiştir.

### **6.9 Dijitalleşme ile Gelir Durumundaki Değişimlere Yönelik Bulgular**

Araştırmaya katılan katılımcılara *“Dijitalleşme ile gelir durumunuzda ne tür değişiklikler gözlemlediniz?”*, şeklinde araştırma sorusu yöneltilerek düşünceleri ifade edilmiştir.

Araştırmaya dahil olan katılımcıların belirtilen görüşleri doğrultusunda, dijitalleşme ile gelir durumundaki değişikliklere yönelik olarak katılımcılardan 13’ü yani çoğunluğu *“gelir durumlarındaki değişimin olumlu yönde bir gelişimin olduğunu”* belirtmektedir. Gelirlerdeki değişim bilgilerine bakıldığında; katılımcılardan 1’i *“gelirdeki değişimlerden söz ederken rekabetin oldukça fazla olmasından dolayı satışlardaki gelirin artmadığını aksine azaldığını, sadece girdi maliyetlerini azalttığını”* ifade etmektedir. Katılımcılardan 1’i ise *“direkt olarak gelirden artış olmadığını, yalnızca işletmedeki işleyiş sürecini hızlandırdığını ve daha verimli çalıştıklarını”* dile getirmiştir.

### **6.10 Genel Olarak Dünyada Yaşanan Dijitalleşmenin İşletmelerin Faaliyetlerine Yansımaya Yönelik Bulgular**

Araştırmaya katılan katılımcılara *“Genel olarak dünyada yaşanan dijitalleşme sizin faaliyetlerinize nasıl yansdı? (Online rezervasyonlar, otellerde ya da havayollarında yapılan uygulamalar)”*, şeklinde araştırma sorusu yöneltilerek düşünceleri ifade edilmiştir.

Araştırmaya dahil olan katılımcıların belirtilen görüşleri doğrultusunda, genel olarak dünyada yaşanan dijitalleşmenin faaliyetlere etkisine yönelik olarak katılımcıların geneli *“satış kanallarının ortaya çıkması ve yaygın olarak kullanılması, online satış kanalları ile müşteri yelpazesinin genişlemesi, fiziki seyahati ortadan kaldırması, ulaşılabilirliği kolaylaştırması, sürdürülebilirlik sağlaması, e-ticaret kavramının bünyelere dahil edilmesiyle ödeme tercihlerinin gelişmesi, ürün çeşitliliğinin fazlalaşmasıyla müşterilere hitap edebilme yetisinin artması, bireylerin rezervasyonlarında ikinci kişiye ihtiyacı olmadan tüm işlemlerini hızlıca halledebilmesi, satılacak olan bir turun kontenjanı, indirim oranı ve gidilecek ülkenin döviz birimi vb. parametreleri kullanarak otomatik reklamlar yapılabilmesi”* gibi olumlu yönde etkilerini ifade etmektedir. Katılımcılardan 5’i dünyada yaşanan dijital uygulamaların *“seyahat işletmeleri açısından rekabet doğurduğunu, satıştaki fiyatları önemli derecede etkilediğine”* yönelik olumsuz yönde görüşlere dikkat çekmektedir.

### 6.11 Dijitalleşmenin Müşteriler Açısından Kolaylığı ve Zorluğuna Yönelik Bulgular

Araştırmaya katılan katılımcılara *“Dijitalleşme sonucu müşterilerinizde ne gibi kolaylıklar veya zorluklar oluştuğunu düşünüyorsunuz?”*, şeklinde araştırma sorusu yöneltilerek düşünceleri ifade edilmiştir.

Araştırmaya dahil olan katılımcıların belirtilen görüşleri doğrultusunda, dijitalleşme sonucu müşterilerde yaşanan kolaylıklara yönelik olarak katılımcılar *“müşterilerin bilgiye kolay erişebilir olması, ürün çeşitliliğinin fazla olması, satış sonrası oluşabilen şikayetlere yönelik iletişim kolaylığı, zamandan tasarruf sağlaması, hizmet satın alabilmek için fiziki olarak işletmenin yerine gitmek zorunda olmadıkları, ödeme kolaylığı sağlaması, uygulamalardan bütün işlemlerin hızlı bir şekilde yapılabilmesi”* ifadelerine değinmiştir. Dijitalleşme sonucu müşterilerde yaşanan zorluklara yönelik sorunun cevabına istinaden katılımcılar *“güven sorunu yaşanabilmesi, çok fazla seçeneğin olmasından kaynaklı müşterilerin dolandırılabilmesi endişesi, ürün ve hizmetlerin belirli platformlarda bulunan olumsuz yorumlardan etkilenebilmesi”* gibi ifadelerde bulunmuştur.

## 7. Sonuç ve Öneriler

Araştırmada seyahat işletme sahipleri ve üst düzey yöneticilerinin sektörün dijital dönüşümüne ilişkin, şirketlerin dijital dönüşümdeki kullanımları, uygulamaları ve faaliyetleri konularında görüşleri alınmıştır. Genel olarak katılımcılar tarafından dijitalleşme kavramının işletmelerin faaliyetleri, iş görme süreçleri, rekabeti ve sürdürülebilirliği açısından gerekli olduğu düşüncesi benimsenmiştir. Katılımcılar dijital teknolojileri takip ederken internet, web, arama motorlarının optimizasyonu, sosyal medya ve diğer mevcut dijital kanalların takibi ile bu uygulamaların etkin kullanımıyla pazarlama süreçlerinin izlenmesi, küreselleşen teknolojik şirketlerin yapmış oldukları yeniliklerin sürekli olarak takip edilerek sürdürülebilirliğin sağlanabilmesi gibi yöntemlerle takip ettiklerini ifade etmiştir. Buna yönelik olarak gerekli organizasyon veya örgüt yapısının nasıl kurulduğu sorusuna yanıt olarak katılımcılar gelişen inovasyonların uygulanmasından önce pilot çalışmalar yapmak, dijitalleşme ile uğraşan veya istihdam edilen personele öncelik vermek, iş geliştirme departmanı kurmak, yazılımla ilgili kurumlardan destek almak, örgüt içinde gelişen kolları özel bir departman oluşturmak ifadelerine değinmişlerdir.

Seyahat acentalarında dijital teknolojiler; çalışanların iş yükünü azaltmak, esnek çalışma koşullarına ulaşmak, çalışanlar arasında bilgi akışını kolaylaştırmak, verimliliği artırmak ve zaman tasarrufu sağlamak gibi olanaklar sağlamaktadır. Bu bulgular Hazarhun (2022) ve Türkay (2021) çalışmasındaki dijital dönüşümle personellerin zaman tasarrufu sağlayarak verimlilikte artış gösterdikleri sonuçları ile benzerlik göstermektedir. Katılımcıların çoğu

dijital süreci takip ederek, bunun neticesinde yatırım yaparak ve personele gerekli eğitimleri vererek dijitalleşme olgusunu sektördeki kendi bünyelerine dâhil etmektedir. Dijitalleşme sürecini işletmeler genellikle firma içinde eksik oldukları alanlarda, otomasyon sistemleri üzerinde ve aktif olarak pazarlama alanlarında daha fazla pazara yayılabilmek için kullanmaktadır. Aynı zamanda katılımcılar yatırımdaki maliyetlerin işletmelere olumlu yönde gelir olarak geri döneceğini belirtmiştir. Görüşme bulgularına göre, dijitalleşme sürecindeki işletmelerin çoğunluğu, müşterilerle ilişki kurabilme yönünde sosyal medyadan yararlanmıştır. Ayrıca sosyal medya reklamcılığı uygun maliyetli olduğundan dolayı müşterilere ulaşabilme açısından sosyal medya kanalları kullanılmaktadır. Sarıyer (2013) çalışmasındaki sosyal medyanın kullanımı ile geleneksel medyaya göre daha düşük maliyetle daha geniş bir kitleye ulaşabilmesi görüşü ile örtüşmektedir.

Katılımcılar dijitalleşme sürecindeki hizmetlerin bireyleri ilgilendiren kısımdaki avantajları değerlendirdiğinde müşterilerin bilgiye kolay erişimi, geniş ürün yelpazesi, satış sonrası oluşabilecek şikâyetler için kolay iletişim, zaman tasarrufu, hizmet satın almak için şirket lokasyonuna fiziksel olarak gitmeye gerek olmaması, ödeme kolaylığı, tüm işlemlerin internette ya da uygulamalarla hızlı bir şekilde yapılabilmesini ifade etmiştir. Bu bulgular Güzel ve Başaran (2019)'ın makale çalışmasındaki bulgular ile benzerlik göstermektedir. Ayrıca katılımcılar durumu dezavantaj olarak değerlendirildiğinde müşterilerin güven sorunu yaşayabileceklerini, dolandırma endişesi içerisinde olabilecekleri ve platformlardaki hizmetlerle ilgili olumsuz yorumların etkisinde kalabileceklerine yönelik ifadelerde bulunmuştur.

Bu çalışmaya A gurubu seyahat acentalarındaki üst düzey yöneticiler ve işletme sahipleri dahil edilmiştir. İleride bu tür araştırmalar farklı sektörlerde yürütülerek sektörel karşılaştırmalar yapılabilir. Bu araştırma nitel araştırma yöntem kullanılmıştır. Yapılması planlanan diğer araştırmalarda araştırmacılar nicel araştırma yöntemini tercih edebilirler. Dijitalleşme konuları ile ilgili uzman olan akademisyenler, turizm işletmeleri çalışanlarına yönelik eğitim ve seminerler düzenleyebilir.

#### KAYNAKÇA

Bonvin, J. L. (2003). Hotels | A Brief History. 02 22, 2021 tarihinde <https://www.hospitalitynet.org/opinion/4017990.html> adresinden alındı

Buhalis, D. (1998). Strategic Use of Information Technologies In The Tourism Industry. *Tourism Management*, 19(5), 409-421.

Celayir, D. ve Celayir, Ç. (2020). Dijitalleşmenin Denetim Mesleğine Yansımaları. *Avrasya Sosyal ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 7(6), 128-148.

Çakmakçı, E. (2012). Bilgi Teknolojisi Kullanımının Otel Performansı Ve Verimliliğine Etkisi. *Verimlilik Dergisi*, (4), 47-66.

Erturhan Işkın, H. (2022). Otel işgörenlerinin işleri ile ilgili sorunlarına yönelik bir araştırma; sivas örneği, *Sivas İnterdisipliner Turizm Araştırmaları Dergisi*, 5(1), 165-174.

Erturhan Işkın, H. (2023). Konaklama işletmeleri yöneticilerinin nitelikleri, yetkinlikleri ve yönetim beceri düzeyleri üzerine bir araştırma, *Sivas İnterdisipliner Turizm Araştırmaları Dergisi*, 6(2), 137-148.

Fontana, A., and Frey, J. (1994). Interviewing: The Art of Science. *Handbook of Qualitative Reserach*, (N. Denzin ve Y. Lincoln, Dü), 361 - 376.

- Gartner. (2020). Digitalization. <https://www.gartner.com/en/information-technology/glossary/digitalization> adresinden 29.09.2022 tarihinde alınmıştır.
- Gegez, A. E. (2007). *Pazarlama Araştırmaları*. İstanbul: Beta Yayıncılık.
- Gökdemir, S. ve S. Erdem, S. H. (2017). Seyahat Acentalarında İnternet Kullanımı ve Sosyal Medya. *ÇOMÜ Uluslararası Sosyal Bilimler Dergisi*, 2(3), 23-38.
- Güzel, T. ve Başaran, Y. (2019). Turizmde Kullanılan Mobil Uygulamalar ve Müşteri Deneyim Etkileşimi. *Sivas Interdisipliner Turizm Araştırmaları Dergisi*(4), 15-32.
- Hazarhun, E. (2022). *Dijital Dönüşüm Sürecinin Turizm Sektörüne Yansımaları: Akıllı Turizm Teknolojileri Kullanımına Yöneli Bir Araştırma*. Doktora Tezi. Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.
- Karagöz, Y. (2019). *Bilimsel Araştırma Yöntemleri ve Yayın Etiği* (Güncellenmiş ve Geliştirilmiş 2. Basım). Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.
- Kimes, S. E. (2008). The role of Technology in Restaurant Revenue Management. *Cornell Hospitality Quarterly*. 49(3), 297-309.
- Kinsiz, D. (2017). Sosyolojik Bir Araştırma Yapan Nitel Araştırmacıyı Bekleyen Zorluklar. *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, (48) 242-248.
- Klein, M. (2020). İşletmelerin Dijital Dönüşüm Senaryoları-Kavramsal Bir Model Önerisi. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 19(74), 997-1019.
- Konstantinou, J. K. (2016). Digitization of European SMEs in Tourism and Hospitality: The Case of Greek Hoteliers. *World Academy of Science, Engineering and Technology International Journal of Social and Tourism Science*, 10(5), 1558-1562.
- Kozak, N. (2014). *Turizm Pazarlaması*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Kupiainen, J. (2006). Translocalisation Over the Net: Digitalisation, Information Technology and Local Cultures in Melanesia. *E-learning and Digital Media*, 3(3), 280-287.
- Kurgun, A., Kurgun, H. ve Güripek E. (2007). Turizm Pazarlamasında Küresel Dağıtım Sisteminin Stratejik (Global Distribution System- GDS) Stratejik Rolü. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 9(1). 262-274.
- Kümbetoğlu, B. (2005). *Sosyolojide ve Antropolojide Niteliksel Yöntem ve Araştırma*. İstanbul: Bağlam Yayıncılık.
- Mil, Z. ve Özdoğan, O. (2015). Konaklama İşletmelerinde Teknoloji. *İşletme Fakültesi Dergisi*, 16(1), 47-81.
- Oracle. (2018). What is a Hotel Property Management System (PMS)?. <https://www.oracle.com/tr/industries/hospitality/what-is-hotel-pms.html> adresinden 22.02.2021 tarihinde alınmıştır.
- Parviainen, P., Tihinen, M., Käriäinen, J. and Teppola, S. (2017). Tackling The Digitalization Challenge: How To Benefit From. *International Journal of*, 5(1), 63-77.
- Sarı, Y. ve Kozak, M. (2005). Turizm Pazarlamasına İnternetin Etkisi: Destinasyon Web siteleri İçin Bir Model Önerisi. *Akdeniz İİBF Dergisi*, 5(9), 248 - 271.

- Sarıyer, K. G. (2013). *Halkla İlişkiler Yönetiminde Dijital Dönüşüm*. Yüksek Lisans Tezi, Kadir Has Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Scientu. (2022). Dijitalleşme Nedir?. <https://scientu.net/dijitallesme-nedir/> adresinden 29.09.2022 tarihinde alınmıştır.
- TDK. (2019). Türk Dil Kurumu Türkçe Sözlük. <https://sozluk.gov.tr/> adresinden 20.09.2022 tarihinde alınmıştır.
- Türkay, B. (2021). *Akıllı Teknolojilerin Turizm İşletmelerinin Dijitalleşmesinde ve Tüketici Davranışlarındaki Rolü*. Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Türnüklü, A. (2000). Eğitimbilim Araştırmalarında Etkin Olarak Kullanılabilecek Nitel Bir Araştırma Tekniği: Görüşme. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi*, 24(24), 543-559.
- TÜRSAB. (2019). *Turizm Sektörü Dijitalleşme Yol Haritası, Seyahat Acentaları Dijital Dönüşüm Raporu*. İstanbul: Türkiye Seyahat Acentaları Birliği.
- TÜRSAB Akademi. (2019). *Turizme Giriş Seyahat Acentacılığı ve Tur Operatörlüğü*. Türsab Akademi.
- Ural, A. ve Kılıç, İ. (2006). *Bilimsel Araştırma Süreci ve Spss İle Veri Analizi*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Werthner, H. and Klein, S. (1999). *Information Technology and Tourism: A Challenging Relationship*. Springer-Verlag, Wien.
- Yağar, F. ve Dökme, S. (2018). Niteliksel Araştırmaların Planlanması: Araştırma Soruları, Örneklem Seçimi, Geçerlik ve Güvenirlik. *Gazi Sağlık Bilimleri*, 3(3), 1-9.
- Yetkin, Y. (2019). *Konaklama İşletmelerinde Dijitalleşme Ve Dijitalleşmenin Sürdürülebilir Turizm İle İlişkisi*. Yüksek Lisans Tezi, Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Van.
- Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2016). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Yolal, M. (2003). Türkiye'deki Küçük ve Orta Büyüklükteki Konaklama İşletmelerinde Bilgi Teknolojileri Kullanımı. *Anadolu Üniversitesi Doktora Tezi*. Eskişehir. Anadolu Üniversitesi Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı.



ISSN: 2651-2742

2024 - Cilt: 7 Sayı: 2

Sayfa: 243-261

Dergi Web Sitesi: <http://sita.cumhuriyet.edu.tr/tr/>

Gönderilme Tarihi: 17.12.2024

Kabul Tarihi: 24.12.2024

Araştırma Makalesi (Research Article)

**TÜRKİYE’DE VE İRAN’DA YAŞAYAN YEREL HALKIN “TURİZM”  
KAVRAMINA YÖNELİK BAKIŞ AÇILARININ FENOMENOLOJİK BİR  
YAKLAŞIMLA KARŞILAŞTIRMASI**

**A Phenomenological Comparison Of The Perspectives Of Local People Living In Turkey And Iran  
Towards The Concept Of “Tourism”**

**İbrahim AFŞİN\***

Sivas Cumhuriyet Üniversitesi  
Sosyal Bilimler Enstitüsü

**Mustafa IŞKIN**

Sivas Cumhuriyet Üniversitesi  
Turizm Fakültesi

**Hakan KOÇ**

Sivas Cumhuriyet Üniversitesi  
Turizm Fakültesi

**Adem UZUN**

Sivas Cumhuriyet Üniversitesi  
Eğitim Fakültesi

**ÖZ**

Turizm araştırmalarında sıkça kullanılan kavramlar arasında yer almasına rağmen turizm kavramı ve algısı, çeşitli şekillerde anlaşılmaktadır. Turistler, destinasyonlar etrafında algılar oluşturur ve bu algılar, kişinin gelecekteki seyahat planlarını düşünürken muazzam bir etki taşır. Turizm endüstrisinin gelişimi için bu algıların gücünün farkına varılması önem arz etmektedir. Fenomenoloji, turistlerin zengin tanımlarını ve algılarını ele almak ve anlamak için uygun bir yöntemdir. Bir insanın dünyayı görebileceği farklı yolların tanınmasını sağlayan Fenomenoloji desenini temel metodolojik çerçeve olarak kullanan bu çalışmanın amacı, iki turizm bölgesi olan Türkiye ve İran ülkelerinde yaşayan yerel halkın turizme bakış açısının temellerini betimsel analiz yöntemiyle bulmaktır. Görüşmeler, fenomenolojik sorular oluşturularak ölçüt (kriter) örneklem yöntemiyle 100 katılımcı Türkiye’den ve 100 katılımcı İran’dan seçilerek katılımcılara ‘Turizm denince aklınıza gelen ilk beş kavram nedir?’ ve ‘Turizm...gibidir.’ soruları yöneltilmiştir. Görüşmelerin ardından toplanan metaforlar 7 kategori altında toplanmıştır. Kategoriler doğrultusunda iki ülkenin de yerel halkının turizmi en çok ekonomik olarak algıladıkları, doğal unsurları ile anımsadıkları, toplumsal ve sosyal bir ilişki içerisinde düşündükleri sonucuna ulaşılmıştır.

**Anahtar Kelimeler:** Turizm, Fenomenoloji, Yerel Halk, Metafor, Karşılaştırma

\* Sorumlu Yazar; [ibrahimafsintc@gmail.com](mailto:ibrahimafsintc@gmail.com)

**Önerilen Atıf:** Afşin, İ., Koç, H., Işkın, M. ve Uzun, A. (2024). Türkiye’de ve İran’da Yaşayan Yerel Halkın “Turizm” Kavramına Yönelik Bakış Açılarının Fenomenolojik Bir Yaklaşımla Karşılaştırması, Sivas İnterdisipliner Turizm Araştırmaları Dergisi, 7(2), 243-261

## ABSTRACT

Although it is among the concepts frequently used in tourism research, the concept and perception of tourism is understood in various ways. Tourists form perceptions around destinations, and these perceptions carry tremendous influence when considering one's future travel plans. It is important to realize the power of these perceptions for the development of the tourism industry. Phenomenology is a convenient method to address and understand the rich definitions and perceptions of tourists. The purpose of this study, which uses the Phenomenology pattern as the basic methodological framework, which enables the recognition of the different ways a person can see the world, is to find the basis of the tourism perspective of the local people living in the two tourism regions of Turkey and Iran, with the method of descriptive analysis. In the interviews, phenomenological questions were created, 100 participants were selected from Turkey and 100 participants from Iran by criterion sampling method, and the participants were asked 'What are the first five concepts that come to mind when you say tourism?' and 'Tourism is like...' were asked. The metaphors collected after the interviews were grouped under 7 categories. In line with the categories, it has been concluded that the local people of both countries perceive tourism mainly as economical, remember it with its natural elements, and think in a societal and social relationship.

**Keywords:** Tourism, Phenomenology, Local People, Metaphor, Comparison

## 1. GİRİŞ

Türkiye ve İran, 20. Yüzyıldan itibaren barış içerisinde yaşamış, dini, sosyal, kültürel ve coğrafi açıdan birbirine benzeyen iki kardeş ülkedir. Turizm sektöründen yeterince faydalanılabilmesi için İran’la olan ikili ilişkilerin geliştirilmesine odaklanılmaktadır. İran ve Türkiye birbirine sadece dış turizm değil aynı zamanda kâr elde edebilen bir yatırım kaynağıdır (Akengin ve Sonakalan, 2020). Karşılaştırma yapılan iki ülkenin seçilmesindeki esas unsurlardan olan turizm ilişkisi uzun bir süredir devam etmektedir. Pandemi öncesi dönem olan 2019 yılı turist verilerine baktığımızda, Türkiye’ye gelen ziyaretçi sayısı bakımından İran 5. Sırada yer almaktadır. 2019 yılında Türkiye’ye gelen milletlerine göre yabancı ziyaretçilere bakıldığında, Rusya Federasyonu, Almanya, Bulgaristan, İngiltere ve İran Türkiye’ye en çok giriş yapan 5 ülke arasındadır. 2016 yılında 1 milyon 665 bin 160 ziyaretçi ile başlayan bu süreç 2019 yılında 2 milyon 102 bin 890 ziyaretçi ile Türkiye sınırlarında devam etmektedir. İran’dan gelen turistlerin 2019 yılında kullandıkları taşıtlar değerlendirildiğinde; deniz taşıma aracını kullanan üç bin 680 kişi, hava aracını kullanan 1 milyon 197 bin 180 kişi, kara aracını kullanan 866 bin 63 kişi ve tren aracını kullanan ise sekiz bin 20 kişi olduğu görülmektedir. Aynı zamanda İran, Türkiye’ye giriş yapan Batı Asya ülkeleri arasında 10 ülke içerisinde 2 milyon 102 bin 890 kişi ile 1. Sırada yer almaktadır. Türkiye’den İran’a giden turist sayılarında da pek tabii artış görülmektedir yıllar içerisinde. 2019 yılında 436 bin 320 kişi ile en çok turist giden yabancı ülkeler arasında 4. Sırada yer almaktadır ve bu sayı 2019 yılında 436 bin 320 ziyaretçi haline gelmiştir (data.tuik.gov.tr, 2022; Birbirine benzeyen bu iki ülke arasındaki benzerlikler ve köprüler göz önüne alındığında turist sayıları ile turizm aktivitesi gibi unsurların benzerlik göstermesi karşılaştırma yapılmasına olanak sağlamıştır.

Dış turizm hareketlenmeleri, iç turizm hareketlenmelerinden daha fazla olması bölgesel ve ekonomik dengesizler yaratmaktadır. Fakat iç veya dış turizm olması farketmeksizin bulunduğu ortama sosyal, kültürel, ekonomik ve çevresel faydalar da sağlamaktadır. Gelişen

günümüz dünyasında kitle turizminin (deniz,kum,güneş) dışına çıkılarak alternatif turizm çeşitleri ortaya çıkmaya başlamıştır. Bununla birlikte iç turizm piyasasında hareketlenmeler ile organize turlar düzenlenmekte ve yerel halkın turizme katılımı desteklenmekte, yerli turistlerin önemi bir hayli artmıştır (Güzel, 2011).

Turizmin bir çok disiplin alanında gelişimi beraberinde olumlu ve olumsuz etkiler de getirebilmektedir. Turizmin gelişiminde önemli bir payasahip olan yerel halk, turizme destek sağlamadığı takdirde turizmin gelişememiş olduğu ve turizmin sürdürülemediği görülmektedir (Özdamar ve Çakıcı, 2021). Bir bölgede turizmin gelişimi için gerekli olan doğal çevre ve insan faktörüdür. Kültürden ve doğal kaynaklardan beslenen turizm, yerel halktan gereken desteği sağlayamadığı taktirde gelir dengesi de bozulacaktır. Yerel halkın olumlu ve pozitif bakış açısı sağlamak turizmin gelişimini sağlamakta ve kalkınmaya destek olmaktadır (Şahbudak, 2017).

Günümüze kadar yapılmış olan yerel halkın turizm algılarını ölçme çalışmaları, yerel halkın turizme ekonomik yönden kalkınma için bir araç olarak gördüklerinden dolayı olumlu bir algıya sahip olduğu belirtilmektedir. Fakat, turizmi bölgesel ve yaşamsal farklılıklara göre düşünüldüğünde turizmin değişimi ile birlikte yerel halkın algısı da değişeceği öne sürülmektedir (Ertaş, 2019). Turizmin yayılmasında ve gelişiminde ortaya çıkan etmenlerin algılanma biçimlerini anlamaya ve belirlemeye çalışmak, yaşanan problemleri çözüme kavuşturmak mikro ölçekte şehirler ve bölgelerden başlayarak makro ölçekte bölgeler arasında, ülkeler arasında ve gelen turistlerin memnuniyet düzeyinde de etkili olmakla birlikte gelişimin ve kalkınmanın öncüsü olarak düşünülmelidir. Bu sebeplerden ötürü turizmin yerel halk tarafından algılanmasının; sosyal, kültürel, ekonomik ve çevresel tarafları ile olumlu ve olumsuz yönlü etkileri problemi son yıllarda önem verilen bir konu olmaktadır.

Yapılmış olan araştırmalar ışığında, literatürdeki bölgesel ve şehirlere yönelik yapılan turizm fenomenoloji çalışmalarının aksine uluslararası yerel halkın turizm kavramına yönelik algılarının ölçülmediği, iki ülkenin metaforlarının ortak özelliklerinin ve farklarının gözetilmediğinin eksikliği görülmüştür. Bu eksikliğin kapatılması açısından aşağıdaki sorulara yanıt aranacaktır:

- 1- İran’da ve Türkiye’de yaşayan yerel halkın turizme olan bakış açıları hangi metaforlar ile açıklanabilmektedir?
- 2- Yerel halkın İran ve Türkiye’ye yönelik metaforları hangi ortak özelliklerine göre gruplandırılabilir?
- 3- İran’da ve Türkiye’de yaşayan yerel halkın turizm kavramına yönelik metaforların ortak özellikleri ve farkları nelerdir?

## 2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Metaforun açıklamasına bakıldığında, iki farklı nesnede ortak bir nitelik algılayan ya da aralarında onları birbirine benzeten bir ilişki yaratan zihnin, birini diğerine uygun ya da ona ait olan bir terimle adlandırdığını Sadock, J. (1993) belirtmektedir. Sosyoji, psikoloji ve eğitim gibi disiplinlerde sıkça kullanılan metafor, çevrede olup bitenleri anlamlandırmak ve algılamak için zihnin haritasını çizme aracı olarak kullanılmakta ve gözle görünenin dil ile anlatılması olarak belirtilmektedir (Uyan Dur, 2016). Tam olarak ifade edilemeyen olay, olgu veya kavramları yardımcı kelimeler ise ana konuya vurgu yaparak zihinde birleştirmek metaforun fonksiyonlarından birisidir. Dili daha iyi kavramak için karmaşık gelen bir kavram,



daha basitleştirilerek açıklanmaktadır (Güneş ve Fırat, 2016). Zihninde algılanan metaforun en önemli özelliğinin uzun süre akılda kalması ve insanların ömrü boyunca kavramlar arasında kurulan bağlar sayesinde somut kalabildiği vurgulanmaktadır (Güven, Yıldırım, ve Çelen, 2015). Metaforlar, gerçek tanımlarından farklı bir şey ifade eden kelimelere veya ifadelere değindiren bir mecazi dil biçimidir. Metafor kullandığımızda, iki nesnenin özdeşleşmesi veya kaynaştırılmasıyla her ikisinin de özelliklerine sahip yeni bir varlık ortaya çıkarılmaktadır.

Uluslararası etkileşimlerin en önemli konularından birisi olan turizmin içerisinde birçok disiplini ve olguyu barındırdığı için çeşitli tanımları yapılmaktadır. Ulaşım, hukuk ve ekonomik sistemleri ile iklim değişikliğinin yol açtığı devinim hareketleri ülkeler arası katılımcılara yol açmıştır. En başta Uluslararası Turizm Örgütü tanımına bakılacak olursa, insanların iş veya kişisel sebepleri ile buldukları çevrenin dışına çıkmasını sağlayan sosyal, ekonomik ve kültürel bir olgu, tanımının yapıldığı görülmektedir (unwto.org, 2022). Turizmin yaşama katkılarına bakıldığında; ekonomik, sosyal, kültürel ve çevresel etkileri olduğu görülmektedir (tursab.org.tr, 2022). Turizmin toplumun yararına olan faydalarının arasında istihdamı arttırdığı, bölgenin ulaşım, eğlence, sosyal alanlarda kalkınmasını sağladığı ve ekonomik gelirleri arttırdığı görülmektedir (Korkmaz ve Korkmaz, 1990). Turizmin ekonomik etkisinin yaygınlaştığı ve katkıları makro ölçekte gayet önemli olduğu, aynı zamanda mikro ölçekte bölgesel farklılıklara da sahip olduğu ve bu sayede farklı turizm türleri ortaya çıkardığı bilinmektedir (Somuncu, 2006). Kitle turizmine alternatif olarak ihtiyaçlar doğrultusunda ortaya çıkan alternatif turizm, yerel halk ile turist arasında daha çok etkileşim sağlamakta, yerel ve geleneksel ürünlerin bilinirliğinin yayılmasında ve sürdürülmesinde avantajlar sağlarken, neredeyse her bölgede görülebilmektedir (avys.omu.edu.tr, 2022). Mikro veya makro ölçekte olsun, bölgesel veya ülkesel anlamda olsun, turizm kalkınma için döviz alışverişine katkı sağlamakta ve ihracatı çeşitlendirmektedir (Çeken, 2008). Yerel halkın turizm geliştirme sürecinin içerisinde bulunması, sorunlar hakkında görüş ve önerileri alınması ile birlikte fikir alışverişi içerisinde olması, gelecekteki turizm gelişimini teşvik etmesi yönünden önem arz etmektedir. Böylece yerel halk karar merkezini etkileyebilmekte ve kendilerini turizmin bir parçası olarak hissedebilmektedir.

(Karakaş ve Şengün, 2017). Turizm kavramını yerel halk açısından değerlendirmiş olduğu çalışma incelendiğinde, son yıllarda yapılan çalışmaların daha spesifik ya da bölgesel olduğu görülmektedir. Yapılmış olan alan yazından yola çıkılarak yapılmış çalışmalar hakkında verilen bilgilere göre,

(Özder, Kaya, ve Ünlü, 2012), Karabük ilinde yer alan ortaokul öğrencilerine yönelik yapılmış olan araştırmalarında, “Turizm...gibidir. Çünkü...” ifadesini tamamlamaları istenmiştir. 115 adet öğrenciye 44 adet metafor aracılığı ile 5 adet kategori ortaya konulmuştur. Ortaya konulmuş olan kategoriler “klasik bir algı, tarihi ve kültürel değer, yabancı ülke unsurları, finansal açıdan turizm ile mekan ve maddi unsurlar” olarak bulunmuştur.

(Şahin, Tezcan, ve Bekci, 2018), İstanbul iline ziyarete gelen 30 yerli turiste yönelik yapılmış olan çalışmalarında, Turizm bana...ifade etmektedir. Çünkü...” ifadesini tamamlamaları istenmiştir. 22 metafor ile 4 adet “Duygular, Tarih ve Kültürler, Toplum ile Çevre” ile ilgili kategorileri elde edilmiştir.

(Oğuzbalaban, 2019), Karadeniz, Ereğli’de yaşayan yerel halktan 220 adet kişiye yönelik yapılmış olan araştırmada, “Turizm...gibidir. Çünkü...” ifadesini tamamlamaları istenmiştir

ve 45 adet metafordan yola çıkılarak “Klasik, Ekonomik, Tarihi ve Kültürel, Mekan ve Doğa, Yenilik, Canlı ve Cansız Varlık” algıları ortaya çıkararak 5 adet kategori oluşturulmuştur.

(Ertaş, 2019), Şırnak ilinde yaşayan yerel halktan 180 kişiye ulaşılmış olup, “Turizm...gibidir. Çünkü...” ifadesini tamamlamaları istenmiştir. 251 adet metafor üretilerek 7 kategori “Ekonomik, Sosyo-Kültürel, Duygusal, Geleneksel, İlişkisel, Çevresel, Alternatif” algılar adı altında toplanmıştır.

(Köşker, 2021), Bitlis ilinin Ahlat ilçesinde yaşayan yerel halka yönelik gerçekleştirilen çalışmada, 100 katılımcıdan “Turizm...gibidir. Çünkü...” ifadesini tamamlamaları istenmiştir. 57 adet metafor ile 6 adet kategori oluşturulmuştur. Algılar ile ilgili olarak oluşturulan kategoriler, “Tarihi ve Kültürel, Sanatsal, Duygusal, Mekansal, İlişkisel Alternatif” oluşturulmuştur.

(Gün ve Kılıç, 2021), Siirt’te yaşayan yerel halk içerisinde 150 adet katılımcıdan “Turizm...gibidir. Çünkü...” ifadesini tamamlamaları istenmiştir. Elde edilen 120 adet metafordan 6 adet “Ekonomik, Tarihi ve Kültürel, Duygusal, Klasik, Canlı ve Somut Varlık, Cansız ve Soyut Varlık” kategorileri oluşturulmuştur.

### 3. YÖNTEM

Araştırma probleminin nihai amacı, bilimsel araştırmanın gerçekleştirilmesine sebep olan konu olarak ifade edilmektedir (Creswell, Hanson, Clark Plano ve Morales, 2007). Bu fenomenolojik araştırmanın amacı Türkiye’de yaşayan yerel halktan 100 kişi ve İran’da yaşayan yerel halktan 100 kişinin “turizm” kavramı ile ilgili düşüncelerini, algılarını, metaforlarını, anlamak, derinlemesine incelemek ve tanımlamaktır.

Yapılmış olan bu araştırma kapsamında nitel araştırma yöntemlerinden biri olan fenomenoloji (olgubilim) deseninden yararlanılmıştır. Fenomenoloji sıradan hayatta karşılaşılan, farkında olunan ancak anlamlandırılmayan durumların ve olguların daha iyi anlaşılması için araştırma yapılması olarak açıklanmaktadır (Melike ve Uğuz Arsu, 2020) Fenomenolojinin amacı, genel gerçeklere ulaşmaktansa bireylerin edinmiş oldukları öznel tecrübeleri kendi bilinçlerinde nasıl ifadelendirdiğine ulaşmaktır (Bakanay ve Çakır, 2016). Fenomenoloji deseni kullanan araştırmacı, incelemek istediği olgu veya olayın “ne olduğu”, “nasıl olduğu”, “ne anlama geldiğini” öğrenmek amacıyla için araştırma yapacaktır (Çelik, Başer Baykan, ve Kılıç Memur, 2020). Aynı zamanda insanların yaşadığı deneyimlerin bilgi edinme kaynağı olarak kişinin zihnini çeşitli deneyimlere açmasının önemini açıklamayı amaçlamaktadır. Herhangi bir fenomenin kendi deneyimi ya da çevremizde olan her şey deneyimleme ve bilinçli olma süreciyle ilgili olduğundan farklı olamamaktadır.

Örneklemin kaliteli ve hedef evreni temsil kabiliyeti olup olmadığı, onun nasıl seçildiğine yani örnekleme yöntemine bakılarak anlaşılabilir. Nitel araştırmaların temelinde iki örneklem olan olasılıklı ve olasılıksız örneklem yer almaktadır. Yapılmış olan araştırmada amaçlı örneklem tekniği içerisinde yer alan ölçüt (kriter) örnekleme kullanılmıştır. Amaçlı örnekleme kısıtlı kaynaklardan en etkili şekilde yararlanmak için zengin bilgili vakaların saptanması ve seçilmesi için yaygın kullanılan bir tekniktir. Seçilen amaçlı örneklem yöntemi araştırılan konu hakkında yetkin ve tecrübeli bireylerin seçilmesini içermektedir. Amaçlı örneklemin amacı genelleme üzerinden araştırmak değil, anlam üzerine odaklanmakta bu yüzden zengin bilgi kaynağı durumlarını seçmektedir (Yağar ve Dökme, 2018). Amaçlı örneklem çeşitlerinden ölçüt (kriter) örneklem ise araştırmacının belirlediği kriteri karşılayan ölçütler belirlenmektedir. Belirlenmiş olan ölçütlerin özelliğini gösteren olgu ve olaylar derinlemesine

bir analiz yapılmaktadır (Baltacı, 2018). Turizm çalışanı veya turizm sektöründe olmayan olmayan yerel halktan 100 kişinin Türkiye ve 100 kişinin İran’dan seçilmesi ölçüt örneklem seçilmesinin sebebidir.

Bireylerin yaşadıkları tecrübelerin tespit edilip veri toplanarak incelenmesi, nitel araştırmaların veri toplamadaki nihai amacıdır. Veri toplama yöntemlerinde gözlem ve görüşme yöntemleri sıklıkla kullanılmaktadır. Çalışmanın amacına uygun olan yöntem, Veri toplama yöntemlerinden olan görüşme yöntemidir. Bireylerin geçmişte, şu anki yaşadığı zamanda veya gelecek zamanla ilgili davranışları, tutum ve görüşleri ile ilgili bilgi almak amacı görüşme yönteminin esasıdır. Fenomenolojik çalışmalarda uygun görülen görüşme yöntemlerinden birisi yarı yapılandırılmış görüşmedir (Yıldırım ve Şimşek, 2011; Güler, Halıcıoğlu, ve Taşgın, 2013). Yarı yapılandırılmış görüşmenin amacı katılımcıların fenomenle ilgili deneyimlerini, hangi anlamları çağrıştırdığını ve özünü anlamaktır. Görüşme için katılımcılarla telefon ile iletişime geçilmiştir.

Araştırılmış olan çalışmada verilerin analizinde betimsel analiz yönteminden yararlanılmıştır. Betimsel analizin esas amacı, elde edilmiş olan verilerin belirlenmiş ölçütler sonucunda oluşturulan kategorilere göre özetlenmesi ve yorumlanması ile birlikte, bulguların okuyucuya özetlenmiş ve yorumlanmış bir şekilde aktarılmasıdır. Bulgular arasında neden-sonuç ilişkisi kurarak olgular arasında karşılaştırma yapılmaktadır (Özdemir, 2010). Türkiye ve İran yerel halkının turizm algılarını incelemek ve karşılaştırmak, kullanılan betimsel analiz yöntemine uygunluğunu ispat etmektedir.

#### 4. BULGULAR VE YORUMLAR

Türkiye ve İran’da yaşayan yerel halktan seçilen 100 kişiye yöneltilen “turizm...gibidir” ifadesini doldurmaları ve “turizm denince aklınıza gelen beş kelime nedir?” sorusuna yanıt vermeleri istenmiştir. Katılımcıların vermiş oldukları metaforların ortak özelliklerine göre gruplandırılmıştır. Yapılan literatür taraması sonucunda benzer çalışmalardan yola çıkılarak oluşturulan bu kategoriler literatürde yer alan diğer çalışmalarda yer alan metaforlar ile ortak özellik gösterdiği için kategorilerin alınmıştır. “Klasik Algı, Tarihi ve Kültürel Algı, Ekonomik Algı, Duygusal Algı, Doğa ve Çevre Algısı, Toplum Algısı, Sağlık Algısı” kategorileri oluşturulmuştur. (Ertaş, 2019; Gün ve Kılıç, 2021; Köşker, 2021; Özder ve ark., 2012; Şahbudak, 2017; Şahin ve ark., 2018).

**Tablo 1.** Türkiye Yerel Halkının “Turizm Denince Akla Gelen Beş Kelime” Sorusu İçin Oluşturulan Metaforlar Ve Kategoriler

Kategoriler	Metaforlar	Metafor Sayısı (n)	Metafor Frekansı (f)
1. Klasik Algı	Gezmek(20), Tatil(19), Dinlenme(18), Seyahat (12), Kamp(10), Yolculuk(8), Kayak(8), Güneşlenmek(4), Boş Zaman(3), Gezi(3), Bronzlaşmak(2), Görmek(1), Tatil Yapmak(1), İş(1), Yol(1), Animasyon(1), Bikini(1),	17	113
2. Tarihi ve Kültürel Algı	Kültür(14), Bira(12), Tarihi Yerler(7), Yemek(6), Tarih(3), Lezzet(3), Gastronomi(3), Farklı Kültür(2), Konser(2), Müzik (2), Öğrenmek(2), Manastır(1), Roma(1), Yöresel Çilek(1), Dondurma(1)	15	60
3. Ekonomik Algı	Para(10), Trivago(8), Döviz(3), Acente (3), Euro(2), Tur(2), Yat(2), Jet Ski(2), Alışveriş(2), Bilet(1), Finans(1), Hazine(1), Kur(1), Para Harcamak(1), Hediyelik Eşya(1), Doğu Ekspresi(1), Gemi(1), Gemi Turu(1), Araba(1), Uçak Yolculuğu(1), Yabancı Sermaye(1),	21	46

<b>4. Duygusal Algı</b>	Eğlence(28), Mutluluk(8), Huzur(4), Rahatlık(2), Keşfetmek(2), Deneyim(2), Merak(1), Rahatlamak(1), Sakinlik(1), Farklı Deneyim(1)	<b>10</b>	<b>50</b>
<b>5. Doğa ve Çevre Algısı</b>	Deniz(40), Otel(28), Güneş(24), Kapadokya(10), Kum(8), Antalya(7), Sahil(5), Havuz(4), Yaz(4), Müze(4), Muğla(3), İzmir(2), Paraşüt(2), Akdeniz(1), Dalgalar(1), Günbatımı(1), Kış(1), Okyanus(1), Palmiye Ağacı(1), Yakamoz(1), Sıcak (1), Konaklama(1), Konyaaltı(1), Kumsal(1), Pansiyon(1), Plaj(1), Yazlık (1), Örenyeri (1), Farklı Yerler (1), Şezlong(1)	<b>30</b>	<b>150</b>
<b>6. Toplum Algısı</b>	Yabancı(3), Rehber (3), Pasaport(2), İzin(2), Alman(1), Arap(1), Rusya(1), Yabancı Devletler (1), Yabancı Dil(1), Yabancı Turist(1), Yabancı Ülke(1), Arkadaş(1), Etkileşim(1), Grup(1), Kalabalık (1), Farklı Ülkeler(1), Vize(1)	<b>17</b>	<b>23</b>
<b>7. Sağlık Algısı</b>	Sağlık(1), Terapi(1), Meditasyon (1), Psikolog (1), Anti-depresan (1), Güneş Kremi (1), İlaç (1)	<b>7</b>	<b>7</b>
<b>TOPLAM</b>		<b>117</b>	<b>500</b>

Tablo 1’e bakıldığında Türkiye’de yaşayan yerel halktan 100 kişinin turizm denince akla gelen beş kelime sıralanmış ve gruplandırılmıştır ve 117 metafor adedi oluşturulmuştur.

“*Klasik Algı*” kategorisi içerisinde 17 metafor adedi ve 113 metafor frekansı elde edilmiş, katılımcıların verdiği cevaplar doğrudan eklenmiştir. Elde edilen cevaplar ise, “*Gezmek, Tatil, Dinlenme, Seyahat, Kamp, Yolculuk, Kayak, Güneşlenmek, Boş Zaman, Gezi, Bronzlaşmak, Görmek, Tatil Yapmak, İş, Yol, Animasyon, Bikini,*” olarak bulunmuştur. “*Tarihi ve Kültürel Algı*” kategorisi içerisinde 15 metafor adedi ve 60 metafor frekansının cevapları “*Kültür, Bira, Tarihi Yerler, Yemek, Tarih, Lezzet, Gastronomi, Farklı Kültür, Konser, Müzik, Öğrenmek, Manastır, Roma, Yöresel Çilek, Dondurma*” elde edilen cevaplar ise, Türkiye’de kitle turizminden ziyade paket turlar, kültür turları ve alternatif turizm çeşitlerinin yaygınlaşması, Türkiye’nin Anadolu’nun birçok uygarlığına ev sahipliği yapmış olması tarihi ve kültürel çağrışımları destekler niteliktedir. “*Ekonomik Algı*” kategorisi içerisinde 21 metafor adedi ve 46 metafor frekansı elde edilmiş, katılımcıların verdiği cevaplar doğrudan eklenmiştir. Elde edilen cevaplar ise, “*Para, Trivago, Döviz, Acente, Euro, Tur, Yat, Jet Ski, Alışveriş, Bilet, Finans, Hazine, Kur, Para Harcamak, Hediye Eşya, Doğu Ekspresi, Gemi, Gemi Turu, Araba, Uçak Yolculuğu, Yabancı Sermaye*” olarak bulunmuştur. Türkiye’yi ziyarete gelen yabancı turistlerin varlığının yerel halkta döviz ve Euro birimlerini çağrışım yaptırdığı düşünülmektedir. “*Duygusal Algı*” kategorisi içerisinde 10 metafor adedi ve 50 metafor frekansı elde edilmiş, katılımcıların verdiği cevaplar doğrudan eklenmiştir. Elde edilen cevaplar ise, “*Eğlence, Mutluluk, Huzur, Rahatlık, Keşfetmek, Deneyim, Merak, Rahatlamak, Sakinlik, Farklı Deneyim*” olarak bulunmuştur. “*Doğa ve Çevre Algısı*” kategorisi içerisinde 30 metafor adedi ve 150 metafor frekansı elde edilmiş, katılımcıların verdiği cevaplar doğrudan eklenmiştir. Elde edilen cevaplar ise, “*Deniz, Otel, Güneş, Kapadokya, Kum, Antalya, Sahil, Havuz, Yaz, Müze, Muğla, İzmir, Paraşüt, Akdeniz, Dalgalar, Günbatımı, Kış, Okyanus, Palmiye Ağacı, Yakamoz, Sıcak, Konaklama, Konyaaltı, Kumsal, Pansiyon, Plaj, Yazlık, Örenyeri, Farklı Yerler, Şezlong*” olarak bulunmuştur. Türkiye’nin batısında yer alan Ege bölgesindeki Muğla ile İzmir ve Akdeniz bölgesindeki Antalya ili ve Konyaaltı ilçesi Türkiye’nin en turistik ve kıyı turizmi gerçekleşen bölgelerindedir. Kapadokya (Güzel Atlar Diyarı) İç Anadolu Bölgesinde yer alan Türkiye’nin doğal oluşumlu peri bacalarının yer aldığı bir konumdur. Hem turistik olması hem de otel sayısının ve Türkiye



	Türkiye’nin Petrolü(1), Reklamcılık(1), Zenginlik(1), Üreten Makine(1), Hazine(2), Gelişmişlik(1)		
<b>Duygusal Algı</b>	İhtiyaç(3), Eğlence(2), Gülyüz(1), Merak(1), Mutlu Olmak(1), Sevgi(1), Yaşamak(1), Çocuk Sevgisi(1), Huzur (1), Hayat(1), Rahatlık(1), Eğlence Haritası(1), Yaşamın Bir Parçası(1), Temel İhtiyaç(1), Canlılık(1), Bakış Açısı(1), Farklılık(1), Yenilik(1), Yeniliğe Açık Kapı(1)	19	22
<b>Doğa ve Çevre Algısı</b>	Mis Gibi Kokan Doğa(1), Uçsuz Bucaksız Bir Orman(1), Dünya(1), Bir Deniz(1), Tatil Kenti(1)	5	5
<b>Toplum Algısı</b>	Özgürlük (3), Arkadaş(2), İnsanlar(1), Ayakkabı(1), Can Simidi(1), Mozaik(1), Puzzle Son Parçası(1), Ülkeler Arası Geçit(1), Ülkeler Arasındaki Köprü(1), Fotoğraf Karesi(1), Bir Ülkenin Bel Kemiği(1), Aile (1), Aile Olmak (1), Etkileşim(1), İnsanları Bir Araya Getiren Özel Bir Gün(1), Kaynaşma(1), Kocaman Bir Aile(1), Panayır(1), Sosyal (1), Sosyallik (1), Yeni Arkadaşlar Edinmek (1), Aktivite(1), Dayanışma(1)	23	26
<b>Sağlık Algısı</b>	İlaç(1), Terapi(1)	2	2
<b>Olumsuz Algı</b>	İstila(1)	1	1
<b>TOPLAM</b>		88	100

Tablo 2 incelendiğinde Türkiye’de yaşayan yerel halktan 100 kişinin turizm...gibidir sorusuna verdikleri cevaplar ve benzettikleri metaforlar sıralanmış ve gruplandırılmıştır, 117 metafor adedi oluşturulmuştur.

“**Klasik Algı**” kategorisi içerisinde 4 metafor adedi ve 5 metafor frekansı ile “*Dinlenmek, Seyahat, Keşfetmek, Deneyimli Rehber*” cevapları, “**Tarihi ve Kültürel Algı**” kategorisi içerisinde 17 metafor adedi ve 19 metafor frekansı ile “*Kalıntı, Kültür, Kültürel Bir Lokomotif , Kültürel Miras , Kültürleşme , Kültür Merkezi , Mağara, Tarihi Silüetler , Yabancı Dil, Sanat, Eğitim, Bilgi, Kitap, Şarkı Nakaratı, Yemek Çeşitliliği, Farklı Kültürleri Tanımak, Farklı Kültürleri Buluşturan Bir Bağ*” cevapları, “**Ekonomik Algı**” kategorisi içerisinde 17 metafor adedi ve 20 metafor frekansı ile “*Bacasız Sanayi , Ekonomi , Alışveriş , Bir Ülke İçin Geçim Kaynağı, Ekonomik Kalkınmanın Parçası, Finans , Hizmet Üreten Bir Sanayi, İstihdamın Önemli Bir Halkası, Para, Para Akışı , Petrol , Türkiye’nin Petrolü, Reklamcılık, Zenginlik, Üreten Makine, Hazine, Gelişmişlik*” cevapları, “**Duygusal Algı**” kategorisi içerisinde 19 metafor adedi ve 22 metafor frekansı ile “*Gülyüz, Merak, Mutlu Olmak, Sevgi, Yaşamak, Çocuk Sevgisi, Huzur , Hayat, Rahatlık, Eğlence, Eğlence Haritası, Yaşamın Bir Parçası, İhtiyaç, Temel İhtiyaç, Canlılık, Bakış Açısı, Farklılık, Yenilik, Yeniliğe Açık Kapı*” cevapları, “**Doğa ve Çevre Algısı**” kategorisi içerisinde 5 metafor adedi ve 5 metafor frekansı ile “*Mis Gibi Kokan Doğa, Uçsuz Bucaksız Bir Orman, Dünya, Bir Deniz, Tatil Kenti*” cevapları bulunmuştur. “**Toplum Algısı**” kategorisi içerisinde 23 metafor adedi ve 26 metafor frekansı ile “*İnsanlar, Ayakkabı, Can Simidi, Mozaik, Puzzle Son Parçası, Ülkeler Arası Geçit, Ülkeler Arasındaki Köprü, Fotoğraf Karesi, Bir Ülkenin Bel Kemiği, Aile , Aile Olmak , Arkadaş, Etkileşim, İnsanları Bir Araya Getiren Özel Bir Gün, Kaynaşma, Kocaman Bir Aile, Panayır, Sosyal , Sosyallik , Yeni Arkadaşlar Edinmek , Aktivite, Dayanışma, Özgürlük*” cevapları, “**Sağlık Algısı**” kategorisi içerisinde 2 metafor adedi ve 2 metafor frekansı ile “*Terapi, İlaç*” cevapları bulunmuştur. Aynı zamanda Olumsuz olarak algılanan bir kavram için olumsuz algısı eklenmiştir. Tek bir katılımcının vermiş olduğu “*İstila*” metaforu dikkat çekmektedir.



Şekil 2. Türkiye Yerel Halkının “Turizm...Gibidir” Sorusu İçin Kelime Bulutu

Tablo 3. İran Yerel Halkının “Turizm Denince Akla Gelen Beş Kelime” Sorusu İçin Oluşturulan Metaforlar Ve Kategoriler

Kategoriler	Metaforlar	Metafor Sayısı (n)	Metafor Frekansı (f)
<b>Klasik Algı</b>	Seyahat(14), Vize(11), Tatil(9), Gezmek(6), Turist(5), Tur (5), Voucher(5), Pasaport(5), Macera(4), Deneyim (4), Boş Zaman(4), Gezi(3), Kamp(3), Dinlenmek (3), Rezervasyon(3), Kimlik (2), Vakit(2), Dolaşmak(2), İran Gezisi(1), Keşif(1), Yüzme(1), Sırt Çantası(1), Başörtüsü(1), Kadın(1), Karizma(1), Uykusuzluk(1), Çocuk(1)	27	100
<b>Tarihi ve Kültürel Algı</b>	Yemek(12), Tarih(11), El Sanatları(4), Anıtlar(3), Kültür(3) Tarihi Binalar(3), Tarihi Yerler (2), Eski Yaşayışı(1), Kilise(1), Tarihi Camiler(1), Tarihi Eserler(1), Kültürün Tanıtımı(1), Sanat(1), Harita(1), Alkol(1), İçmek(1), Yöresel Yemekler(1), Şarap(1), Farklı Kültürler(1),	18	50
<b>Ekonomik Algı</b>	Para(17), Uçak(16), Döviz(9), Gelir(6), Bilet(5), Dolar(5), Alışveriş(4), Hediye(3), Ticaret(3), Trafik(3), Transfer(3), Tren(3), Yol(3), Yolculuk(3), İstihdam Yaratmak (3), İş (3), Ekonomi (2), Toplu Taşıma (2), Araba(2), İşletme (2), Altyapı (2), Bahşiş(1), Döviz Akışı(1), Para Harcama(1), Sanayi(1), Yatırım(1), Bisiklet(1), Otobüs(1), Tren(1), Hediyelik(1),	30	108
<b>Duygusal Algı</b>	Eğlence(23), Barış (8), Huzur(5), Güvenlik (5), Mutluluk(5), Gülümsemek (2), Hayat (2), Heyecan (2), Yaşam(2), Özgürlük (2), Anlayış(1), Aşk(1), Duygulu Anlar(1), Eğlenmek(1), Neşe(1), Sürpriz(1), Zevk(1), Rahatlık(1), Değişim(1), Fotoğraf(1), Güzellik(1), Hatıra(1), İnanç(1), İyi Ruh Hali(1), Olumlu Enerji(1), Refah(1), Su Eğlenceleri(1), Farklılık(1), Teknoloji(1), Yenilik(1)	30	76
<b>Doğa ve Çevre Algısı</b>	Otel(25), Müze(12), Doğa(11), Deniz(7), Orman(5), Havalimanı(5), Restoran(5), Konaklama(4), Kum(4), Çöl(4), Güneş(3), Yeni Yerler(3), Sahil(3), Antalya (2), Gümrük (2), İsfahan (2), Pansiyon (2), Paris (2), Bahar(1), Bahçe(1), Ekoturizm(1), Gece(1), Park(1), Safran(1), Yaz(1), Yeşillik(1), Avrupa(1), İranoloji(1), İstanbul(1), Kapalıçarşı(1), Lüks Oteller(1), Mashhad(1), Pazar(1), Tebriz(1), Terminal(1), Şiraz(1), Yeni Destinasyonlar(1),	120	37
<b>Toplum Algısı</b>	Rehber(6), Arkadaş (4), İletişim(4), Türkiye (2), Hizmetler (2), Aile(2), Grup (2), Kalabalık (2), Misafir (2), Yabancı (2), Dünya Görüşü(1), Unesco(1), Yabancı Turistler(1), Sınırlar(1), İnsanlık(1), Yol Arkadaşı(1), Konfor(1), Acente(1), Çevirmen(1)	19	37
<b>Sağlık Algısı</b>	Sağlık(2), Refakatçi(1)	2	3
<b>TOPLAM</b>		246	500

Tablo 3’e bakıldığında İran’da yaşayan yerel halktan 100 kişinin turizm denince akla gelen beş kelime sıralanmış ve kategorize edilmiştir. 100 kişiden beşer kelime ve dolayısıyla toplamda 500 kelime ve 246 metafor elde edilmiştir.

“Klasik Algı” kategorisi içerisinde 27 metafor adedi ve 100 metafor frekansı ile “Seyahat, Vize, Tatil, Gezmek, Turist, Tur, Voucher, Pasaport, Macera, Deneyim, Boş Zaman, Gezi, Kamp, Dinlenmek, Rezervasyon, Kimlik, Vakit, Dolaşmak, İran Gezisi, Keşif, Yüzme, Sırt Çantası, Başörtüsü, Kadın, Karizma, Uykusuzluk, Çocuk” cevapları, “Tarihi ve Kültürel Algı” kategorisi içerisinde 18 metafor adedi ve 50 metafor frekansı ile “Yemek, Tarih, El Sanatları, Anıtlar, Kültür Tarihi Binalar, Tarihi Yerler, Eski Yaşayışı, Kilise, Tarihi Camiler, Tarihi Eserler, Kültürün Tanıtımı, Sanat, Harita, Alkol, İçmek, Yöresel Yemekler, Şarap, Farklı Kültürler” cevapları, “Ekonomik Algı” kategorisi içerisinde 30 metafor adedi ve 108 metafor frekansı ile “Para, Uçak, Döviz, Gelir, Bilet, Dolar, Alışveriş, Hediye, Ticaret, Trafik, Transfer, Tren, Yol, Yolculuk, İstihdam Yaratmak, İş, Ekonomi, Toplu Taşıma, Araba, İşletme, Altyapı, Bahşış, Döviz Akışı, Para Harcama, Sanayi, Yatırım, Bisiklet, Otobüs, Tren, Hediyelik” cevapları, “Duygusal Algı” kategorisi içerisinde 30 metafor adedi ve 76 metafor frekansı ile “Eğlence, Barış, Huzur, Güvenlik, Mutluluk, Gülümsemek, Hayat, Heyecan, Yaşam, Özgürlük, Anlayış, Aşk, Duygulu Anlar, Eğlenmek, Neşe, Sürpriz, Zeok, Rahatlık, Değişim, Fotoğraf, Güzellik, Hatıra, İnanç, İyi Ruh Hali, Olumlu Enerji, Refah, Su Eğlenceleri, Farklılık, Teknoloji, Yenilik” cevapları, “Doğa ve Çevre Algısı” kategorisi içerisinde 120 metafor adedi ve 37 metafor frekansı ile “Otel, Müze, Doğa, Deniz, Orman, Havalimanı, Restoran, Konaklama, Kum, Çöl, Güneş, Yeni Yerler, Sahil, Antalya, Gümrük, İsfahan, Pansiyon, Paris, Bahar, Bahçe, Ekoturizm, Gece, Park, Safran, Yaz, Yeşillik, Avrupa, İranoloji, İstanbul, Kapalıçarşı, Lüks Oteller, Mashhad, Pazar, Tebriz, Terminal, Şiraz, Yeni Destinasyonlar” cevapları bulunmuştur. “Toplum Algısı” kategorisi içerisinde 19 metafor adedi ve 37 metafor frekansı ile “Rehber, Arkadaş, İletişim, Türkiye, Hizmetler, Aile, Grup, Kalabalık, Misafir, Yabancı, Dünya Görüşü, Unesco, Yabancı Turistler, Sınırlar, İnsanlık, Yol Arkadaşı, Konfor, Acente, Çevirmen” cevapları, “Sağlık Algısı” kategorisi içerisinde 2 metafor adedi ve 3 metafor frekansı ile “Sağlık, Refakatçi” cevapları bulunmuştur.



Şekil 3. İran Yerel Halkının “Turizm Denince Akla Gelen Beş Kelime” Sorusu İçin Kelime Bulutu



**Tablo 4.** İran Yerel Halkının “Turizm...Gibidir” Sorusu İçin Oluşturulan Metaforlar Ve Kategoriler

Kategoriler	Metaforlar	Metafor Sayısı (n)	Metafor Frekansı (f)
<b>Klasik Algı</b>	Macera(2), Deneyim(1), Değişim(1), Fotoğrafçılık(1), Güzel Fotoğraflar(1), Tatil(1), İlgilenmek(1), Keşif(2)	8	10
<b>Tarihi ve Kültürel Algı</b>	Kültürü Genişletmek(1), Kültürü Tanımak(1), Maddi Olmayan İhracat(1), Kültürel Etkileşimler(1), Akademik Ve Güncel Turizm Eğitimi(1), El Sanatları(1), Eğitim Alma(1), Geleneksel Yemekler(1), Farklı Yiyecekler(1), Yerel Yemekler(1), Yerel Ürünler(1), Yöresel Yemekler Ve Lezzetler(1), Şarap(1), Farklı Kültürler(1), Farklı Etnik Grupların Özellikleri Ve Kültürleri(1)	15	15
<b>Ekonomik Algı</b>	Döviz Geliri(3), Bacasız Sanayi(1), Ekonomik Hayat(1), Gelir Ve Ekonomi(2), Gelişmiş Ulaşım Altyapısı(1),İstihdam Ve Ekonomik Refah(1), İstihdam Yaratmak(1), Küreselleşme(1), Yatırım Yapma(1), Yüksek Maliyet(1), Zenginleşme(1), Sırt Çantaları(1), Toplu Taşıma(1), Gelişim(1), Farklı Boyutlarda Geliştirme(1), İletişim Teknolojisi(1), Teknoloji(1),	17	20
<b>Duygusal Algı</b>	Aldığımız Nefes(1), Anlayış(1), Barış(1), Gülümsemek(1), Mutluluk(1), Olumlu Enerji(1), Neşe Ve Zevk(1), Hayat(2), İnsanlık(1), Yaşam(2), Yaşam Beklentisi(1), Eğlence(1), Alışveriş Eğlencesi(1), Canlılık(1), Eski Bir Yaşam(1), Eskiye Dönmek(1), Güvenlik(1), Hatıra(1), İyi Ruh Hali (1), Karizma(1), Sürpriz(1), Turist Eğlencesi(1), Özgürlük(1), Yeni Bir Hayat Yaşamak(1), Farklılık(1), Yaratıcılık(1), Yenilik(1), Çeşitlilik(1),	28	30
<b>Doğa ve Çevre Algısı</b>	Doğal Kaynaklar(1), Mevsimlik Olma(1), Koordinasyon(1), Yeşil Endüstri(1), Şehrin Ve Köylerin Güzellikleri(1), Doğa Ve İnsan İlişkisi(1), İsfahan(1), Lüks Oteller(1), Konaklama(1),	9	9
<b>Toplum Algısı</b>	Yabancı Dil(2), Yabancı Turistler(1), Dost Kazanma(1), İnsanların Düşüncelerini Birbirleriyle Paylaşmak(1), İnsan Etkileşimi(1), Dünya Görüşü(1), Bölgenin Refahı(1), Miras(1), Ülke İçin Fayda Sağlamak(1), Ülkeyi Dünyaya Tanıtmak(1), Online Hizmetler (1),Otel Hizmetleri(1), Turist Memnuniyeti(1),	13	14
<b>Olumsuz Algılar</b>	Uygun Koşulların Olmaması(1), Uykusuzluk(1)	2	2
<b>TOPLAM</b>		<b>92</b>	<b>100</b>

Tablo 4 incelendiğinde İran’da yaşayan yerel halktan 100 kişinin turizm...gibidir sorusuna verdikleri cevaplar ve benzettikleri metaforlar sıralanmış ve kategorize edilmiştir. 100 kişiden birer ve dolayısıyla toplamda 100 kelime elde edilmiştir. Alınan cevaplar doğrultusunda 16 kategori ayrılmış ve metaforların çağrışımları kategorilere yerleştirilmiştir. 16 kategorinin metafor sayıları toplamı 92 olarak bulunmuştur.

“**Klasik Algı**” kategorisi içerisinde 27 metafor adedi ve 100 metafor frekansı ile “*Macera, Deneyim, Değişim, Fotoğrafçılık, Güzel Fotoğraflar, Tatil, İlgilenmek, Keşif*” cevapları, “**Tarihi ve Kültürel Algı**” kategorisi içerisinde 18 metafor adedi ve 50 metafor frekansı ile “*Kültürü Genişletmek, Kültürü Tanımak, Maddi Olmayan İhracat, Kültürel Etkileşimler, Akademik Ve Güncel Turizm Eğitimi, El Sanatları, Eğitim Alma, Geleneksel Yemekler, Farklı Yiyecekler, Yerel Yemekler, Yerel Ürünler, Yöresel Yemekler Ve Lezzetler, Şarap, Farklı Kültürler, Farklı Etnik Grupların Özellikleri Ve Kültürleri*” cevapları, “**Ekonomik Algı**” kategorisi içerisinde 30 metafor adedi ve 108 metafor frekansı ile “*Döviz Geliri, Bacasız Sanayi, Ekonomik Hayat, Gelir Ve Ekonomi, Gelişmiş Ulaşım Altyapısı,İstihdam Ve Ekonomik Refah, İstihdam Yaratmak, Küreselleşme, Yatırım Yapma, Yüksek Maliyet, Zenginleşme, Sırt Çantaları, Toplu Taşıma, Gelişim, Farklı Boyutlarda Geliştirme, İletişim Teknolojisi, Teknoloji*” cevapları, “**Duygusal Algı**” kategorisi içerisinde 30 metafor adedi

ve 76 metafor frekansı ile “Aldığımız Nefes, Anlayış, Barış, Gülümsemek, Mutluluk, Olumlu Enerji, Neşe Ve Zevk, Hayat, İnsanlık, Yaşam, Yaşam Beklentisi, Eğlence, Alışveriş Eğlencesi, Canlılık, Eski Bir Yaşam, Eskiye Dönmek, Güvenlik, Hatıra, İyi Ruh Hali , Karizma, Sürpriz, Turist Eğlencesi, Özgürlük, Yeni Bir Hayat Yaşamak, Farklılık, Yaratıcılık, Yenilik, Çeşitlilik” cevapları, “Doğa ve Çevre Algısı” kategorisi içerisinde 120 metafor adedi ve 37 metafor frekansı ile “Doğal Kaynaklar, Mevsimlik Olma, Koordinasyon, Yeşil Endüstri, Şehrin Ve Köylerin Güzellikleri, Doğa Ve İnsan İlişkisi, İsfahan, Lüks Oteller, Konaklama” cevapları bulunmuştur. “Toplum Algısı” kategorisi içerisinde 19 metafor adedi ve 37 metafor frekansı ile “Yabancı Dil, Yabancı Turistler, Dost Kazanma, İnsanların Düşüncelerini Birbirleriyle Paylaşmak, İnsan Etkileşimi, Dünya Görüşü, Bölgenin Refahı, Miras, Ülke İçin Fayda Sağlamak, Ülkeyi Dünyaya Tanıtmak, Online Hizmetler ,Otel Hizmetleri, Turist Memnuniyeti” cevapları, “Olumsuz Algısı” kategorisi içerisinde 2 metafor adedi ve 3 metafor frekansı ile “Uygun Koşulların Olmaması, Uykusuzluk” cevapları bulunmuştur.



Şekil 4. İran Yerel Halkının “Turizm...Gibidir” Sorusu İçin Kelime Bulutu

Tablo 5. Türkiye ve İran Yerel Halkının “Turizm Denince Akla Gelen Beş Kelime” Sorusu İçin Oluşturulan Metaforlar Ve Kategorilerin Ortak Yönleri

Kategoriler	Metaforlar		
	TÜRKİYE	İRAN	
Klasik Algı	Tatil, Gezmek, Seyahat , Dinlenme, Kamp, Gezi, Boş Zaman, Deneyim, Keşfetmek, Turist, Pasaport, Tur, Vize	Seyahat, Tatil, Gezmek, Gezi, Kamp, Deneyim , Dinlenmek , Boş Zaman, Keşif, Turist, Pasaport, Tur, Vize	Klasik Algı
Tarihi ve Kültürel Algı	Kültür, Tarihi Yerler, Bira, Yemek, Yöresel Lezzet, Farklı Kültür	Kültür, Tarihi Yerler, Yemek, Alkol, Yöresel Yemekler, Şarap, Farklı Kültürler	Tarihi ve Kültürel Algı
Ekonomik Algı	Para, Döviz, Euro, Kur, Para Harcamak, Alışveriş, Araba, Yol, Yat, Yolculuk, Uçak Yolculuğu	Para, Dolar, Alışveriş, Döviz Akışı, Para Harcama, Döviz, Uçak, Yol, Yolculuk, Araba	Ekonomik Algı
Duygusal Algı	Eğlence, Mutluluk, Huzur, Rahatlık,	Eğlence, Huzur, Mutluluk, Rahatlık	Duygusal Algı
Doğa ve Çevre Algısı	Deniz, Güneş, Kum, Sahil, Yaz ,Otel, Antalya, Müze, Konaklama	Deniz, Kum, Güneş, Sahil, Yaz, Otel, Müze, Konaklama, Antalya	Doğa ve Çevre Algısı
Toplum Algısı	Yabancı, Yabancı Turist, Arkadaş, Grup, Kalabalık, Rehber, Acente	Yabancı, Yabancı Turist, Arkadaş, Grup, Kalabalık, Rehber, Acente	Toplum Algısı
Sağlık Algısı	Sağlık	Sağlık	Sağlık Algısı

Tablo 5 incelendiğinde hem Türkiye’den hem de İran’dan katılımcıların turizm kelimesine verdikleri 5 kelimelik cevapların ortak yönleri karşılaştırılmıştır.

**Klasik Algı** kategorisinde alınan cevaplar incelendiğinde, iki ülkenin de “*Tatil, Gezmek, Seyahat, Dinlenme, Kamp, Gezi, Boş Zaman, Deneyim, Keşfetmek, Turist, Pasaport, Tur, Vize*” kelimeleri söyledikleri görülmektedir. **Tarihi Ve Kültürel Algı** kategorisinde alınan cevaplar incelendiğinde, iki ülkenin de “*Kültür, Tarihi Yerler, Bira, Yemek, Yöresel Lezzet, Farklı Kültür*” kelimeleri söyledikleri, **Ekonomik Algı** kategorisinde “*Para, Döviz, Euro, Kur, Para Harcamak, Alışveriş, Araba, Yol, Yat, Yolculuk, Uçak Yolculuğu*”, **Duygusal Algı** kategorisinde “*Eğlence, Mutluluk, Huzur, Rahatlık*” kelimeleri, **Doğa ve Çevre Algısı** kategorisinde “*Deniz, Güneş, Kum, Sahil, Yaz, Otel, Antalya, Müze, Konaklama*” kelimeleri, **Toplum Algısı** kategorisinde “*Yabancı, Yabancı Turist, Arkadaş, Grup, Kalabalık, Rehber, Acente*” kelimeleri, **Sağlık Algısı** kategorisinde “*Sağlık*” kelimesini söyledikleri görülmektedir.

**Tablo 6.** Türkiye ve İran Yerel Halkının “Turizm Denince Akla Gelen 5 Kelime” Sorusu İçin Oluşturulan Metaforlar ve Kategorilerin Farklı Yönleri

Kategoriler	Metaforlar		
	TÜRKİYE	İRAN	
<b>Klasik Algı</b>	Kayak, Güneşlenmek, Bronzlaşmak, Görmek, Tatil Yapmak, Rezervasyon, Trivago, Paraşüt, Animasyon, Bikini, İzin, Şezlong	Macera, Dolaşmak, İran Gezisi, Yüzme, Voucher, Rezervasyon, Kimlik, Sırt Çantası, Başörtüsü, Kadın, Karizma, Vakit, Çocuk	<b>Klasik Algı</b>
<b>Tarihi ve Kültürel Algı</b>	Tarih, Manastır, Roma, Konser, Müzik Öğrenmek, Gastronomi, Çilek, Dondurma	Tarih, Anıtlar, Tarihi Binalar, Eski Yaşayışı, Kilise, Tarihi Camiler, Tarihi Eserler, Kültürün Tanıtımı, El Sanatları, Sanat, İçmek	<b>Tarihi ve Kültürel Algı</b>
<b>Ekonomik Algı</b>	Bilet, Finans, Hazine, Gemi, Gemi Turu, Jet Ski,	Gelir, Bilet, Hediye, Ticaret, Ekonomi, İstihdam Yaratmak, İş, İşletme, Bahşiş, Sanayi, Yatırım, Trafik, Transfer, Tren, Altyapı, Toplu Taşıma, Bisiklet, Harita, Otobüs, Sınırlar, Tren, Hizmetler, Konfor, Çevirmen	<b>Ekonomik Algı</b>
<b>Duygusal Algı</b>	Merak, Sakinlik, Farklı Deneyim	Gülümsemek, Hayat, Heyecan, Özgürlük, Anlayış, Aşk, Duygulu Anlar, Eğlenmek, Neşe, Sürpriz, Yaşam, Zevk, Barış, Güvenlik, Değişim, Fotoğraf, Güzellik, Hatıra, İnanç, İyi Ruh Hali, Olumlu Enerji, Refah, Su Eğlenceleri	<b>Duygusal Algı</b>
<b>Doğa ve Çevre Algısı</b>	Akdeniz, Dalgalar, Günbatımı, Kış, Okyanus, Palmiye Ağacı, Yakamoz, Sıcak, Kapadokya, Havuz, Muğla, İzmir, Konyaaltı, Kumsal, Pansiyon, Plaj, Yazlık, Örenyeri, Farklı Yerler	Doğa, Orman, Çöl, Bahar, Bahçe, Ekoturizm, Gece, Park, Safran, Yeşillik, Havalimanı, Restoran, Gümrük, İsfahan, Pansiyon, Paris, Avrupa, İranoloji, İstanbul, Kapalıçarşı, Lüks Oteller, Mashhad, Pazar, Tebriz, Terminal, Şiraz, Yeni Yerler, Yeni Destinasyonlar	<b>Doğa ve Çevre Algısı</b>
<b>Toplum Algısı</b>	Yabancı, Alman, Arap, Rusya, Yabancı Devletler, Yabancı Dil, Yabancı Sermaye, Yabancı Turist, Yabancı Ülke, Etkileşim, İş, Farklı Ülkeler	Türkiye, Dünya Görüşü, Unesco, İletişim, Aile, Misafir, Hediye, İnsanlık, Yol Arkadaşı, Farklılık, Teknoloji, Yenilik	<b>Toplum Algısı</b>
<b>Sağlık Algısı</b>	Terapi, Meditasyon, Psikolog, Anti-depresan, Güneş Kremi, İlaç	Refakatçi	<b>Sağlık Algısı</b>

Tablo 6 incelendiğinde hem Türkiye’den hem de İran’dan katılımcıların turizm kelimesine verdikleri beş kelimelik cevapların farklı yönleri karşılaştırılmıştır.

**Tablo 7.** Türkiye ve İran Yerel Halkının “Turizm...Gibidir” Sorusu İçin Oluşturulan Metaforlar Ve Kategorilerin Ortak Yönleri

Kategoriler	Metaforlar		
	TÜRKİYE	İRAN	Klasik Algı
<b>Klasik Algı</b>	Keşfetmek	Keşif	<b>Klasik Algı</b>
<b>Tarihi ve Kültürel Algı</b>	Kültür, Kültürel Bir Lokomotif , Kültürel Miras , Kültürleşme , Kültür Merkezi, Sanat, Eğitim, Farklı Kültürleri Tanımak, Farklı Kültürleri Buluşturan Bir Bağ	Kültürü Genişletmek, Kültürü Tanımak, El Sanatları, Eğitim Alma, Farklı Kültürler,	<b>Tarihi ve Kültürel Algı</b>
<b>Ekonomik Algı</b>	Bacasız Sanayi , Ekonomi , Ekonomik Kalkınmanın Parçası, İstihdamın Önemli Bir Halkası	Bacasız Sanayi, Ekonomik Hayat, Gelir Ve Ekonomi, İstihdam Ve Ekonomik Refah, İstihdam Yaratmak	<b>Ekonomik Algı</b>
<b>Duygusal Algı</b>	Mutlu Olmak, Yaşamak, Hayat, Eğlence, Eğlence Haritası, Yaşamın Bir Parçası, Canlılık, Özgürlük, Farklılık	Mutluluk, Hayat, Yaşam, Yaşam Beklentisi, Eğlence, Canlılık, Eski Bir Yaşam, Özgürlük, Farklılık	<b>Duygusal Algı</b>
<b>Toplum Algısı</b>	Etkileşim	İnsan Etkileşimi	<b>Toplum Algısı</b>

Tablo 7 incelendiğinde hem Türkiye’den hem de İran’dan katılımcıların turizm...gibidir sorusuna verdikleri cevapların ortak yönleri karşılaştırılmıştır.

**Klasik Algı** kategorisinde alınan cevaplar incelendiğinde, iki ülkenin de “*Keşfetmek*” kelimesini söyledikleri görülmektedir. **Tarihi Ve Kültürel Algı** kategorisinde alınan cevaplar incelendiğinde, iki ülkenin de “*Kültür, Kültürel Bir Lokomotif , Kültürel Miras , Kültürleşme , Kültür Merkezi, Sanat, Eğitim, Farklı Kültürleri Tanımak, Farklı Kültürleri Buluşturan Bir Bağ*” kelimeleri söyledikleri, **Ekonomik Algı** kategorisinde “*Bacasız Sanayi , Ekonomi , Ekonomik Kalkınmanın Parçası, İstihdamın Önemli Bir Halkası*”, **Duygusal Algı** kategorisinde “*Mutlu Olmak, Yaşamak, Hayat, Eğlence, Eğlence Haritası, Yaşamın Bir Parçası, Canlılık, Özgürlük, Farklılık*” kelimeleri, **Toplum Algısı** kategorisinde “*Etkileşim*” kelimesini söyledikleri görülmektedir.

**Tablo 8.** Türkiye ve İran Yerel Halkının “Turizm...Gibidir” Sorusu İçin Oluşturulan Metaforlar Ve Kategorilerin Farklı Yönleri

Kategoriler	Metaforlar		
	TÜRKİYE	İRAN	Klasik Algı
<b>Klasik Algı</b>	Dinlenmek, Seyahat, Yemek Çeşitliliği	Macera, Aldığımız Nefes, Deneyim, Değişim, Fotoğrafçılık, Güzel Fotoğraflar, Tatil, İlgilenmek, Geleneksel Yemekler, Farklı Yiyecekler, Yerel Yemekler, Yerel Ürünler, Yöresel Yemekler Ve Lezzetler, Şarap	<b>Klasik Algı</b>
<b>Tarihi ve Kültürel Algı</b>	Kalıntı, Mağara, Tarihi Silüetler, Bilgi, Kitap, Şarkı Nakaratı, İnsanlar, Ayakkabı, Can Simidi, Mozaik, Puzzle Son Parçası, Ülkeler Arası Geçit, Ülkeler Arasındaki Köprü, Fotoğraf Karesi, Bir Ülkenin Bel Kemiği	Maddi Olmayan İhracat, Kültürel Etkileşimler, Akademik Ve Güncel Turizm Eğitimi, Etnik Grupların Özellikleri Ve Kültürleri	<b>Tarihi ve Kültürel Algı</b>
<b>Ekonomik Algı</b>	Alışveriş , Bir Ülke İçin Geçim Kaynağı, Finans , Hizmet Üreten Bir Sanayi, Para, Para Akışı , Petrol , Türkiye’nin Petrolü, Reklamcılık, Zenginlik, Üreten Makine, Hazine, Gelişmişlik	Döviz Geliri, Gelişmiş Ulaşım Altyapısı, Küreselleşme, Yatırım Yapma, Yüksek Maliyet, Zenginleşme, Gelişim, İletişim Teknolojisi, Teknoloji Yaratıcılık, Yenilik, Farklı Boyutlarda Geliştirme	<b>Ekonomik Algı</b>

<b>Duygusal Algı</b>	Gülyüz, Merak, Sevgi, Çocuk Sevgisi, Huzur , Rahatlık, İhtiyaç, Dayanışma, Temel İhtiyaç, Bakış Açısı	Anlayış, Barış, Gülümsemek, Olumlu Enerji, Neşe Ve Zevk, İnsanlık, Alışveriş Eğlencesi, Eskiye Dönmek, Güvenlik, Hatıra, İyi Ruh Hali , Karizma, Sürpriz, Turist Eğlencesi, Çeşitlilik, , Yeni Bir Hayat Yaşamak	<b>Duygusal Algı</b>
<b>Doğa ve Çevre Algısı</b>	Mis Gibi Kokan Doğa, Uçsuz Bucaksız Bir Orman, Dünya, Bir Deniz, Tatil Kenti	Doğal Kaynaklar, Mevsimlik Olma, Koordinasyon, Yeşil Endüstri, Şehrin Ve Köylerin Güzellikleri, Doğa Ve İnsan İlişkisi, İsfahan, Lüks Oteller, Konaklama	<b>Doğa ve Çevre Algısı</b>
<b>Toplum Algısı</b>	Aile , Aile Olmak , Arkadaş, İnsanları Bir Araya Getiren Özel Bir Gün, Kaynaşma, Kocaman Bir Aile, Panayır, Sosyal Sosyallık , Yeni Arkadaşlar Edinmek Aktivite, Deneyimli Rehber, , Yenilik, Yeniliğe Açık Kapı, Yeni Yerler Bulmak	Dost Kazanma, İnsanların Düşüncelerini Birbirleriyle Paylaşmak, Dünya Görüşü, Bölgenin Refahı, Miras, Ülke İçin Fayda Sağlamak, Ülkeyi Dünyaya Tanıtmak, Farklı Etnik Grupların Özellikleri Ve Kültürleri, Sırt Çantaları, Toplu Taşıma, Online Hizmetler ,Otel Hizmetleri, Turist Memnuniyeti	<b>Toplum Algısı</b>
<b>Sağlık Algısı</b>	İlaç, Terapi		<b>Sağlık Algısı</b>
<b>Olumsuz Algısı</b>	İstila	Uygun Koşulların Olmaması, Uykusuzluk	<b>Olumsuz Algısı</b>

Tablo 8 incelendiğinde hem Türkiye’den hem de İran’dan katılımcıların turizm...gibidir sorusuna verdikleri cevapların farklı yönleri karşılaştırılmıştır.

## SONUÇLAR VE ÖNERİLER

Üretilen metaforlar sonucunda hem Türkiye hem İran halkının turizme karşı olumlu bakış açıları olduğunu söylemek mümkündür. Türkiye’nin ve İran’ın turizm kelimesine ürettikleri beşer metafor için 15 ve 16 adet kategori oluşturulmuştur. İçerisinde çok fazla olumsuz algı bulunmaması dikkat çeken özelliği olarak ön plana çıkmaktadır. Yerel halkın turizm kavramını çağrıştıran metaforları incelediğimizde tarih ve kültür, en çok kullanılan para birimleri olan Euro ile Dolar ve istihdam, iki ülkede yer alan önemli turistik destinasyonlar, oteller, duygu anlamı yükledikleri metaforlar için olumlu anlamlı kelimelerden barış, huzur, mutluluk olan ve en çok da eğlence kavramını kullandıkları bilinmektedir. Yerel halkın tüm sene boyunca okul/iş/sorumluluk görevlerini sırtlarında taşıyıp daha sonra rahatlamak ve dinlenmek için turistik eylem gerçekleştirme isteklerini ve kafa dağıtmak tabirini yerine getirdiklerini çıkarılan metaforlar aracılığıyla söylemek mümkündür. Aynı zamanda Türkiye’nin ve İran’ın kıyı turizmine yatkın ülke olmalarıyla birlikte, en çok üretilen metaforlar olan deniz, kum ve güneş göze çarpmaktadır. Ülkenin sadece yerel halka yönelik değil, yabancı turiste yönelik imkanları da mevcut olduğundan, neredeyse Türkiye’nin ve İran’ın her bölgesinde yabancı turist görmek olağan bir hale gelmiştir. Türkiye’nin metaforlarına baktığımızda Türkiye’yi en çok ziyaret eden ülkelerin akla geldiğini görürken, İran halkı ise Türkiye metaforunu ortaya atmıştır. Ülke genelinde gösterime çıkan festivaller, konserler, animasyon ekipleri ve daha birçok rekreasyon faaliyetleri hem yerel halkın hem yabancı turistini iyi bir zaman geçirmesine yardımcı olmaktadır. Bu nedenle konser ve müzik metaforları ortaya çıkabilmektedir. Katılımcıların tetikleyici unsurlar olarak betimlenen kategoriye yönelik metaforları genellikle turizmin anahtar kelimeleri sayılan tatil, gezmek, seyahat, dinlenmek yüksek metafor cevabı ile insanların turizm algılarını anlamaya yöneliktir.

En çok tercih edilen ulaşım araçları katılımcıların aklına gelmiş olacak ki, tren, gemi, araba ve yolculuk kavramları bu kategoriyi çağrışım yapmaktadır.

Türkiye’de ve İran’da yer alan katılımcıların turizme yönelik “gibi” edatıyla yaptıkları benzetmelerin çoğunluğunu ekonomik unsurlar ve sosyal ilişkiler oluşturmaktadır. Kalkınmanın, istihdamın ve finansın kaynağına benzetmeleri turizmin ekonomiye olumlu etkilerini destekler niteliktedir. Turizm etkinliklerini olumlu algılayan yerel halk, turizmi; aileye, arkadaşına, panayıra benzetmektedir ve sadece hizmet sektörünün değil yerel halkın da turizme manevi desteklerinin önemi vurgulanacak olursa, olumlu algılarını sürdürdüklerini söylemek mümkündür. Aynı zamanda Türkiye’de istila kelimesi ile 1 adet katılımcının ve İran’da uykusuzluk kelimesi ile olumsuz algıların da ufak bir parçasının varlığına işaret etmektedir. İki ülkenin yerel halkının turizmi sadece birer ekonomik unsur olarak görmediğini söylemem mümkündür. Ancak kitle turizmi olan deniz, kum ve güneş ilişkilerinin de ön plana çıktığını görmekteyiz. Turizmin birçok disiplinle bağlantısı olduğunu ve kültürün de bir taşıyıcısı olduğunu unutmamak gerekmektedir. Bu sebeple yapılan alternatif turizm çeşitlerini yerel halkın algıladığı ancak geliştirilmesi gerektiği görülmektedir. Gelecek olan turizm planlamalarında alternatif turizm çeşitlerine önem verilmesi, yerel halkın olumlu algılarını yönlendirmek açısından önemlidir. Tarihi, sanatsal ve kültürel yapıyı korumak ve korumayı sürdürmek destinasyonların ve turizmin yapı taşı sayılabilmektedir. Halkın turizm üzerinde olumlu imaj desteğini kaybetmemesi adına sanatsal etkinliklerin faaliyetlerinin artırılması ve yerel halkın daha çok davet edilmesi, hizmet sektörü elemanlarının ve devletin üzerine düşen görevler arasındadır. Son zamanlarda teknoloji gelişmeleri takip ederek de pazarlama faaliyetlerinde güncelliği yakalamak (öğrenci indirimleri, kampanyalı turlar vb.) mümkündür.

Daha önce yapılan çalışmalara kıyasla yerel halkın turizm algısı şehirler bağlamında incelemiştir. Bundan sonraki kıyaslama çalışmalarında uluslararası eşdeğer bölge veya şehirlerde gerçekleştirilen çalışmaların turizme ve yerel halkın algılarını daha iyi anlaşılacağı düşünülmektedir.

## KAYNAKÇA

Akengin, H., ve Sonakalan, G. (2020). İran’da Turizm Faaliyetleri. *Doğu Coğrafya Dergisi*, 25(44), 269-284.

Bakanay, Ç. D., ve Çakır, M. (2016). Fenomenoloji Ve Fen Eğitim Araştırmalarına Olan Yansımaları. *International Online Journal Of Educational Sciences*, 2-17.

Baltacı, A. (2018). Nitel Araştırmalarda Örneklem Yöntemleri Ve Örnek Hacmi Sorunsalı Üzerine Kavramsal Bir İnceleme. *Bitlis Eren Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 7(1), 231-274.

Creswell, J., Hanson, W. E., Clark Plano, V. L., ve Morales, A. (2007). Qualitative Research Designs. *The Counseling Psychologist*, 35(2), 236–264.

- Çeken, H. (2008). Turizmin Bölgesel Kalkınmaya Etkisi Üzerine Teorik Bir İnceleme. *Afyon Kocatepe Üniversitesi İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 10(2), 293-306.
- Çelik, H., Başer Baykan, N., ve Kılıç Memur, H. N. (2020). Nitel Veri Analizi Ve Temel İlkeleri. *Eğitimde Nitel Araştırmalar Dergisi*(8), 379-406.
- Erbaş, H. (1992). Sosyolojide Fenomenoloji. 160-166.
- Ertaş, Ç. (2019). Şırnak’ta Yaşayan Yerel Halkın Turizme Dönük Metaforik Algısı. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 18(70), 720-733.
- Güler, A., Halıcıoğlu, M. B., ve Taşgın, S. (2013). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Gün, S., ve Kılıç, G. (2021). Siirt’te Yaşayan Yerel Halkın Turizm Dönük Metaforik Algısı. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 5(4), 2653-2665.
- Güneş, A., ve Fırat, M. (2016). Açık Ve Uzaktan Öğrenmede Metafor Analizi Araştırmaları. *Açıköğretim Uygulamaları Ve Araştırmaları Dergisi*, 2(3), 115-129.
- Güven, M., Yıldırım, E., ve Çelen, G. (2015). Yaşam Boyu Öğrenme Kavramına İlişkin Kullanılan Metaforlar. *Uluslararası Eğitim Programları Ve Öğretim Çalışmaları Dergisi*, 5(9), 36-47.
- Güzel, Ö. (2011). Türkiye’de İç Turizm Pazarı Analizi Ve Pazarı Canlandırmaya Yönelik Alternatif Turizm Olanakları. *Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 8(16), 127-144.
- Karakaş, A., ve Şengün, H. İ. (2017). Yerel Halkın Turizm Faaliyetlerine Yönelik Tutumları. *Bartın Üniversitesi İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 8(15), 183-202.
- Karataş, Z. (2015). Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri. *Manevi Temelli Sosyal Hizmet Araştırmaları Dergisi*, 1(1), 62-80.
- Korkmaz, S., ve Korkmaz, S. (1990). Turizmin Ekonomik Ve Sosyal Etkileri. 392-417.
- Köşker, H. (2021). Ahlat Halkının Ahlat Ve Turizm Kavramına Yönelik Metaforik Algıları. *Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*(53), 419-438.
- Melike, T., ve Uğuz Arsu, Ş. (2020). Nitel Araştırma Yöntemi Olarak Fenomenolojik Yaklaşımın Kapsamı Ve Sürecine Yönelik Bir Derleme. *Ufuk Ötesi Bilim Dergisi*, 20(1), 153-182.
- Oğuzbalaban, G. (2019). Karadeniz Ereğli’de Yaşayan Yerel Halkın "Turizm" Kavramına İlişkin Algılarının Metaforlar Yardımıyla Analizi. *Journal Of Tourism And Gastronomy Studies*, 7(4), 2566-2581.
- Özdamar, M., ve Çakıcı, A. C. (2021). Turizm Açısından Farklı Gelişmişlik Düzeylerindeki Destinasyonlarda Halkın Turizm Algısı Ve Turizme Desteği. *Turizm Akademik Dergisi*, 8(2), 173-190.

Özdemir, M. (2010). Nitel Veri Analizi: Sosyal Bilimlerde Yöntembilim Sorunsalı Üzerine Bir Çalışma. *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 11(1), 323-343.

Özder, A., Kaya, H., ve Ünlü, M. (2012). Ortaöğretim Öğrencilerinin “Turizm” Kavramı İle İlgili Geliştirdikleri Metaforların Analiz Örneği. *Marmara Coğrafya Dergisi*, 18-31.

Sadock, J. (1993). Figurative Speech And Linguistics. *Metaphor And Thought*, 2, 42-57.

Somuncu, M. (2006). Turizmin Kalkınmaya Etkisi Ve Türkiye Turizmindeki Bölgesel Farklılıklar. *Ulusal Coğrafya Sempozyumu Bildiri Metinleri* (S. 163-177). Ankara: Ankara Üniversitesi Türkiye Coğrafyası Araştırma Ve Uygulama Merkezi.

Suri, H., ve Clarke, D. (2009). Advancements In Research Synthesis Methods: From A Methodologically Inclusive Perspective. *Review Of Educational Research*, 79(1), 395-430.

Şahbudak, E. (2017). Yerel Halkın Turizmin Etkileri İle İlgili Algı Ve Beklentileri: Sivas İli Üzerine Bir Çalışma. *Journal Of Strategic Research İn Social Science*, 3(4), 236-260.

Şahin, S., Tezcan, A. E., ve Bekci, M. (2018). Yerli Turistlerin Türkiye, İstanbul, Turizm Ve Turist Rehberi İle İlgili Metaforları. *Turizm Akademik Dergisi*, 5(1), 251-264.

Uyan Dur, B. İ. (2016). Metafor Ve Ekslibris. *International Journal Of Ex-Libris*, 3(5), 122-128.

Yağar, F., ve Dökme, S. (2018). Niteliksel Araştırmaların Planlanması: Araştırma Soruları, Örneklem Seçimi, Geçerlik Ve Güvenirlik. *Gazi Sağlık Bilimleri Dergisi*, 3(3), 1-9.

Yıldırım, A., ve Şimşek, H. (2011). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri* (8. B.). Ankara: Seçkin Yayıncılık.

### **Online Kaynaklar**

<https://avys.omu.edu.tr/storage/app/public/yusuf.catalkaya/134622/Tur.%20G%C3%BCncel%20Konular%201.Hafta%20-%20ALTERNATIF%20TURIZM%20KAVRAMI%20VE%20KAPSAMI.pdf> 20.04.2022

<https://data.tuik.gov.tr/Kategori/GetKategori?p=egitim-kultur-spor-ve-turizm-105&dil=1> 02.05.2022

<https://www.tursab.org.tr/assets/pdf/tursab-akademi/e-egitim/konu-ozetleri/unite-10.pdf> 22.04.2022

<https://www.unwto.org/glossary-tourism-terms#:~:text=Tourism%20is%20a%20social%20cultural,personal%20or%20business%2Fprofessional%20purposes.> 25.04.2022





ISSN: 2651-2742  
2024- Cilt: 7 Sayı: 2  
Sayfa: 262-277

Dergi Web Sitesi: <http://sita.cumhuriyet.edu.tr/tr/>


Gönderilme Tarihi: 21.03.2024

Kabul Tarihi: 06.12.2024

Araştırma Makalesi (Research Article)

## AV TURİZMİ VE TABİAT TURİZMİ İLİŞKİSİ The Relationship Of Hunting Tourism And Natural Tourism

Oğuz CAM\*   
Kastamonu Üniversitesi,  
Sosyal Bilimler Enstitüsü

Hakkı ÇILGINOĞLU   
Kastamonu Üniversitesi,  
Turizm Fakültesi

### ÖZ

Günümüzde turistler farklı alternatif turizm çeşitlerine yönelmekte ve alternatif turizm hareketliliği yaygınlaşmaktadır. Tabiat ve av turizmi çeşitleri de alternatif turizm çeşitleri arasında yer almakta ve turizm talebi açısından önemli avantajlar sağlamaktadır. Bu çalışmanın amacı, av turizmi ile tabiat turizmi arasındaki ilişkiyi değerlendirmektir. Böylelikle av turizmi ile tabiat turizmi arasında bulunan bağlantıya dikkat çekilmiş ve gerek coğrafik gerekse turistik açıdan önem taşıyan bilgiler literatüre kazandırılmıştır. Çalışmanın yöntemi, derlemedir. Bu kapsamda geleneksel derleme yöntemi kullanılmıştır. Çalışmanın süreci, literatürde yer alan tabiat ve av turizmi çeşitleriyle ilgili bilgilerin bulunması ve ilişkiel bağlamda değerlendirilmesi üzerine yapılandırılmıştır. Konuyla ilgili bilgi ve değerlendirmelerde turizm ve coğrafyaya ilişkin unsurlara yoğunlaşmaya çalışılmıştır. Sonuç olarak; tabiat ve av turizmi çeşitleri arasında önemli bir ilişki vardır. Bu iki turizm çeşidinin turistik kaynağının temeli doğaya dayanmaktadır. Doğanın varlığı, insanların ve diğer canlıların yaşamlarını devam ettirebilmeleri noktasında önemli bir güç kaynağı fonksiyonu üstlenmektedir. Doğanın canlılara sunduğu manzara, turistlerin seyir zevkini harekete geçirerek turistik seyahatin oluşumunu sağlayan çekim potansiyeli yüksek bir etmen konumundadır. Bu etmenin turistik bakımdan önemi yüksek seviyededir. Bu etmen temel alınarak turizm planlaması ve pazarlamasına da yön verilmektedir. Doğa, farklı tür ve sayıda pek çok bitki ve hayvana ev sahipliği yapmaktadır. Ayrıca doğa, av ve yaban hayatının önemli bir kaynağı, aynı zamanda da belirleyicisidir. Bundan dolayı av turizmi faaliyetlerinin yapılabilmesi için doğanın varlığına ihtiyaç vardır. Tabiat turizmi de turistik varlığını ve gücünü doğadan sağlamaktadır.

**Anahtar Kelimeler:** Av, Avcılık, Doğa, Av Turizmi, Tabiat Turizmi.

**Sorumlu Yazar:** oguzcam911@gmail.com

**Önerilen Atıf:** Cam, O. ve Çılđinođlu, H. (2024). Av Turizmi ve Tabiat Turizmi İlişkisi, Sivas İnterdisipliner Turizm Araştırmaları Dergisi, 7(2), 262-277.

**ABSTRACT**

Today, tourists are turning towards different alternative tourism types and alternative tourism mobility is becoming widespread. Nature and hunting tourism types are among the alternative tourism types and provide important advantages in terms of tourism demand. The aim of this study is to evaluate the relationship between hunting tourism and nature tourism. In this way, the connection between hunting tourism and nature tourism has been emphasised and information of geographical and touristic importance has been provided to the literature. The method of the study is review. In this context, traditional review method was used. The process of the study is structured on finding information about nature and hunting tourism types in the literature and evaluating them in a relational context. In the information and evaluations on the subject, it was tried to focus on the elements related to tourism and geography. As a result, there is an important relationship between nature and hunting tourism types. The touristic source of these two types of tourism is based on nature. The existence of nature assumes the function of an important power source for humans and other living things to sustain their lives. The scenery offered by nature to living creatures is a factor with a high attraction potential that activates the tourists' pleasure of watching and provides the formation of touristic travel. The importance of this factor in terms of tourism is at a high level. Tourism planning and marketing are also directed on the basis of this factor. Nature is home to many plants and animals of different species and numbers. In addition, nature is an important source and determinant of hunting and wildlife. Therefore, the existence of nature is needed for hunting tourism activities. Nature tourism also derives its touristic existence and power from nature.

**Keywords:** Hunt, Hunting, Nature, Hunting Tourism, Nature Tourism.

**1. GİRİŞ**

Turizm, bireylerin sürekli olarak hayatlarını devam ettirdikleri, geçimini temin ettikleri ve tüm zamandaki mevcut ihtiyaçlarını sağladıkları alanların dışına yaptıkları yolculuklar ve bu noktadaki alanlarda özellikle de turizm işletmelerinin meydana getirdiği ürün ve hizmetleri talep etmelerinden doğan durum ve olayların bütünüdür (Kozak, Akoğlan Kozak ve Kozak, 2010; Çam ve Çılgınoğlu, 2020a). Turizm, iktisadi, siyasi, çevresel ve toplumsal hadiseler gibi türlü iç-dış faktörlere karşı olabildiğince kırılğan bir bünyesinin bulunması sebebiyle iktisadi ve çevresel kriz, savaş ve terör gibi hadiselerden en seri ve en fazla etkiye uğrayan sektörlerin ilk sırasında gelmektedir (Hacıoğlu ve Saylan, 2014; Çam ve Çılgınoğlu, 2020b). Turizm, talep boyutu itibarı ile oluşan türlü hallere karşı olumlu veya olumsuz şekilde ani tepkiler verebilen hareketli bir bünyeye sahiptir. Ziyaretçi oluşturma ve gelir meydana getirme etkisi bulunan faaliyetler ya da varış yerleri ve bunları benzersiz kılan cazibeler turizm sektörünü olumlu yönde etkilerken; siyasi odaklı negatif durum veya olaylar, salgın hastalıklar ve terör saldırıları gibi olumsuzluklar turizm sektörünü olumsuz yönde etkilemektedir (Çeti ve Ünlüönen, 2019; Çam ve Çılgınoğlu, 2021a). Ulaşım imkânlarının gelişmesiyle birlikte turistik hareketlilik artmakta ve turizm yeryüzü ekonomisi açısından önemli sektörlerden birine dönüşmektedir (Unur, 2002; Kara, Çömlekçi ve Kaya, 2012; Samırkaş ve Samırkaş, 2014; Ilgaz Yıldırım ve Şahin, 2018). Turizm sektörü, bugün yeryüzü gayrisafi hasılasının büyük bir bölümünü oluşturan ve yeryüzünde en hızlı gelişen sektörlerin başında gelmektedir (Dilber, 2007). Hızlı biçimde gelişen turizm sektörü, hem sermaye yatırıma hem de istihdama olan desteği açısından ulusal ekonomilerin önde gelen sektörlerinden biridir (Yamak, Tanrıöver ve Güneysu, 2012). Turizm sayesinde yeryüzünde ve Türkiye'de yüksek miktarda gelir

sağlanmaktadır. Ülkeler kendi turizm potansiyellerini aktif bir şekilde kullanarak ve bu kapsamda önemli gelişmeler sağlamayı arzu ederek ekonomilerinde hareketlilik oluşturmayı amaçlamaktadır (Çam ve Çelik, 2022). Turizm pek çok kişi tarafından bir bölgenin kalkınma sorunlarının çözümü şeklinde görülmektedir (Tosun ve Jenkins, 1996). Turizm faaliyet ve aktivitelerinin sağladığı iktisadi gelir sayesinde bölgesel kalkınmaya katkı sunulmakta ve iktisadi refah düzeyi artış göstermektedir (Çılgınoğlu ve Çam, 2021a). Geçmişten bugüne turistik talep değişimlerinin yaşanması söz konusudur. Bundan dolayı turistik talep değişimleri turizm paydaşları tarafından yakından takip edilebilmektedir. Örneğin; turistik çalışmaların özellikle de turistik etkinlik ve aktivitelerin çoğunlukla turistlerin istek ve ihtiyaçlarına göre planlanması ve gerçekleştirilmesi bu noktada önemli bir konu olarak görülebilmektedir (Çam ve Avcı, 2021; Çılgınoğlu ve Çam, 2021b).

Günümüzde turistler farklı alternatif turizm çeşitlerine yönelmekte ve alternatif turizm hareketliliği yaygınlaşmaktadır. Tabiat ve av turizmi çeşitleri de alternatif turizm çeşitleri arasında yer almakta ve turizm talebi açısından önemli avantajlar sağlamaktadır. Zira bu turizm çeşitlerinin yüksek seviyede kaynak potansiyeli vardır. Ayrıca tabiat ve av turizmi çeşitleri daima birbiriyle turistik etkileşimde bulunmaktadır. Anlatılanlar ışığında bu çalışmanın amacı, av turizmi ile tabiat turizmi arasındaki ilişkiyi değerlendirmektir. Böylelikle av turizmi ile tabiat turizmi arasında bulunan bağlantıya dikkat çekilmekte ve gerek coğrafik gerekse turistik açıdan önem taşıyan bilgiler literatüre kazandırılmaktadır. Çalışmanın yöntemi, derlemedir. Çalışmada derleme yönteminin bir alt alanı olan geleneksel derleme yöntemi kullanılmıştır. Bu yöntemin kullanılmasına yönelten etmen, literatürdeki bilgilerin genel durumunun daha kapsamlı bir şekilde görülüp, daha öz bir şekilde aktarılmasına olanak sağlanması düşüncesidir. Bu düşünce, çalışmanın oluşturulması ve geliştirilmesi bağlamında yönlendirici bir etki sağlamıştır. Çalışma tasarımının tüm aşamasında tarafsız bir yaklaşım sergilenmesi noktasında çaba sarf edilmiş ve böylelikle çalışmanın herhangi bir yanlılık göstermesi önlenmeye çalışılmıştır. Çalışma kapsamında literatürden yararlanılarak sağlanan bilgilerin betimsel analiz tekniği değerlendirilerek analizi gerçekleştirilmiştir. Zira bu tekniğin kullanılmasının, çalışma kapsamında uygun ve önemli olduğu düşünülmüştür.

## 2. AV TURİZMİ

Doğal hayat ve yaban hayatı habitatının beraber değerlendirilmesiyle ortaya çıkan av turizmi, doğal ortamlarında sayıları çok ya da yeterli sayıda bulunan çeşitlerin avlanmasına izin verilip denetimli şekilde ve ekolojik, yöresel değerlere öncelik verilerek gerçekleştirilen bir turizm çeşididir (Akoğlan Kozak ve Bahçe, 2009; Özer, 2020). Bir diğer ifadeyle, lüks turizm çeşitleri arasında yer alan av turizmi, av ve yaban yaşamı kaynaklarının kontrol altında yerli-yabancı avcılarının kullanımına sunulmasını, bu kaynakların turistik ve rekreasyonel açılardan değerlendirilip ulusal ekonomiye ve ülke turizmüne katkı sağlamasını amaç edinen etkinliklerdir (Demir, Okutucu, Ağyürek ve Güven, 2012; Ukav, 2012; Kantarlı, 2015; Özer, 2015).

Av turizmi çoğunlukla yaban hayvanlarının post, diş, boynuz vb. anı değeri taşıyan ve trofe denilen bölümlerine sahip olmak amacıyla gerçekleştirilmektedir (Demir ve ark., 2012; Kantarlı, 2015). Bunun dışında av yapmayı isteme, doğayla iç içe olmayı tercihe etme, av ve yaban hayatını doğal ortamından gözlemlemek istemek, av turizmüne katılım amaçları arasında sayılabilmektedir. Bu amaçlar av turizminin insanlar üzerinde çekicilik sağlamasına adına önemli olarak görülebilmektedir.

Av turizminin kendine has bir turist profili yapısı vardır. Av turizmine katılan turistler genelde avcı turistlerdir. Bu turistlerin av ve yaban hayatına yoğun ilgisi vardır. Av turizmi etkinlikleri gerçekleştirecek turistlerin gereksinim duydukları donanım ve araçlardan her birinin av turizmi açısından teknik nitelikler taşıması gerekmektedir. Av turizmi için giyilecek ayakkabıdan arazi aracına, rehberden kullanılacak mermiye kadar her birinin önceden tasarlanması gerekmektedir. Bundan dolayı av amaçlı seyahat eden turistler alışverişlerinde yüksek miktarlarda harcama gerçekleştirmektedirler. Kısacası, av turizmine katılım gösteren turistlerin harcama eğilimleri yüksek seviyededir (Ukav, 2012; Özer, 2015; Özer, 2020).

Av turizminin önemli turistik etkileri mevcuttur. Av turizmi, turizm etkinliklerinin farklılaştırılması, turizm hareketlerinin bütün seneye ve ülke geneline yayılması, av hayvanlarının yer aldığı alanlara yolculuk yapılması ve bu alanlarda konaklama gerçekleştirilmesi (Kozak, 2012; Ukav, 2012; Çakır, 2018; Olcay, Dağlıoğlu ve Sürme, 2019; Eken İnan, 2020; Ulu, 2021).

Av turizminin önemli ekonomik etkileri mevcuttur. Bu turizmiyle ilgilenen ülkeler yüksek seviyelerde ekonomik kazançlar elde etmektedir. Zira av turizminin turist profili yapısından da anlaşılacağı üzere bu noktada önemli ekonomik hareketliliklerin yaşanması söz konusudur. Ayrıca bugün birden fazla ülkenin zengin avcıları farklı yaban hayvanı çeşitlerini görmek ve macera yaşamak için kendi ülkelerinin dışında avlanmayı seçmektedirler. Yine birden fazla ülke, avcı turistlerin isteklerini yerine getirmek ve döviz geliri sağlamak için avlaklarını yerli-yabancı avcı turistlere açmaktadır. Bu bilgiye ilave olarak; birden fazla ülkede doğal dengenin tekrardan oluşturulmasıyla ilgili çalışmalara önem gösterilerek hem av hayvanlarının neslinin tükenmesinin önüne geçilmekte hem de planlı bir avlanma tertibinin uygulanması sayesinde av turizmi gelirleri bu turizm çeşidiyle ilgilenen ülkelerin ekonomilerinde önemli bir destek haline dönüştürülmektedir. Örneğin; Danimarka, Avusturya, Almanya, Çekoslovakya, Romanya, Bulgaristan, Polonya, Yugoslavya, Rusya, İspanya, hatta birden fazla Afrika ülkesi tutarlı bir biçimde av turizmi etkinlikleri düzenleyerek bu stratejiyle azımsanmayacak miktarlarda döviz sağlamaktadır (Milli Parklar ve Av Yaban Hayatı Genel Müdürlüğü, 2001; İnaç, 2001; Şafak, 2003; Duran, 2012). Böylelikle av turizmiyle ilgilenen kırsal ve bölgesel alanlardaki ekonomik kalkınmanın gelişmesine katkı sağlanmaktadır.

Av turizminin önemli kültürel etkileri mevcuttur. Av turizmi kapsamında seyahat gerçekleştiren turistler ziyaret ettikleri alanların kültürel kimliği hakkında da bilgi sahibi olmak isteyebilmekte ve böylelikle kültürel bilgi dağarcıklarını genişletebilmektedirler. Ayrıca bu tür turistler ziyaret ettikleri alanın yerel halkının sosyal yaşantısını gözlemleyebilme fırsatına sahiptirler. Bununla birlikte bu tür turistler söz konusu alanın yerel halkından alışveriş yaparak bir sosyo-kültürel etkileşim içerisine girebilmeleri söz konusu olabilmektedir.

Av turizminin önemli doğal etkileri mevcuttur. Av turizmi sayesinde yaban yaşamının muhafaza edilmesine ve değerlendirilmesine yardımcı olunmaktadır (Ulusoy, 2015; Özer, 2015; Özer, 2020). Bununla birlikte yaban yaşamı sahalarının korunması ve geliştirilmesi, usulsüz avcılığın aza indirgenmesi ve otokontrolün sağlanması noktasında av turizminin doğrudan veya dolaylı etkileri vardır (Kozak, 2012; Ukav, 2012; Çakır, 2018; Olcay ve ark., 2019; Eken İnan, 2020; Ulu, 2021). Bu bilgiye ilave olarak; av turizmi sayesinde boş araziler ve otlaklar, kamping ve karavan bölgeleri olarak değerlendirilebilmektedir (Şafak, 2003; Olcay ve

ark., 2019). Bu da doğal alanların av turizmi kapsamında değerlendirilmesi açısından önemli bir bilgi olarak ön plana çıkmaktadır.

Av turizmi konusunda önem taşıyan ve ön plana çıkan bir konu bulunmaktadır. Bu da sürdürülebilirlikle ilgilidir. Av turizmi varlığı, av hayvanlarının sayısına ve çeşitlerinin farklılığına bağlı olarak bir taraftan hayvan nesillerini sonsuza değin devam ettirebileceği ve genetik çeşitliliğe imkân sağlayacak kadar fazla sayıda olmasını gerektirmekte öbür taraftan da yaşadıkları doğa parçasının kaldırabileceğinden de fazla olamamasını mecburi kılmaktadır. Bu dengenin meydana gelmesi yönünde gerçekleştirilen av turizmine de sürdürülebilir av turizmi adı verilmektedir (Ulusoy, 2015). Sürdürülebilir avcılık anlayışı içerisinde gerçekleştirilen av turizminin, doğal ortamın korunmasına destek olacak, ekosisteme hasar vermeyecek, av ve yaban hayvanlarının üreme ve gelişmesine engel teşkil etmeyecek biçimde ve bilimsel metotlara dayanarak gerçekleştirilmesi önemlidir (Çakır, 2018). Dağlık yerler, av ve yaban yaşamı açısından zengin farklı türüllüğe sahiptir. Lakin bu türüllük bilinçsiz ve usulsüz avlanmalarla seri biçimde tüketilmektedir. Planlı ve sürdürülebilir av turizmi imkânlarıyla usulsüz, aşırı ve kaçak avcılık, av hayvanlarının sayısının azalması gibi sorunlar önlenebilecektir (Emekli, 2015).

### 3. TABİAT TURİZMİ

Tabiat turizmi, ormanın ve tabiatın benzersiz güzelliğinin ve tedavi ediciliğinin bir planlama ve etkili kontrolle ilgi grupları ile bir araya getirilmesi sürecidir. Bu süreç, korunan yerlerdeki yürüme, seyretme, gözlemlene, duyumsama, tanıklık etme, bilgilenme ve sanatsal değerlerle ilgilidir (Orman Fakülteliler Derneği [ORFAMDER], 2018). Bir diğer ifadeye göre; alternatif turizm çeşitleri arasında sayılan tabiat turizmi, tümüyle insanı cezbeden, varoluşun kaynağını simgeleyen ilahi düzenin dünyadaki temsilidir (Avcı ve Deniz, 2022).

Doğadan keyif almayı ve bu çerçevede doğayla ilişkili çeşitli turistik etkinlik ve aktiviteler gerçekleştirilmeyi istemek, tabiat turizmine katılım sağlama noktasında ön plana çıkan amaçlar arasındadır. Bununla beraber doğa hadiselerini yaşama merakı, doğaya ilişkin bilgi sahibi olma isteği, fiziki olarak aktif olma fikri ve benzer ilgi alanlarına sahip bireylerle tanışma arzusu, doğa ve doğal güzelliklerle (peyzaj, fauna ve flora gibi) iç içe olmak isteği, iç dünyasını geliştirme fikri, yerel kültürü ve yaşamı öğrenmeyi ve deneyimlemeyi istemek, stresten uzaklaşmayı arzu etmek insanları tabiat turizmi hareketlerine katılım sağlamaya yönlendirebilmektedir (Campbell, 2002; Kiper ve Arslan, 2007; Eskiörük, 2013; Çelik, 2015; Kahraman ve Türkay, 2017; Akyol, 2017; ORFAMDER, 2018; Tan ve Yıldırım, 2019; Malkoç, 2020; Çam ve Çılgınoğlu, 2021b; Trelohan, François-Lecompte ve Gentric, 2022; Avcı ve Deniz, 2022). Bunlar tabiat turizminin insanlar çekicilik sağlamasına adına önemli olarak görülebilmektedir.

Tabiat turizminde ziyaretçi profili üç temel grupta değerlendirilebilmektedir. Bunlar ise aşağıda belirtilmektedir (ORFAMDER, 2018):

- Tabiat turizmi, bilhassa çocukları kendi yaşamlarını kurup yanlarından ayrılan 45 yaş üzerinde bulunan kişiler arasında oldukça popülerdir. Bu grup, sessiz ortamlardan ve doğadan zevk almaktadır. Yeni şeyler deneyimlemek isteyen tecrübe sahibi seyahatçidir. Olağan dışı otantik deneyimler yaşamak için daha çok para ödemeye

gönüllüdür. Yolculuklarında konfora ve yüksek standartlara olabildiğince önem vermektedir.

- Tabiat turizminde ikinci büyük alan, 18-45 yaş arasında bulunanlardır. Bu grubun çoğu fazla yolculuk yapmaktadır. Uzaklardaki yeni varış yerlerini keşfetmek için gitgide artış gösteren ilgileri vardır. Bu grup da yine iki temel grup altında ele alınabilmektedir:
  - Zamanı bol olan lakin sınırlı gündelik bütçesi bulunan grup; bu grup çoğunlukla 18-30 yaş arasında bulunan kişilerden meydana gelmektedir. Uzun süreli ve sırt çantalı seyahatçidir. Gündelik harcama limitleri düşük seviyededir. Olabildiğince uzun tatil zamanlarına sahiptir. Bu zaman, senenin veya ayın herhangi bir periyodunda olabilmektedir. Ucuz konaklama tercih etmektedir. Yerel halk ile kaynaşmak, yerel ürün ve aktiviteleri deneyimlemek istemektedir. Tatillerini çoğunlukla topluluklarda veya koruma projelerinde gönüllü aktivitelerle kombine etmektedir.
  - Yüksek geliri, kısıtlı zamanı bulunan grup; bu grup çoğunlukla 30-45 yaş arasında, iyi bir işi ve geliri bulunan lakin zamanları oldukça sınırlı olan kişilerden meydana gelmektedir. Sık sık çiftler halinde yolculuk yapmaktadır. Çoğunlukla alışılmadık ve yaşamda bir defa yaşanabilecek deneyimler peşindedir. Tatillerinden mümkün olduğu ölçüde fazla bu çeşit deneyimler yaşamak istemektedir. Ayrıca konfor unsuru, bu grup için önem arz etmektedir.
- Çocuklu aileler de tabiat turizminde önemli ve büyüme gösteren bir alan oluşturmaktadır. Aileler gitgide daha fazla fiyat ve kalite dengesi odaklıdır. Bu grup, iyi aktiviteler ve bu aktivitelerde güvenlik ve eğlencenin doğru bir biçimde dengelenmesini istemektedir. Eğlencenin, kültürel zenginlikler ve yüksek kalite tecrübelerle kombine edilmesi gerekmektedir. Ayrıca her şey dâhil paketler bu grup için popülerlik göstermektedir.

Tabiat turizminin önemli turistik etkileri mevcuttur. Üzerinde yaşanan dünya çok sayıda tabiat varlığı sayesinde tabiat turizminin potansiyeli yüksek olması açısından önemli olumlu etkiler ve avantajlar sağlamaktadır. Bundan dolayı tabiat turizmiyle ilgilenen turistlerin dünya üzerinde ziyaret edebilecekleri çok sayıda tabiat varlıkları vardır. Söz konusu turistler daha tabiat turizmi hareketleri planlamaları yaparken turistik etkileşim içerisine girmeleri söz konusudur. Bu etkileşimin kimi zaman şahıslar kimi zaman da kitle iletişim araçları aracılığıyla bireysel veya toplumsal odaklı gerçekleşebilmesi mümkündür. Tabiat turizmi, alternatif turizm arasında bulunan bir turizm tipi olarak genel turizm potansiyelinin ve talebinin gelişmesinde önem taşımaktadır. Bu turizm tipi sayesinde turizm çeşitlendirilmesi, turizmin bütün yıla yayılım göstermesi, seyahatlerde, konaklamalarda, turistik ürün ve hizmetlerde artış sağlanması adına önemli ilerlemelerin kaydedildiğini ifade etmek mümkündür.

Tabiat turizminin önemli ekonomik etkileri mevcuttur. Tabiat turizmi varış yerlerinde istihdam oluşturulmasına yardımcıdır (Ardoin, Wheaton, Bowers, Hunt ve Durham, 2015; Akyol, 2017). Tabiat turizmi sayesinde ulusal ve uluslararası alanda ekonomik hareketlilikler artmaktadır. Tabiatla ilgili çok sayıda turistik etkinlik ve aktivite vardır. Ayrıca bu etkinlik ve aktivitelerin yoğun şekilde değerlendirilmesi söz konusudur. Bu bilgiye ek olarak; günümüzde tabiat turizmi pek çok ülkede yaygınlıkla gerçekleştirilmektedir. Güney Amerika, Avustralya, Kosta Rika, Nepal, Afrika gibi alanlar, yeryüzünde tabiat turizminin öncülerindedir. Avustralya'da uluslararası turistlere yönelik gerçekleştirilen bir çalışmada ülkenin (Avustralya) turistik kaynağının %55'inin tabiat turizmi kaynaklı olduğu ortaya konmuştur (Valentine, 1992; Malkoç, 2020). Benzer şekilde; Centre for the Promotion of Imports tarafından 2016 senesinde yayımlanan raporda; tabiat turizmi etkinliklerinin bütün yerkürede uluslararası turizm hareketlerinin %20'sini meydana getirdiği belirtilmektedir. Yine Centre for the Promotion of Imports'ta 2017 senesinde vahşi hayat turizminin yeryüzü turizm pastasında yaklaşık %7'lik bir payının bulunduğu ve bu turizm çeşidinin her sene yaklaşık %3'lük bir artış gösterdiği ifade edilmektedir. Bu, yeryüzünde senede yaklaşık 87 milyon yolculuğun vahşi hayat turizminin bir çeşidini içerdiği manasına gelmektedir. Bu yolculuğun yaklaşık yarısı Afrika'ya gerçekleştirilmektedir (ORFAMDER, 2018).

Tabiat turizminin önemli kültürel etkileri mevcuttur. Tabiat turizmine katılım gösteren turistler ziyaret ettikleri alanda kültürel iletişim ve etkileşim içerisine girebilmektedir. Bununla birlikte söz konusu turistlerin ziyaret ettikleri alanın kültürel yapısını öğrenme ve deneyimleme gibi fırsatları elinde buldurmaları söz konusudur. Tabiat turizmine ilgi duyan turistlerin böylelikle kültürel açıdan gelişmişlik elde edebilmeleri mümkündür. Söz konusu turistlerin kültürel açıdan gelişmişliği, ziyaret ettikleri alandan alışveriş yaparak da öğrenebilmeleri ihtimaller dahilindedir.

Tabiat turizminin önemli doğal etkileri mevcuttur. Tabiat, başlı başına bir güç kaynağıdır. Bundan dolayı tabiat odaklı turizm etkinlik ve aktivitelerine ilgi duyan turistlerin tabiat durum ve olaylarını (iklim, bitki örtüsü, hava durumu vb.) dikkate almaları önemlidir. Bu tür durum ve olaylar tabiat turizmi etkinlik ve aktivitelerinin zaman açısından gecikmesine hatta iptal edilmesine sebebiyet verebilmektedir. Bundan dolayı bu tür durumların göz önünde bulundurulmasında yarar vardır. Bu bilgiye ilave olarak; tabiat turizminde manzara bütünlüğü, topografya, vejetasyon, su, yaban yaşamı, kültürel ve arkeolojik değerler gibi kaynaklar tabiat turistlerine sunulan kaynaklardan bazılarıdır (Küçükaslan, 2006; Kiper ve Arslan, 2007; Köroğlu ve Karaman, 2014; Malkoç, 2020). Bu kaynaklar da tabiat turizmine ilgili duyan turistlerin üzerinde çekicilikler sağlanması adına olumlu etkilerde bulunmaktadır. Yine bu bilgiye ilave olarak; tabiatın muhafaza edilmesi, geliştirilmesi, tabiata daha fazla değer verilmesi, tabiatın turistik hareketlerde daha fazla değerlendirilmesi, fauna ve flora değerlerinin göz önünde bulundurulması ve daha iyi bir noktaya ulaştırılması konusunda tabiat turizminin olumlu etkilerinin olduğunu ileri sürmek mümkündür.

#### 4. AV TURİZMİ VE TABİAT TURİZMİ İLİŞKİSİ

Avcılıkla ilgili gerçekleştirilen turistik etkinlikler aynı zamanda tabiat turizmi kapsamında da değerlendirilebilecektir. Bu husus, av turizmi ve tabiat turizmi arasında önemli bir ilişkinin olduğunu akıllara getirmektedir.

Av turizminin gerçekleştiği alanlar doğrudan tabiatla iç içedir. Tabiatla ilgili doğal turistik çekicilikler (iklim, bitki örtüsü, coğrafik konum, flora, fauna vb. gibi) tabiat turizmi açısından önemli olduğu kadar belirli bir oranda da av turizmi açısından önemli turistik çekicilikler olarak ön plana çıkmaktadır.

Tabiat ve av turizmi çeşitleri kapsamındaki mevcut ve muhtemel olumsuzlukların bu iki turizm çeşidi üzerinde olumsuz sonuçlara yol açması söz konusudur. Bundan dolayı bu tür olumsuzlukların (aşırı avlanma, bilinçsiz avlanma, uygulamada yetersizlik, verimsizlik ve etkili olamama gibi) önlenmesi veya önüne geçilmesi, tabiat ve av turizmi çeşitleri kapsamında önemli bir konu teşkil etmektedir.

Tabiatın ve avlanma eyleminin kesişim noktasında av ve yaban hayatının varlığı ve zenginliği ile doğal ortam yer almakta ve bu da av ve tabiat turizmi çeşitlerine önem gösteren turistler tarafından göz önünde bulundurulmaktadır. Turistlerin tabiat ve avlanma eylemi ile ilgili davranış ve tutumlarının oluşması ve sosyal yaşantılarına yansımalarının ilk filizlenme noktasının temeli, onların yaratılış itibarıyla sahip oldukları içgüdülerinin niteliklerinin oluşum ve şekillenme evrelerine kadar uzanmaktadır. Bu durum da turistlerin birtakım turistik davranış ve hareketlerinin oluşumunun çok eski zamanlara dayandığını, gelişiminin uzun bir süreç gerektirdiğini ve zaman içerisinde de evrimleşip şekillenerek kendine bir yörünge çizdiğini akıllara getirmektedir. Ayrıca turistlerin turistik düşünce, davranış ve hareketleri bu tür süreç ya da süreçlerde diğer turistlere göre benzerlik ya da farklılık gösterebilecektir.

Av turizmi ve tabiat turizmi çeşitlerine katılan turistlerin profilleri birtakım yönlerden (doğal yaşama yönelik ilgi, tabiatı deneyimleme ve tabiatla iç içe olma isteği, geleneksel turizm anlayışından ziyade tabiat odaklı turizm anlayışına hitap eden faaliyet ve aktivitelere yönelim durumu vb. gibi) benzerlikler gösterdiği tahmin edilmektedir. Diğer taraftan da av turizmi ve tabiat turizmi çeşitlerine ilgi duyan turistlerin ekonomik harcamalarının birbirine yakınlık gösterdiği gibi birbirine göre farklılıklar gösterdiği durumu da göze çarpmaktadır.

Genel olarak; tabiat ve av turizmi çeşitleri arasında bulunan ilişkide turizm, coğrafya, doğa, doğal kaynaklar, kültür, turist profili ve motivasyonu vb. konular önem taşımaktadır. Bu tür konular hem tabiat turizmi hem de av turizmi kapsamında yönlendirici etkiler sağlamaktadır.

Tabiat ve av turizmi çeşitleri birtakım yönlerden benzerlikler ve farklılıklar taşımaktadır. Bu benzerlikler ve farklılıklar aşağıdaki tabloda ifade edilmek istenmiştir.

Çalışma kapsamında blockchain konusu çoğunlukla kavramsal olarak ele alınmış ve Bitcoin ve diğer kripto para birimlerinin turizm sektöründe kullanımına yönelik genel değerlendirmeler yapılmıştır. Ampirik çalışmalarda ise, kripto paraların turizm işletmelerinde kullanılabilirliğine dair bakış açıları somut bir şekilde ortaya konulmaya çalışılmıştır.



**Tablo 1.** Tabiat ve Av Turizmi Çeşitlerinin Birtakım Yönlerden Benzerlikleri ve Farklılıkları\*

<b>TABIAT VE AV TURİZMİ ÇEŞİTLERİNİN BİRTAKIM YÖNLERDEN BENZERLİKLERİ VE FARKLILIKLARI</b>	
<b>Tabiat Turizmi</b>	<b>Av Turizmi</b>
<b>Benzerlikler</b>	
Hem tabiat turizminin hem de av turizminin turistik, ekonomik, kültürel, doğal vb. yönlerden birtakım olumlu etkiler ve avantajlar sağlamasından dolayı birbiriyle benzerlikler taşıdığı öne sürmek mümkündür.	
Av-yaban hayatı varlıkları bir tabiatın içerisinde varlık sürdürmektedir. Bu durum da tabiat turizmi ve av turizmini birbiriyle etkileşimli hale getirmektedir.	
Tabiat ve av turizmi çeşitleri kapsamında benzer ürünler (trekking ayakkabısı, spor ayakkabı, el feneri, kamp eşyaları, bıçak, çakı, şapka, pusula, çanta vb.) kullanılabilir.	
Tabiat ve av turizmi çeşitleri kapsamındaki mevcut veya olası hatalı davranışlar ve bilinçsizlik durumunun, bu turizm çeşitlerinin varlığını ve geleceğini olumsuz yönde etkilemesi söz konusudur.	
Tabiat ve av turizmi çeşitleri ulusal ve uluslararası ölçekte bir gelir meydana getirmektedir.	
Tabiat ve av turizmi çeşitlerine katılım gösteren turistlerin gelir düzeyi yüksek olabilmektedir. Bununla beraber tabiat turizmine katılım gösteren turistlerin sınırlı bir gelir düzeyine sahip olması gibi durumlarla da karşılaşılabilir. Bu durum da av turizmine katılan turistlerin genelde ekonomik harcamalarının yüksek olduğu, tabiat turizmine katılan turistlerin ekonomik harcamalarının az, orta seviye ve yüksek olabileceği düşüncesinin benimsenmesine yönlendirmektedir.	
Tabiat ve av turizmi çeşitlerine katılım gösteren turistler konfor standartlarının yüksek olmasına önem gösterebilmektedirler.	
<b>Farklılıklar</b>	
Temel çekiciliği, doğal kaynaklardır.	Temel çekiciliği, av ve yaban hayatı varlığı ile zenginliktir.
Tabiat turizmi destinasyonlarında doğal kaynakların güzelliklerinin olması ve güzelliklerin de insanları etkisi altına alması söz konusudur.	Av turizmi destinasyonlarında av hayvanlarının çeşit ve sayısının fazla olması söz konusudur.
Mevcut ve potansiyel turist kitlesi, tabiat turistleridir. Bu turistler, doğal kaynakları tanımayı ve değerlendirmeyi, doğayı gezmeyi isteyen ve bu tür eğilimler gösteren turistlerdir.	Mevcut ve potansiyel turist kitlesi, avcı turistlerdir. Bu turistler, av yapan ve av yapma eğilimi bulunan turistlerdir.

\* Bu benzerlikler ve farklılıklar artırılabilir.

Tabiat turisti profilinde günlük hayatın stresinden uzaklaşmak, tabiatı gözlemlemek isteği ön plana çıkmaktadır.	Avcı turist profilinde av tutkusu, hobi, macera yaşama ve sportif amaçlı eylemler gerçekleştirme isteği ön plana çıkmaktadır.
Tabiat turizminin temel motivasyon kaynağı, tabiattır. Tabiat turizminin temeli tabiat üzerine kuruludur. Turistler tabiatı değerlendirmek ve bu yolla kendi içsel dünyalarına mutluluk kazandırmak ve haz elde etmek isteyebilmektedirler.	Tabiat turizminin temel motivasyon kaynağı, avdır. Av turizminin temeli av üzerine kuruludur. Turistler av yapmak ve bu yolla kendi birtakım içsel dürtülerini yerine getirmek isteyebilmektedirler. Ayrıca turistlerin avların trofe denen bölümlerine sahip olma isteği de bu noktada ağır basabilmektedir.
Tabiat turizmi geneline yönelik düşünceler olumlu yöndedir.	Av turizmi geneline yönelik olumlu ve olumsuz düşünceler söz konusudur. Özellikle hayvanların avlanmasıyla ilgili tartışmaya müsait durum ve olayların olduğunu öne sürmek mümkündür.
Tabiat turizmi kapsamında ilgilenilen turistik uğraşa ilişkin (paraşüt vb.) ürünler kullanılabilir. Tabiat turizmi kapsamında ilgilenilen turistik uğraşa ilişkin (paraşüt vb.) ürünler kullanılabilir.	Av turizmi kapsamında çeşitli ürün ve hayvanlar (tüfek, kopya av köpeği vb.) kullanılabilir.
Farklı alternatif etkinlik ve aktivitelere uyum sağlama durumu av turizmine göre daha yüksektir.	Farklı alternatif etkinlik ve aktivitelere uyum sağlama durumu tabiat turizmine göre daha düşüktür.

**Kaynak:** Yazarlar tarafından oluşturulmuştur.

## 5. SONUÇ, TARTIŞMA VE ÖNERİLER

Günümüzde insanların yoğunlukla alternatif turizm çeşitlerine yönelmeye başladıkları görülmektedir. Tabiat ve av turizmi çeşitlerinin alternatif turizm çeşitleri içerisinde genel olarak turizm kapsamında önemli bir yeri ve potansiyeli vardır. Tabiat ambiyansının ve yapısında bulunan değerlerin, tabiat ve av turizmi çeşitlerine katılım gösteren turistlerin turistik düşünce ve davranışları üzerinde etkili olduğu ve turistik potansiyel çekim gücünü pozitif yönde etkilediği tahmin edilmektedir. Tabiat ve av turizmi çeşitlerine katılanların ve katılım sağlamak isteyenlerin sayısının yüksek olduğu düşünülmekle (Şafak, 2003; Ulusoy, 2015; ORFAMDER, 2018; Avcı ve Deniz, 2022; Seçkin Gündoğan ve Şahin Körmeçli, 2023; Çam ve Çılgınoğlu, 2024) birlikte bu turizm çeşitlerinden azımsanmayacak derecede fazla turistik gelir elde edilmektedir. Ayrıca bu turizm çeşitlerinin günden güne daha fazla gelişim göstererek genel turizm gelir pastasından şu anki mevcut halinden daha yüksek bir pay sağlaması beklenmektedir. Hal böyle olunca da hem av turizmi hem de tabiat turizmi pazarından yüksek seviyede gelir elde etmeyi amaçlayan kişiler özel ilgi odaklarını bu noktalarda yoğunlaştırmaktadırlar.

Tabiat ve av turizmi çeşitleri arasında önemli bir ilişki vardır. Tabiat turizmi ile av turizmi, coğrafik açıdan ortak bir paydada buluşmaktadır. Coğrafya, tabiat ve av turizmi hareketlerini etkileyen ve bu turizm hareketlerinden etkilenen önemli bir unsur olarak dikkat çekmektedir. Bu iki turizm çeşidinin turistik kaynağının temeli doğaya dayanmaktadır. Doğanın varlığı, insanların ve diğer canlıların yaşamlarını devam ettirebilmeleri noktasında önemli bir güç kaynağı fonksiyonu üstlenmektedir. Doğanın canlılara sunduğu manzara, turistlerin seyir

zevkini harekete geçirerek turistik seyahat oluşumu sağlayan çekim potansiyeli yüksek bir etmen konumundadır. Bu etmenin turistik bakımdan önemi yüksek seviyededir. Bu etmen temel alınarak turizm planlaması ve pazarlamasına da yön verilmektedir. Doğa, farklı tür ve sayıda pek çok bitki ve hayvana ev sahipliği yapmaktadır. Ayrıca doğa, av ve yaban hayatının önemli bir kaynağı, aynı zamanda da belirleyicisidir. Bundan dolayı av turizmi faaliyetlerinin yapılabilmesi için doğanın varlığına ihtiyaç vardır. Avcıların av yapabilmek için doğayla baş başa olmaları gerekmektedir. Avcıların, avlayacakları hayvanların bağlı bulunduğu doğanın özelliklerine göre kendilerini hazırlamaları ve yönlendirmeleri, avlanma süreçlerinin şekillenmesinde yüksek seviyede bir etkiye sahiptir. Zira avlanma eylemi, önemli bir hazırlık ve dikkat gerektirmektedir. Hazırlıklı olmamanın ve dikkat etmemenin, kişinin yaralanmasına ve/veya ölümüne de sebebiyet verebileceğinin göz ardı edilmemesi icap etmektedir. Tabiat turizmi de turistik varlığını ve gücünü doğadan sağlamaktadır. Ayrıca ileri sürülen bu görüşlere ek olarak; tabiatın ambiyansının ve yapısında bulunan değerlerin, tabiat ve av turizmi çeşitlerine katılım gösteren turistlerin turistik düşünce ve davranışları üzerinde etkili olduğu ve turistik potansiyel çekim gücünü pozitif yönde etkilediği tahmin edilmektedir.

İnsanların tabiat turizmine yönelik bakış açılarının genel olarak olumlu olduğu; av turizmine yönelik bakış açılarının ise hem olumlu hem de olumsuz olduğu düşünülmektedir (Dilek ve Günlü Küçükaltan, 2018; ORFAMDER, 2018; Çam ve Çılgınoğlu, 2022). Av turizmine yönelik düşüncenin temelinde yatan neden ise avlanma eylemi ile ilgilidir. Avlanma, kimilerine göre normal karşılanıp tepki gösterilmezken kimilerine göre de normal karşılanmayıp çeşitli tepkiler gösterilmektedir. Tepkilerin oluşmasına sebebiyet veren temel durumun da hayvanların yaşama hakkının elinden alınması yani avlanılması olarak düşünülmektedir (Dilek ve Günlü Küçükaltan, 2018). Avcılar, doğada yer alan birtakım hayvanları avlamak amaçlı girişimlerde bulunmaktadır. Avcıların yaptıkları bu girişimlerine karşı da hayvan haklarını savunan kişi ve kurumların gösterdikleri olumsuz tepkileri görmek mümkündür.

Çalışmanın sonucunda ifade edilmek istenen öneriler şu şekildedir:

- Av turizmi kapsamında hareket eden turistlerin bilinçli davranış sergilemeleri önemlidir. Aksi takdirde birtakım olumsuz turistik etkilerin görülmesi kaçınılmazdır.
- Araştırmacılar tarafından av turizmine ve tabiat turizmine yönelik araştırmaların sayısının ve niteliğinin artırılması gerekmektedir. Çünkü bu alanlara yönelik gerçekleştirilen araştırmaların sayısının az olduğu düşünülmekte olup, bu sayının artırılmasının gerektiği kanısında olunmakta ayrıca bu tür alanların gelecekteki yıldızının daha da parlaklaşacağı tahmin edilmektedir. Yapılan bu tahminlerin temel çıkış noktası, tabiatın ve canlıların mevcudiyetine dayanmakta olup, tabiatın ve avlanmanın turistik açıdan önemli bir potansiyel çekim gücü oluşturmasına bağlanmaktadır. Konuyla ilgili olarak; alternatif turizm çeşitleri içerisinde tabiat ve av turizmi çeşitlerinin yeri ve potansiyelinin ulusal ve uluslararası kapsamda değerlendirilmesine yönelik bir çalışma oluşturulabilir.

- Tabiat ve av turizmi çeşitlerine ortaklaşa kombine edilebilir ne tür turizm uygulamalarının oluşturulabileceği tespit edilebilir. Ayrıca bu tür uygulamalarda tabiat ve av turizmi çeşitlerinin en çok hangi unsur ya da unsurlarına vurgu yapmanın önemli olduğunun kararlaştırılması ve bu iki alternatif turizm çeşidinin teorik ve pratik açıdan birbiriyle özdeşleştirilmesi önerilmektedir. Ayrıca buna ek olarak; bu kapsamda da genel turizm talebi açısından öngörülen mevcut ve muhtemel faydalarına yönelik bir değerlendirme ortaya konabilir.
- Dünyada ve Türkiye’de tabiat ve av turizmi kapsamında ortaklaşa yoğunlaşan coğrafik alanların tespit edilmesine yönelik olarak bir çalışma meydana getirilebilir. Ayrıca bahsi geçen araştırma kapsamında oluşan ulusal ve uluslararası ekonomik hareketliliğe de değinilebilir. Söz konusu araştırma kapsamında mülakat ve literatür taraması teknikleri olmak üzere iki farklı teknikten birlikte yararlanılması önerilmektedir. Özellikle turizm, coğrafya ve/veya ekonomi alanlarının literatüründeki bilgilerden ve bu alanlarda uzmanlık kazanan veya kazanmakta olan kişilerin görüşlerinden yararlanmasının, araştırmaya daha fazla derinlik ve önem kazandıracağı düşünülmektedir.
- Ülkelerin sahip olduğu bitki ve hayvan sayısı ve çeşitliliği ile ülkelerin gelişmişlik düzeylerinin tabiat ve av turizmi potansiyeli üzerindeki etkileri araştırılabilir.
- Av ve tabiat turizmi konusunda dünya üzerinde hangi ülkelerin ön plana çıktığı araştırılabilir. Ayrıca bu kapsamda doğal, ekonomik, coğrafik, turistik, politik vb. açılardan sınıflandırma yapılabilir ve bu bağlamda da ülkelerin birbirine karşı avantaj ve dezavantajları karşılaştırılabilir. Önerilen bu çalışmanın turizm literatürüne önemli bir fayda sağlaması beklenmektedir.
- Ülkelerin tabiat ve av turizmi alanlarında yetki sahibi birimlerinin ne(ler) olduğu, görev ve sorumluluklarının ne(ler) olduğu, aldıkları olumlu / olumsuz eleştirilerin ne(ler) olduğu ve genel olarak turizmin olumlu / olumsuz gelişimine mevcut / olası etkileri araştırılabilir. Bu araştırma kapsamında doküman incelemesi tekniği, odak grup görüşmesi tekniği, yapılandırılmış ya da yarı yapılandırılmış görüşme tekniği ve katımlı veya katımsız gözlem tekniğinden faydalanılabilir.
- Av turizmine katılmak için seyahat eden turistler gerek turistik gerekse ekonomik anlamda turizm varış yerine önemli katkılar sağlamaktadırlar. Bu katkıların kalitesinin derinleştirilmesi, sayısının ve etkisinin artırılması için de hem yerel yönetimlere hem de bölgesel yönetimlere önemli görev ve sorumluluklar düşmektedir. Konuya ilişkin olarak da yerel yönetimler ile bölgesel yönetimlerin bu noktada etkili ve önemli istişarelerde bulunmasında büyük yarar görülmektedir.
- Av turizmi ve tabiat turizmi potansiyelinin geliştirilmesi noktasında ülkelerin izlediği turistik stratejilere yönelik bir sistematik derleme çalışması meydana getirilebilir.

- Turizm trendleri konulu bir tahmin araştırması gerçekleştirilebilir. Bu araştırmanın odak noktası av turizmi ve tabiat turizminin kapsamı ve etki alanları göz önünde bulundurularak biçimlendirilebilir.
- Av turizmi ve tabiat turizmi konusunda sayısal veriler üzerine yoğunlaşan çeşitli çalışmalar oluşturulabilir veya bu çalışmalar geliştirilebilir. Örneğin; söz konusu çalışmalarda bibliyometrik analiz veya meta analiz değerlendirilebilir.

## 6. KAYNAKÇA

Akoğlan Kozak, M. ve Bahçe, A. S. (2009). Özel ilgi turizmi. Ankara: Detay Yayıncılık.

Akyol, C. (2017, 23-24 Ekim). Artvin İlinin doğa turizmi açısından değerlendirilmesi. DOKAP Bölgesi Uluslararası Turizm Sempozyumu içinde (s. 150-157). [Sempozyum]. DOKAP Bölgesi Uluslararası Turizm Sempozyumu, Trabzon, Türkiye.

Ardoin, N. M., Wheaton, M., Bowers, A. W., Hunt, C. A. ve Durham, W. H. (2015). Nature-based tourism's impact on environmental knowledge, attitudes and behavior: a review and analysis of the literature and potential future research. *Journal of Sustainable Tourism*, 6, 838-858. <https://doi.org/10.1080/09669582.2015.1024258>.

Avcı, M. ve Deniz, Y. S. (2022). Sağlık turizminde tabiat odaklı terapötik destinasyon önerisi: Kastamonu Horma Kanyonu örneği. *Uluslararası Global Turizm Araştırmaları Dergisi*, 6(1), 51-62.

Campbell, L. (2002). Making nature your business. A guide for starting a nature tourism business in the Lone Star State. (Third Revision). Austin: Texas Parks and Wildlife.

Çakır, R. A. (2018). Turizmin bölgesel kalkınmaya etkileri: Ayder turizm bölgesi örneği (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Rize: Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi.

Çam, O. ve Avcı, M. (2021). Schwartz değerler sistemi kapsamında turist davranışlarının değerlendirilmesi: İstanbul örneği. *Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 10(3), 2037-2059. <https://doi.org/10.33206/mjss.839016>.

Çam, O. ve Çelik, C. (2022). Evaluation of Bocuk Night within the framework of faith tourism events. *Journal of Applied Tourism Research*, 3(1), 37-56.

Çam, O. ve Çılgınoğlu, H. (2020a). Kastamonu ili turizm potansiyeli ve inanç turizminin şehirdeki yeri ve önemi. *Uluslararası Türk Dünyası Turizm Araştırmaları Dergisi*, 5(1), 76-90. <https://doi.org/10.37847/tdtad.740123>.

Çam, O. ve Çılgınoğlu, H. (2020b). İstanbul'da gerçekleştirilen terör saldırılarının incelenerek bu destinasyonun imajının turistlerin zihinlerinde oluşturdukları algıların değerlendirilmesi. *Uluslararası Türk Dünyası Turizm Araştırmaları Dergisi*, 5(2), 271-283. <https://doi.org/10.37847/tdtad.827370>.

Çam, O. ve Çılgınoğlu, H. (2021a). Basın-yayın organlarının yeni koronavirüs (COVID-19) hastalığıyla ilgili gelişmeleri topluma yansıtmaları ve bu salgın hastalığın etkilerinin turizm açısından irdelenmesi: İstanbul ili örneği. *Safran Kültür ve Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4(1), 130-150.

Çam, O. ve Çılgınoğlu, H. (2021b). Kastamonu ilinin tıbbi aromatik bitki potansiyelinin araştırılması. *Göbeklitepe International Journal of Health Sciences*, 4(4), 92-102.

- Çam, O. ve Çılgınoğlu, H. (2024). Av turizminin iktisadi etkisinin tespit edilmesi: Balıkesir ili örneği. *Journal of Applied Tourism Research*, 5(1), 28-39.
- Çelik, B. (2015). Bazı tıbbi ve aromatik bitki posalarının besin madde içeriklerinin belirlenmesi üzerine bir araştırma (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Antalya: Akdeniz Üniversitesi.
- Çeti, B. ve Ünlüöner, K. (2019). Salgın hastalıklar sebebiyle oluşan krizlerin turizm sektörü üzerindeki etkisinin değerlendirilmesi. *Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi Turizm Fakültesi Dergisi*, 22(2), 109-128.
- Çılgınoğlu, H. ve Çam, O. (2021a). Turizm potansiyelinin geliştirilmesinde yerel yönetimlerin rolü ve etkisi: Kastamonu örneği. O. K. Yılmaz (Ed.), *Belediyelerin genişleyen ekosistemleri üzerine disiplinlerarası çalışmalar içinde* (s. 47-76). Ankara: Nobel Bilimsel Eserler.
- Çılgınoğlu, H. ve Çam, O. (2021b). Gastronomi turizmi ve kültür ilişkisi. S. Kılıç (Ed.), *Halkbilimi bağlamında Türkiye’de yeme-içme kültürü içinde* (s. 135-166). Konya: Eğitim Yayınevi.
- Demir, M., Okutucu, M. A., Ağyürek, C. ve Güven, M. (2012). Av turizminin alternatif turizm kapsamında Erzurum ili turizmüne etkisi. *Batı Akdeniz Ormancılık Araştırma Enstitüsü Dergisi*, 2(66), 17-35.
- Dilber, İ. (2007). Turizm sektörünün Türkiye ekonomisi üzerindeki etkisinin girdi-çıkı tablosu yardımıyla değerlendirilmesi. *Yönetim ve Ekonomi Dergisi*, 14(2), 205-220.
- Dilek, S. E. ve Günlü Küçükaltan, E. (2018). Hayvan odaklı turizm faaliyetlerine meta eleştirel bakış: Türkiye örneği. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 29(1), 1-12.
- Duran, C. (2012). Türkiye’de dağlık alanların kırsal turizm açısından önemi. *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, (1), 45-52.
- Eken İnan, S. (2020). Doğa turizmi. F. A. Bilge & A. Cabi (Ed.), *Turizm türlerine profesyonel yaklaşım içinde* (s. 63-92). Ankara: Sage Yayınları.
- Emekli, G. (2015). Dağlar, dağcılık ve turizm. R. Efe (Ed.), *Coğrafya’da yeni yaklaşımlar içinde* (s. 205-217). İzmir: Dokuz Eylül Üniversitesi Yayınları.
- Eskiyörük, D. (2013, 19 Nisan). Ekoturizm kapsamında dağ ve doğa yürüyüşü potansiyeli: Orta Toroslarda Aladağlar ve Bolkar Dağları. II. Doğu Akdeniz Turizm Sempozyumu içinde (s. 144-161). [Sempozyum]. II. Doğu Akdeniz Turizm Sempozyumu, Adana, Türkiye.
- Hacıoğlu, N. ve Saylan, U. (2014). Arap Baharı’nın turizme yansımaları: Arap ülkeleri ve Türkiye. *Balıkesir University, the Journal of Social Sciences Institute*, 17(32), 55-80.
- Ilgaz Yıldırım, B. ve Şahin, D. (2018). Akdeniz ülkelerinde turizm gelirleri ve ekonomik büyüme ilişkisi: Bootstrap Panel Nedensellik Testi. *Yalova Sosyal Bilimler Dergisi*, 8(16), 73-83.
- İnaç, S. (2001). Av turizmüne bir bakış. *Av Tutkusu Dergisi*, 4(46), 17-20.
- Kahraman, N. ve Türkay, O. (2017). Turizm ve çevre (Genişletilmiş 7. Baskı). Ankara: Detay Yayıncılık.
- Kantarlı, M. (2015, 26-29 Kasım). Ormanlarımızda yaşayan büyük memeli yaban hayvanlarının envanteri ve ülkemizin av turizmi potansiyeli. 2023’e Doğru 3. Doğa ve

Ormancılık Sempozyumu içinde (s. 37-62). [Sempozyum]. 2023'e Doğru 3. Doğa ve Ormancılık Sempozyumu, Antalya, Türkiye.

Kara, O., Çömlekçi, İ. ve Kaya, V. (2012). Turizm gelirlerinin çeşitli makro ekonomik göstergeler ile ilişkisi: Türkiye örneği (1992-2011). *Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 8(1), 75-100.

Kiper, T. ve Arslan, M. (2007). Anadolu'da doğa turizmi kapsamında doğa yürüyüşü güzergahlarının belirlenmesinde örnek bir çalışma. *Journal of Tekirdag Agricultural Faculty*, 4(2), 165-174.

Kozak, N. (2012). Genel turizm bilgisi. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.

Kozak, N., Akoğlan Kozak, M. ve Kozak, M. (2010). Genel turizm ilkeler-kavramlar. Ankara: Detay Yayıncılık.

Köroğlu, Ö. ve Karaman, S. (2014). Doğaya dayalı turizm faaliyetlerinin gelişiminde toplum temelli doğal kaynak yönetiminin önemi. *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 16(26), 95-106. <https://doi.org/10.18493/kmusekad.05157>.

Küçükaslan, N. (2006). Özel ilgi turizminde niş pazarlamanın yeri. *Paradoks, Ekonomi, Sosyoloji ve Politika Dergisi (e-dergi)*, 2(2).

Malkoç, E. N. (2020). Doğa turizminde aile kamplarının incelenmesi. *Bartın Orman Fakültesi Dergisi*, 22(3), 748-758. <https://doi.org/10.24011/barofd.768413>.

Milli Parklar ve Av Yaban Hayatı Genel Müdürlüğü. (2001). Sürdürülebilir avcılık için temel eğitim kitabı. Eğitim Yayınları-1.

Olçay, A., Dağlıoğlu, T. ve Sürme, M. (2019). Turistleri av turizmine yönelten nedenlerin belirlenmesine yönelik araştırma. *Journal of Recreation and Tourism Research*, 6(3), 285-293. <https://doi.org/10.31771/jrtr.2019.31>.

Orman Fakülteliler Derneği (ORFAMDER). (2018, 23 Kasım). Tabiat turizmi raporu. 7 Ekim 2022 tarihinde [https://www.orfamder.org/wp-content/uploads/2019/01/ORFAMDER-Tabiat-Turizmi-Raporu\\_8.12.2018.pdf](https://www.orfamder.org/wp-content/uploads/2019/01/ORFAMDER-Tabiat-Turizmi-Raporu_8.12.2018.pdf) adresinden alındı.

Özer, O. (2015). Av turizmi ve görsel medya: Yaban TV'nin Türkiye'deki yerli turist avcılarının tutumlarına yönelik etkiler (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). İzmir: İzmir Kâtip Çelebi Üniversitesi.

Özer, O. (2020). Türkiye'nin av turizmi potansiyeli konusunda bir değerlendirme. *Journal of Gastronomy, Hospitality and Travel (JOGHAT)*, 3(1), 71-86.

Samırkaş, M. ve Samırkaş, M. C. (2014). Turizm sektörünün ekonomik büyümeye etkisi: Türkiye örneği. *İşletme Fakültesi Dergisi*, 15(1), 63-76. <https://doi.org/10.24889/ifede.268176>.

Seçkin Gündoğan ve Şahin Körmeçli, P. (2023). Çankırı ili tabiat turizmi kapsamında yeşil alan rotası analizi. *Artvin Çoruh Üniversitesi Orman Fakültesi Dergisi*, 24(2), 140-150. <https://doi.org/10.17474/artvinofd.1339708>.

Şafak, İ. (2003). Türkiye'deki av turizmi uygulamalarının özel avlak işletmelerine etkileri. *Süleyman Demirel Üniversitesi Orman Fakültesi Dergisi*, 4(2), 133-148.

Tan, F. ve Yıldırım, C. (2019). İnanç turizmi: Kastamonu ili turizm alt yapısına katkısı. *Uluslararası Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 3(1), 83-91. <https://doi.org/10.30625/ijctr.556508>.

Tosun, C. ve Jenkins, C. L. (1996). Regional planning approaches to tourism development: the case of Turkey. *Tourism Management*, 17(7), 519-531. [https://doi.org/10.1016/S0261-5177\(96\)00069-6](https://doi.org/10.1016/S0261-5177(96)00069-6).

Trelohan, M., François-Lecompte, A. ve Gentric, M. (2022). Tourism development or nature protection? Lessons from a cluster analysis based on users of a French nature-based destination. *Journal of Outdoor Recreation and Tourism*, 39, 100496. <https://doi.org/10.1016/j.jort.2022.100496>.

Ukav, İ. (2012, 12-15 Nisan). Adıyaman'da av turizmi. II. Disiplinlerarası Turizm Araştırmaları Kongresi içinde (s. 3-18). [Kongre]. II. Disiplinlerarası Turizm Araştırmaları Kongresi, Antalya, Türkiye.

Ulu, O. (2021). Kastamonu İlinin üçüncü yaş turizmi potansiyelinin tespiti ve değerlendirilmesi (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Kastamonu: Kastamonu Üniversitesi.

Ulusoy, H. (2015). Av turizminin kırsal turizm açısından kırsal kalkınma üzerindeki etkisinin irdelenmesi. *Türk Bilimsel Derlemeler Dergisi* 8(2), 74-80.

Unur, K. (2002). Türkiye'nin ekonomik etkilerini ölçmede kullanılan yöntemler ve Türkiye'nin aktif dış turizm gelirlerinin ölçümü için bir model önerisi (Yayımlanmamış doktora tezi). İzmir: Dokuz Eylül Üniversitesi.

Valentine, P. S. (1992, Ocak). Nature-based tourism. 14 Ekim 2022 tarihinde [https://researchonline.jcu.edu.au/1632/1/Nature-based\\_tourism.pdf](https://researchonline.jcu.edu.au/1632/1/Nature-based_tourism.pdf) adresinden alındı.

Yamak, N., Tanrıöver, B. ve Güneysu, F. (2012). Turizm-ekonomik büyüme ilişkisi: sektör bazında bir inceleme. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 26(2), 205-220.





## Sivas İnterdisipliner Turizm Araştırmaları Dergisi

ISSN: 2651-2742

2024 - Cilt: 7 Sayı: 2

Sayfa: 278-290

Dergi Web Sitesi: <http://sita.cumhuriyet.edu.tr/tr/>

Gönderilme Tarihi:10.12.2024

Kabul Tarihi:22.12.2024

### Araştırma Makalesi (Research Article)

## ÖRGÜT KÜLTÜRÜ, ÇALIŞANLARIN ÖRGÜTSEL BAĞLILIK VE MOTİVASYON DÜZEYLERİ İLE PERFORMANS ARASINDAKİ İLİŞKİ ÜZERİNE BİR DEĞERLENDİRME

An Evaluation on the Relationship Between Organizational Culture, Organizational Commitment  
and Motivation Levels of Employees and Performance

Hilal ERTURHAN IŞKIN

Sivas Cumhuriyet Üniversitesi

İ.İ.B.F.

Melike KOÇ\*

Sivas Cumhuriyet Üniversitesi

Sosyal Bilimler Enstitüsü

İfakat ATAĞ

Sivas Cumhuriyet Üniversitesi

Zara Ahmet Çuhadaroğlu MYO

### ÖZ

Alan yazın taraması sonucunda elde edilen veriler doğrultusunda çalışanların işletmelerine karşı geliştirdikleri bağlılığın, işletmelerin rekabet avantajı elde edebilmeleri açısından önemli katkılar sağladığı söylenebilir. Aslında bu sonuç beklenen bir sonuçtur. İşletmelerde görev yapan çalışanların örgütsel bağlılık düzeylerinin motivasyon düzeylerine bağlı olarak değiştiği söylenebilir. Bunun tam aksine işletmelerde görev yapan çalışanların motivasyon düzeyleri ve işlerini yapma konusundaki istekleri de örgütsel bağlılık düzeylerine bağlı olarak farklılık gösterebilir. Duruma ve şartlara göre iki varsayımda geçerli olabilmektedir. Diğer taraftan örgüt kültürünün, örgütsel bağlılık üzerinde etkisinin olduğu da varsayılmaktadır. Örgüt kültürünün olumlu yönde gelişmesi ve örgütsel bağlılığı etkilemesi aslında işletmenin ve çalışanların performansını artıracak nitelikte etkiler yapabilmektedir. Örgüt kültürünün performans ve örgütsel bağlılık üzerinde doğrudan ve dolaylı etkilerinden söz edilebilir. Diğer taraftan çalışanların motivasyon düzeylerinin performans üzerinde etkisinin olduğu alan yazın tarandığında görülebilmektedir. Ancak çalışan motivasyonunun sağlanması ve çalışanların işleri yapma konusundaki isteklerinin artırılması, örgüt kültürü ve örgütsel

\* Sorumlu Yazar: [kocmelike87@gmail.com](mailto:kocmelike87@gmail.com).

Önerilen Atıf: Erturhan Işkın, H., Koç, M. ve Atak İ. (2024). Örgüt Kültürü, Çalışanların Örgütsel Bağlılık ve Motivasyon Düzeyleri İle Performans Arasındaki İlişki Üzerine Bir Değerlendirme, Sivas İnterdisipliner Turizm Araştırmaları Dergisi, 7(2), 278-290.

bağlılık düzeylerine göre farklılaşabilmektedir. Diğer bir ifadeyle çalışanların motivasyonları örgüt kültürü ve örgütsel bağlılık düzeylerinden etkilenmektedir denilebilir.

Bu çalışmanın amacı, örgüt kültürünün çalışan motivasyonu düzeyinin ve çalışanların örgütsel bağlılığının işletme performansı üzerindeki etkisini kavramsal olarak incelemek ve bu ilişkiyi anlamak için bir çerçeve sunmaktır. Bu çerçeve, çalışanların bağlılık düzeyinin yanı sıra motivasyonel faktörlerin ve örgüt kültürünün de iş performansı üzerindeki önemini vurgulamaktadır. Çünkü motivasyon düzeyi yüksek olan çalışanlar işlerine daha fazla bağlılık göstermekte oldukları varsayılmaktadır. Ayrıca işletmede olumlu örgüt kültürünün var olması işletmelerin hedeflerine ulaşmasını kolaylaştırmaktadır. Bu nedenle, çalışanların örgütsel bağlılık düzeyini anlamak ve artırmak, işletmenin performansını arttırmada kritik bir adımdır. Araştırmanın odak noktası, örgüt kültürü, çalışan motivasyonu ve örgütsel bağlılık ile işletme performansı arasındaki ilişkiyi anlamak ve bu konuda işletmelere öneriler sunmaktır. Diğer taraftan çalışma kapsamında yapılan değerlendirmeler sonucunda ilerde yapılabilecek uygulamalı bir araştırma için model önerilmesi amaçlanmıştır.

Bu araştırma, mevcut literatürün derinlemesine incelenmesini ve önceki araştırmaların değerlendirilmesini içermektedir. Çeşitli akademik kaynaklardan toplanan veriler ve çeşitli araştırma yöntemleri kullanılarak elde edilen bulgular çalışmanın temelinin oluşturmaktadır. Yapılan derinlemesine alan yazın taraması ve değerlendirmeler sonucunda, çalışanların örgütsel bağlılığının ve olumlu örgüt kültürünün işletme performansını olumlu yönde etkilediği söylenebilir. Örgüte bağlı çalışanların işletme içerisindeki iş tatmini ve motivasyon düzeyi daha yüksektir. Ayrıca, işletmelerin örgütsel bağlılığı artırmak için uygulayabilecekleri çeşitli stratejiler bulunduğu tespit edilmiştir. Bu çalışma, örgüt kültürü ve çalışanların örgütsel bağlılıklarının işletme performansı açısından önemini vurgulamakta ve işletmelere bu alanda nasıl iyileştirmeler yapabilecekleri konusunda öneriler sunmaktadır. Çalışan bağlılığının artırılması, işletmelerin sürdürülebilir başarı elde etmelerine yardımcı olabilir ve rekabet avantajı sağlayabilir. İşletmelerin, çalışanların örgütsel bağlılığını artırmak için çeşitli stratejiler uygulaması önemlidir. Bunlar arasında insan kaynakları yönetimi, açık iletişim, adil yönetim uygulamaları, iş-yaşam dengesi politikaları, iş tatmini sağlayan politikalar ve çalışan katılımını teşvik eden uygulamalar sayılabilir. Liderlik eğitimi ve çalışan gelişimine yatırım yapmak da önemlidir.

**Anahtar kelimeler:** Örgüt Kültürü, motivasyon, örgütsel bağlılık, rekabet avantajı, işletme performansı

## ABSTRACT

In line with the data obtained as a result of the literature review, it can be said that the commitment that employees develop towards their businesses makes significant contributions to the competitive advantage of businesses. In fact, this result is an expected result. It can be said that the organizational commitment levels of employees working in enterprises change depending on their motivation levels. On the contrary, the motivation levels of employees working in enterprises and their willingness to do their jobs may also differ depending on their level of organizational commitment. Both assumptions may be valid according to the situation and conditions. On the other hand, it is also assumed that organizational culture has an effect on organizational commitment. The positive development of organizational culture and its effect on organizational commitment can actually increase the performance of the business and employees. Organizational culture can have direct and indirect effects on

performance and organizational commitment. On the other hand, it can be seen in the literature that the motivation levels of employees have an effect on performance. However, ensuring employee motivation and increasing employees' willingness to do their jobs may differ according to organizational culture and organizational commitment levels. In other words, it can be said that employees' motivation is affected by organizational culture and organizational commitment levels.

The purpose of this study is to conceptually examine the impact of organizational culture on the level of employee motivation and organizational commitment of employees on business performance and to provide a framework for understanding this relationship. This framework emphasizes the importance of motivational factors and organizational culture on business performance as well as employee engagement level. Because it is assumed that employees with high motivation levels show more commitment to their jobs. In addition, the existence of a positive organizational culture in the business makes it easier for businesses to achieve their goals. Therefore, understanding and increasing the level of organizational commitment of employees is a critical step in improving the performance of the business. The focus of the study is to understand the relationship between organizational culture, employee motivation and organizational commitment and business performance and to provide recommendations to businesses in this regard. On the other hand, as a result of the evaluations made within the scope of the study, it is aimed to propose a model for a future applied research.

This research involves an in-depth review of the existing literature and an evaluation of previous research. The data collected from various academic sources and the findings obtained using various research methods form the basis of the study. As a result of the in-depth literature review and evaluations, it can be said that employees' organizational commitment and positive organizational culture positively affect business performance. Employees who are committed to the organization have higher levels of job satisfaction and motivation. In addition, it has been determined that there are various strategies that businesses can implement to increase organizational commitment. This study emphasizes the importance of organizational culture and organizational commitment of employees in terms of business performance and offers suggestions to businesses on how they can make improvements in this area. Increasing employee engagement can help businesses achieve sustainable success and provide competitive advantage. It is important for businesses to implement various strategies to increase employees' organizational commitment. These include human resource management, open communication, fair management practices, work-life balance policies, policies that provide job satisfaction and practices that encourage employee participation. It is also important to invest in leadership training and employee development.

**Keywords:** Organizational Culture, motivation, organizational commitment, competitive advantage, business performance,

## 1. GİRİŞ

Çalışanların çalıştıkları işletmelerde örgüt kültürüne ilişkin olumlu algıya sahip olmalarının, kendi performansları ve dolayısıyla işletmenin performansı üzerinde olumlu etkiye sahip olması beklenmektedir. Yapılan alan yazın taramaları söz konusu beklentiyi desteklemektedir (Shahzad vd. 2012; Martinez vd. 2015; Karmila vd. 2024). Diğer taraftan çalışanların örgütsel bağlılık ve motivasyon düzeylerinin işletme performansına etkisi, günümüz iş dünyasında giderek artan bir öneme sahip olan ve işletmelerin başarısını belirleyen önemli faktörler olarak

belirtilebilir. Daha önce yapılan çalışmalarda araştırmacılar, çalışanların örgütsel bağlılık ve motivasyon düzeyinin, performans üzerine etkisini ortaya koymuşlardır (Meyer vd. 1989; Angle ve Lawson, 1994; Agustina vd. 2024). İnsanlar neden çalışır, insanları çalışma arzusuna iten sebepler nelerdir? İşte bu sorular, çalışanların örgütsel bağlılık ve motivasyonunu anlamak için temel bir başlangıç noktası oluşturur. Çünkü insanların çalışma arzusu hem kişisel hem de işletme düzeyinde önemli sonuçlar doğurur. İnsanlar, geçimlerini sağlamak için çalışırken aynı zamanda kişisel tatmin, başarı ve sosyal kabul gibi psikolojik ihtiyaçlarını da karşılamak isterler. İşte bu noktada, işletmelerin çalışanlarını motive etmeleri ve örgütsel bağlılıklarını artırmaları gerekmektedir. Çünkü bağlı ve motive çalışanlar, işletmenin hedeflerine daha sadık ve etkili bir şekilde hizmet ederler, dolayısıyla işletmenin performansını artırır. Bu bağlamda, işletmelerin çalışanların örgütsel bağlılık ve motivasyonunu artırmak için çeşitli stratejiler uygulamaları kaçınılmazdır (Angle ve Lawson, 1994). Örneğin, açık iletişim kanalları sağlamak, adil iş uygulamaları benimsemek, çalışanları ödüllendirmek ve gelişim fırsatları sunmak gibi stratejiler, çalışanların işletmeye duydukları bağlılığı ve motivasyonu artırabilir. Bu şekilde, işletmeler hem çalışanlarının refahını artırabilir hem de performanslarını yükseltebilir, böylelikle sürdürülebilir bir başarı elde edebilirler. Bu çalışma, örgüt kültürünün, çalışanların örgütsel bağlılık ve motivasyon düzeylerinin işletme performansına olan etkisini daha derinlemesine incelemeyi ve bu ilişkiyi anlamak için bir çerçeve sunmayı amaçlamaktadır.

Çalışanların örgütsel bağlılık ve motivasyon düzeylerinin işletmeler için önemi, işletmelerin verimliliği ve başarısı üzerinde doğrudan etkili olan kritik faktörlerdendir. Örgütsel bağlılık, çalışanların işletmeye olan duygusal ve profesyonel bağlarını ifade ederken, motivasyon ise çalışanların işlerine olan ilgilerini ve iş performanslarını belirleyen temel unsurdur. İşletmelerin karlılığı ve sürdürülebilirliği açısından hayati önem taşıyan faktör iş görenlerdir. Bu yüzden iş görenlerin motivasyonu ve işyerine bağlılığı oldukça önemlidir. Sonuç olarak, bağlılık ve performansı etkileyen birçok faktör bulunmaktadır. Performansı artırmak için yöneticilerin, çalışan memnuniyetini ön planda tutmaları gerekmektedir. Giderek küreselleşen dünyada, örgütlerin devamlılığını sürdürmek ve rekabet avantajı elde etmek için çalışanlar ve çalışan performansı oldukça önemlidir. Bu nedenle, yöneticilerin çalışanların motivasyonunu ve bağlılığını artıracak stratejiler geliştirmeleri, işletmelerin başarısı için kritik bir gerekliliktir denilebilir.

Çalışan bağlılığı kavramı sanayi devriminden sonra önem kazansa da ilk tanımını 1990'lı yıllarda Kahn yapmıştır. *Academy of Management Journal*' da yayımlanan "İş Yerinde Kişisel Bağlılık ve İlgisizlik Durumlarının Psikolojik Koşulları" başlıklı araştırmasında yer almıştır. Çalışan bağlılığı bireyin "tercih edilen benliği", bir kişinin iş davranışlarında fiziksel, bilişsel ve duygusal olarak kendini ifade etmesi ve işe tam olarak katılım sağlamasıdır. Uygun koşullar altında, çalışanlar gerçek kimliklerini, düşüncelerini ve duygularını işlerine yansıtarak enerjilerini bu yönde kullanırlar (Kahn, 1990).

Çalışan bağlılığı, çalışanların kendilerini işlerine adarken aynı zamanda gerçek kimliklerini ve kişisel değerlerini iş süreçlerine yansıtma olmaları sağlar. Bu tür bir bağlılık, çalışanların işlerine duyduğu sadakati ve motivasyonu artırarak, genel işletme performansına olumlu katkılar sunar. Çalışanların bu seviyede bir bağlılık sergilemeleri, işletmelerin uzun vadede sürdürülebilir başarıya ulaşmaları açısından hayati öneme sahiptir. Bu, sadece iş verimliliğini artırmakla kalmaz, aynı zamanda iş yerinde pozitif bir çalışma kültürü oluşturarak, çalışanların işlerine daha fazla bağlı ve memnun olmasını sağlar (Meyer vd. 1989).

Allen ve Meyer (1991) "A Three-Component Conceptualization Of Organizational Commitment" isimli makalesinde, örgütsel bağlılığı üç kısım da incelemiştir. Bu inceleme de örgütsel bağlılığı türleri olarak değil de bileşenleri olarak incelemiştir ve yaptıkları araştırma sonucunda bileşenleri şeklinde sınıflandırmanın daha doğru olduğunu görmüşlerdir. Çünkü türleri olarak sınıflandırıldığında birbirlerini tamamen dışlayacaklarını görmüşlerdir. Oysaki örgütsel bağlılığın birleşenleri birbirlerini tamamlamaktadırlar. Örneğin bir çalışan hem iş yerinde kalma isteği hem de kalmak zorunda olma hissi yaşayabilir. Fakat bununla birlikte kendini işe bağlı hissetme sorumluluğu hissetmeye bilir; diğer bir çalışan ise az bir istek duyabilir, ortalama düzeyde bir ihtiyaç hissedebilir ve güçlü bir bağlılık hissedebilir. Bu gibi benzer durumlar mevcut olabilir (Meyer ve Allen, 1991). Duygusal Bağlılık (Affective Commitment) Bir çalışanın örgüte derin ve tutkulu bir bağlılık hissetmesini, örgütü benimsemesini ve örgüte aktif katılımını ifade eder. İşletmeye karşı derin bir bağlılık hissiyatını içerir ve çalışanların işletmeyi kendilerine ait bir parça gibi benimsemelerini teşvik eder. Duygusal bağlılığın sağlanması ve güçlendirilmesi, çalışanların işletmeye olan sadakatini artırmanın ve işletme performansını iyileştirmenin önemli bir yolu olarak kabul edilir. Devam bağlılığı (Continuance Commitment) Devam bağlılığı, örgütsel bağlılığın bir bileşeni olarak, çalışanın mevcut işletmeden ayrılmanın getireceği maliyetlerin farkında olması ve bu maliyetlerin yüksekliği nedeniyle işletmede kalmaya devam etmesini ifade eder (Meyer ve Allen, 1991) Bu bağlılık türü, iş değiştirme maliyetleri, işsiz kalma riski ve yeni bir iş bulma zorluğu gibi faktörlerin, çalışanın mevcut işletmede kalmanın daha mantıklı bir seçenek olduğu düşüncesini desteklemesiyle şekillenir. Örneğin, uzun yıllardır aynı işletmede çalışan bir kişi, başka bir iş bulmanın zorluğunu ve iş değişikliğinin getirebileceği belirsizlikleri düşünerek mevcut işletmede kalmaya devam edebilir. Devam bağlılığı, çalışanların işletmede kalma niyetlerini etkileyen önemli bir faktördür. Ancak, yalnızca bu tür bağlılığa dayalı olarak işletmenin performansını artırmak zordur çünkü bu bağlılık, çalışanların işletmeye duygusal veya normatif bağlılık düzeyini yansıtmaz. Dolayısıyla, işletmelerin çalışanların bağlılık düzeylerini artırmak için sadece devam bağlılığına değil, aynı zamanda duygusal ve normatif bağlılığı da hedefleyen stratejilere odaklanmaları önemlidir. Normatif bağlılık (Normative Commitment) Normatif bağlılık, işletme içinde ve dışında belirli etik değerlerin veya sosyal normların etkisi altında çalışanın işletmeye olan bağlılık düzeyini ifade eder. Bu bağlılık türü, çalışanın işletmeye olan sadakatini, işletme tarafından sağlanan fırsatlar veya geçmişteki iyilikler gibi etik değerler veya sosyal normlar nedeniyle bir yükümlülük veya sorumluluk duygusuyla ifade etmesini içerir. Örneğin, çalışanlar, işletme tarafından sağlanan eğitim fırsatları veya iş güvencesi gibi avantajlara minnettarlık duyabilirler ve bu nedenle işletmeye karşı bağlılık gösterebilirler. Normatif bağlılık, çalışanların işletmeye karşı hissettikleri bağlılığı derinleştirebilir ve işletme içinde olumlu bir çalışma ortamının oluşturulmasına katkıda bulunabilir. Bu bağlılık türü, işletme içinde etik bir kültürün geliştirilmesini teşvik edebilir ve çalışanların işletmeye olan güvenini artırabilir. Ancak, normatif bağlılık yalnızca duygusal bağlılıkla birlikte düşünüldüğünde, çalışanların işletmeye olan bağlılığını daha kapsamlı bir şekilde anlamak mümkün olur (Meyer ve Allen, 1991).

İşletmelerde motivasyon önemli bir yere sahiptir. Çünkü işletmelerin belirli amaçları vardır. İşletmeler söz konusu amaçlar doğrultusunda planlar yaparlar ve bu planları uygulayarak amaçlarına ulaşmaya çalışırlar. Ancak planların uygulanması sürecinde insan faktörü devreye girmektedir. Planların uygulayıcısı olan çalışanların planları uygulama konusunda istekli olmaları gerekir. Söz konusu istekli olma durumunu sağlama süreci motivasyon süreci

olarak isimlendirilebilir. Motivasyon, bireylerin belirli bir amaca yönelik olarak çaba göstermelerini sağlayan içsel veya dışsal bir güçtür. İnsan davranışlarının temelini oluşturan motivasyon, bireylerin hedeflerine ulaşmak için ne kadar çaba göstereceklerini ve bu çabayı ne kadar süre devam ettireceklerini belirler (Walker vd. 1977; Schunk, 1995; Budiarto vd. 2024).

Bireylerin, örgütsel hedeflere ulaşmak için gerekli eylem ve davranışları sergilemeleri iş performansı olarak değerlendirilir. Performans ölçümü, işletmeler için son derece önemlidir. İşletme sahipleri ve yöneticilere, işletmenin devamlılığını sağlamak için izlenmesi gereken yolları ve mevcut eksiklikleri belirlemekte yardımcı olur (Kırvaç ve Armutcu, 2023). İş performansının yanı sıra işletmenin genel performansının da değerlendirilmesi önemlidir. İşletme performans ölçümü için kullanılan en yaygın ölçütler; finansal ölçütler (gelir, kâr marjı, işletmenin mali durumu), müşteri ölçütleri (müşteri memnuniyeti, müşteri sadakati vb.), operasyonel ölçütler (üretim verimliliği, stok devir hızı vb.), çalışan ölçütleri (çalışan memnuniyeti, çalışan performansı vb.). Sonuç olarak işletmelerin rekabet edebilmesi ve devamlılığını sürdürmesi için ileriye dönük planlar yapması gerek bu planları yapmak için de performans ölçütlerine ihtiyaç vardır (Kanter ve Brinkerhoff, 1981; Shahzad vd. 2012).

## 2. ARAŞTIRMA KONUSUNA İLİŞKİN ALAN YAZIN DEĞERLENDİRMESİ

YÖK Tez Merkezi ve Google Akademik'de motivasyon ve örgütsel bağlılık kavramlarına geniş bir şekilde değinilmiştir. Ancak, bu kavramların işletme performansı ile ilişkilendiren çalışmalar sınırlıdır. Bu sınırlı alanda incelemelerde bulunmuştur. Çalışmada yer alan değişkenlerin birbirleri ile olan ilişkilerini alan çalışmaların yöntem ve sonuçlarına ilişkin değerlendirmeler yapılmıştır. Çalışmanın bu kısmında çalışmada yer alan değişkenlerin kendi aralarındaki ilişkileri konu edinen çalışmaların yöntem ve sonuçlarına ilişkin bilgilere yer verilmiştir.

AK'ın (2022) İçsel Motivasyon Araçlarının Örgütsel Bağlılık ve Görev Performansına Etkileri başlıklı bir araştırmasında, bir kamu kurumunda yapılan çalışmadan yararlanılmıştır. Araştırmaya, gönüllü olarak 225 kişi katılmıştır. Çalışmanın sonuçlarına göre, içsel motivasyon araçlarının görev performansı üzerinde doğrudan ve pozitif bir etkisi olduğu gözlemlenmiştir. Bu bulgu, çalışanların motivasyonunu artırmaya yönelik faaliyetlerin, kurum içerisindeki çalışanların iş performansını artırdığını göstermektedir. Ayrıca, araştırma sonuçları, içsel motivasyon araçlarının çalışanların örgütsel bağlılığı üzerinde de olumlu bir etkisi olduğunu ortaya koymuştur.

Ali'nin (2022) Örgüt Kültürünün Çalışan Performansı Üzerine Etkisinin İncelenmesi: Bağdat Üniversitesi'nde Bir Araştırma başlıklı çalışması kapsamında, eğitim sektöründe faaliyet gösteren kurumlardan 246 katılımcıdan anket tekniği kullanılarak veriler toplanmıştır. Elde edilen bulgular, örgüt kültürünün çalışanların performansının belirlenmesinde önemli bir etkiye sahip olduğunu göstermektedir. Araştırma sonuçlarına göre, örgüt kültürünün çalışanların performans düzeylerinin iyileştirilmesine katkı sağladığı söylenebilir. Ayrıca, örgüt kültürü ile çalışan performansı arasında pozitif bir ilişki olduğu belirlenmiştir.

Elramalli'nin (2022) Örgüt Kültürü, İşgören Performansı ve İşletme Performansı Arasındaki İlişkilerin Belirlenmesi: Libya Demir Çelik Firması Üzerine Bir Örnek İnceleme Bu çalışmanın amacı, Libya Demir-Çelik Şirketi'nde çalışanlardan oluşan bir örneklem kullanarak örgüt kültürü, çalışan performansı ve işletme performansı arasındaki ilişkiyi belirlemektir. Çalışmada 301 katılımcı yer almıştır: ticaret ve finans bölümünde 32 katılımcı (%10,6), üretim bölümünde 203 katılımcı (%67,4), idari bölümde 53 katılımcı (%17,6) ve teknoloji yapısında 49

katılımcı (%16,3). Araştırma bulguları, örgüt kültürü ile çalışan performansı arasında istatistiksel olarak anlamlı bir pozitif ilişki olduğunu göstermektedir. Ayrıca, örgüt kültürü ile işletme performansı arasında da istatistiksel olarak anlamlı bir pozitif ilişki bulunmuştur. Bunun yanı sıra, çalışan performansı ile işletme performansı arasında istatistiksel olarak anlamlı bir pozitif ilişki tespit edilmiştir. Bu sonuçlar, örgüt kültürünün hem çalışanların hem de işletmenin genel performansını artırmada önemli bir rol oynadığını ortaya koymaktadır.

Koç Tazıcı'nın (2022) "Toplam Kalite ve Stratejik Kalite Yönetimi Uygulamaları Bağlamında Motivasyon Araçlarının İşletme Performansı Üzerine Etkisinin İncelenmesi: İlaç Sektöründe Bir Araştırma" başlıklı çalışmasının amacı, ilaç sektöründeki işletmelerde toplam kalite ve stratejik kalite yönetimi uygulamaları bağlamında motivasyon araçlarının işletme performansı üzerindeki etkisini belirlemektir. Bu araştırmanın bağımlı değişkeni işletme performansı, bağımsız değişkeni ise motivasyon araçlarıdır. Araştırmanın örneklem grubu, İstanbul ilinde faaliyet gösteren iki farklı ilaç firmasında aktif olarak çalışmaya devam eden 415 çalışandan oluşmaktadır. Araştırma sonuçlarına göre, genel işletme performansının cinsiyet ve eğitim değişkenlerine göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık gösterdiği, işletmenin finansal performansının ise cinsiyet, yaş, medeni durum, eğitim ve çalışanların kurumdaki iş tecrübesi değişkenlerine göre istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık gösterdiği tespit edilmiştir. Motivasyon boyutlarından biri olan çalışanların içsel motivasyonunun, işletme performansının boyutlarından olan finansal performansa ( $p=0,002\leq 0,01$ ) ve müşteri performansına ( $p=0,021\leq 0,05$ ) pozitif yönde anlamlı bir etkisi olduğu görülmüştür. Çalışanların toplam kalite ve stratejik kalite uygulamaları baz alınarak içsel motivasyonlarının artırılması ile işletmelerin finansal performanslarının ve müşteri memnuniyeti performanslarının artacağı ifade edilebilir.

Mohamadou'nun (2022) "Müşteri Memnuniyetinin İşletme Performansı Üzerindeki Etkisi" başlıklı çalışması, sağlık işletmeleri üzerine yapılmış olup, müşteri memnuniyetinin işletme performansı üzerindeki etkilerini belirlemeyi amaçlamaktadır. Araştırma, sağlık sektöründe faaliyet gösteren altı özel hastane üzerinde yürütülmüş ve 308 katılımcıyla gerçekleştirilmiştir. Verilerin elde edilmesinde basit tesadüfi örnekleme yöntemi kullanılmıştır. Araştırma verileri kullanılarak güvenilirlik analizi, faktör analizi, korelasyon analizi ve regresyon analizi gibi yöntemler doğrultusunda müşteri memnuniyetinin işletme performansı üzerinde pozitif yönde güçlü bir etkisi olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Sağlık işletmeleri ile ilgili literatür incelendiğinde, sağlık işletmelerinin hastaları birer müşteri olarak gördükleri ve bu nedenle hastaların memnuniyetini ön planda tuttıkları anlaşılmaktadır. Bu yaklaşım hem insan sağlığının korunmasını hem de sağlık kuruluşlarının kâr etme zorunluluğunu yansıtmaktadır. Dolayısıyla, sağlık kuruluşlarında çalışan tüm personelin insan sağlığını öncelikli tutarak performanslarını artırmaya yönelik çabalarının, sağlık kuruluşlarının genel performansına olumlu yönde katkı sağlaması beklenmektedir.

Şimşek Evren ve Çakıcı'nın (2022) "Örgüte ve yöneticiye bağlılığın iş performansına etkisinde gelirin düzenleyici rolü: Otel Mutfak Çalışanları Üzerinde Bir Araştırma" başlıklı çalışması, kurumsallaşmış otellerde mutfak çalışanlarının örgütsel bağlılıkları ile iş performansları arasındaki ilişkide aşçıbaşına bağlılığın düzenleyici rolünü incelemektedir. 2019 yılı Mart-Nisan aylarında, ulusal zincir otellerden birinin mutfak personelinde anket yoluyla toplanan verilere dayanan bu çalışmada ( $n=124$ ), yöneticiye ve örgüte bağlılığın iş performansı üzerinde pozitif yönde anlamlı etkileri olduğu bulunmuştur. Bulgular, gelirin örgütsel bağlılık ile iş performansı arasındaki ilişkide düzenleyici rol oynadığını, ancak yöneticiye bağlılık ile

iş performansı arasındaki ilişkide anlamlı bir etkisi olmadığını göstermiştir. Aşçıbaşına yüksek bağlılık gösteren çalışanların, gelir düzeyleri ne olursa olsun, yüksek performans sergilediği belirlenmiştir. Örgüte bağlılık, ortalamanın altındaki gelir grubunda iş performansını artırmakta, ancak ortalamanın üzerindeki gelir grubunda belirgin bir artış yaratmamaktadır. Örgütsel bağlılığın boyutları incelendiğinde, gelirin düzenleyici rolü devam bağlılığının iş performansı ile ilişkisinde anlamlı bulunmuş, ancak normatif ve duygusal bağlılıkların iş performansı ile ilişkisi üzerinde anlamsız bir etkisi olduğu görülmüştür. Normatif ve duygusal bağlılıklar arttıkça, gelirden bağımsız olarak iş performansı da yükselmektedir. Diğer yandan, devam bağlılığı arttıkça ortalamanın altında geliri olanların iş performansı artarken, ortalamanın üzerinde geliri olanların iş performansı düşmektedir.

Karadirek'in (2022) "Örgüt Kültürü, Örgütsel Performans ve Bağlılık Arasındaki İlişkilerin Belirlenmesi" başlıklı araştırması, örgüt kültürü özelliklerinin örgütsel bağlılık ve performans üzerindeki etkilerini incelemektedir. Araştırma, Kilis ilinde faaliyet gösteren ve 250 çalışanı bulunan bir işletmeyi kapsamaktadır. Araştırma kapsamında, 158 işletme çalışanın anket yanıtları analiz edilmiştir. Sonuçlar, örgüt kültürü ve boyutları (tutarlılık, uyum yeteneği, katılım, misyon) ile örgütsel bağlılık ve performans arasında anlamlı ve pozitif ilişkiler olduğunu göstermektedir. Özellikle, örgüt kültürünün örgütsel performans ile ilişkisi, örgütsel bağlılık ile olan ilişkisinden daha güçlü bulunmuştur. Bu bulgular, örgüt kültürünün örgütsel performansı ve çalışanların kuruma bağlılığını artırabileceğini ortaya koymaktadır. Ancak, işletmelerin kültürel özellikleri benzer olsa bile, örgüt kültürünün örgütsel bağlılık ve performans üzerindeki etkileri her zaman aynı veya benzer olumlu sonuçlar doğurmayabilir.

Gürbüz'ün (2023) "Çalışanların Motivasyon Düzeyleriyle Performans Arasındaki İlişkide Yaşam Doyumunun Aracı Rolü: Restoran İşletmeleri Örneği" çalışmasının amacı, motivasyon düzeyleri ile performans arasındaki ilişkiyi ve bu ilişkide yaşam doyumunun aracılık rolünü incelemektir. İstanbul'daki restoran çalışanlarından toplanan 393 anket verisiyle yapılan analizler, yüksek motivasyonun performansı olumlu etkilediğini ve yaşam doyumunun bu ilişkiye aracılık ettiğini göstermiştir.

İbragimova'nın (2023) "Kurumsal Bağlılığın Çalışan Performansına Etkisinde Örgütsel Güvenin Aracılık Rolü: Bir Aile İşletmesi Örneği" çalışmasının amacı, çalışan yetişkinlerde kurumsal bağlılık, örgütsel güven ve bireysel performans arasındaki ilişkileri incelemektir. Araştırma, İstanbul'da aile işletmelerinde çalışanlar üzerinde gerçekleştirilmiştir. Araştırma sonuçlarına göre, aile işletmelerinde çalışanların duygusal bağlılıkları yüksek bulunmuştur. Ayrıca, örgüte bağlılık ve güven ile çalışan performansı arasındaki ilişkinin de yüksek olduğu belirlenmiştir.

Maraşlı ve Sönmez Karapınar'ın (2023) "İş Güvencesizliği Algısının İşgören Motivasyonu ve Performansına Etkisi: Tıbbi Satış Temsilcileri Üzerine Bir Araştırma" başlıklı çalışmasının amacı, iş güvencesizliği algısının işgören motivasyonu ve performansı üzerindeki etkisini belirlemektir. Araştırma, Türkiye'deki ulusal ve uluslararası ilaç firmalarında görev yapan tıbbi satış temsilcileri üzerinde gerçekleştirilmiştir. Araştırma bulguları, iş güvencesizliği algısının işgören motivasyonunu anlamlı ve negatif yönde etkilediğini, buna karşın performansı pozitif yönde etkilediğini ortaya koymuştur. Ayrıca, iş güvencesizliği algısı ile işgören motivasyonu ve performansı arasında anlamlı bir ilişki bulunmuş, ancak işgören motivasyonunun performans üzerinde doğrudan etkili olmadığı tespit edilmiştir.

Jaber Mohammed'in (2023) "İşyerinde Zorbalık, Örgüt Bağlılığı ve Çalışan Memnuniyeti ile Performans İlişkisi: Irak'ta Yükseköğretim Kurumlarında Bir Araştırma" başlıklı çalışmasının



amacı, işyerinde zorbalığın iş tatmini, örgütsel bağlılık ve performans üzerindeki etkilerini araştırmaktır. Irak'taki yükseköğretim kurumlarında çalışanlardan rastgele seçilmiş 398 nitelikli anket verisi toplanmıştır. Araştırma bulguları, işyerinde zorbalığın örgütsel bağlılık, çalışan memnuniyeti ve performans üzerinde olumsuz etkileri olduğunu ortaya koymuştur. Ayrıca, örgütsel bağlılığın performans üzerinde orta düzeyde pozitif bir etkisi tespit edilmiştir. İşyerinde zorbalığın performans üzerindeki etkisinin örgütsel bağlılık ve çalışan memnuniyeti aracılığıyla gerçekleştiği süreç makro analizi ile doğrulanmıştır. Analiz sonuçları, her iki değişkenin de bu ilişkiye aracılık ettiğini göstermiştir.

Özşahin'in (2023) "Sağlık Kurumlarında Stratejik İnsan Kaynakları Yönetimi ve Çalışan Performansı İlişkisinde Sağlık Çalışanlarının Görüşlerinin Belirlenmesi: Devlet ve Özel Hastanelerde Bir Araştırma" başlıklı çalışmasının amacı, Trabzon ilindeki devlet ve özel hastanelerde görev yapan sağlık çalışanlarının stratejik insan kaynakları yönetimi ile çalışan performansı ve çalıştıkları hastane sektörü arasındaki ilişkileri incelemektir. Araştırma kapsamında 590 sağlık çalışanına ulaşılmıştır. Çalışmada, stratejik insan kaynakları yönetimi ile çalışan performansı arasında istatistiksel olarak pozitif yönde anlamlı bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Elde edilen sonuçlara göre, hastanelerin iş performanslarını artırmak amacıyla stratejik insan kaynakları yönetiminin geliştirilmesi gerektiği önerilmiştir.

Uysal'ın (2023)"Türkiye'de İnsan Kaynakları Yönetimi ve Örgütsel Davranış İlişkisi Üzerine Bir İnceleme" başlıklı çalışması, Türkiye'de insan kaynakları yönetiminin (İKY) temel prensiplerini ve İKY ile örgütsel davranış arasındaki ilişkiyi açıklamaktadır. Ayrıca, Türkiye'de stratejik insan kaynakları yönetimine vurgu yapılmaktadır. Çalışmada, İKY uygulamalarının önce bireysel performansı, ardından bireysel performans aracılığıyla işletme performansını etkilediği belirtilmiştir. Bireysel performans ile işletme performansı arasındaki bağlantıda ise iş performansı aracı rol oynamaktadır. İKY'de üç kavram ön plana çıkmaktadır: performans, yetenek yönetimi ve yönetici-çalışan ilişkisi. Çalışanların performansının yüksek olması ve hedeflerine ulaşabilmesi, iş performansının artmasını sağlamaktadır. Ayrıca, İKY'de yetenek yönetimi, yönetici ve işletme performansı arasında önemli ilişkiler bulunmaktadır. Bu ilişkiler, stratejik insan kaynakları yönetiminin, işletme performansını artırmada kritik bir rol oynadığını göstermektedir.

Ücel ve Yılmaz'ın (2023)"Örgütsel Bağlılığın Bireysel İş Performansına Etkisi: Sağlık Çalışanları Üzerine Bir Araştırma" başlıklı çalışması, İstanbul Ataşehir ilçesinde bulunan Aile Sağlığı Merkezlerinde çalışan sağlık çalışanlarının örgütsel bağlılıklarının bireysel iş performanslarına etkisini incelemeyi amaçlamaktadır. Bu araştırma kapsamında 248 sağlık çalışanına anket uygulanmıştır. Araştırma sonuçları, örgütsel bağlılığın bağlamsal performans ve görev performansı üzerinde pozitif ve istatistiksel olarak anlamlı bir etkiye sahip olduğunu göstermiştir.

Yavuz'un (2023)"Çağrı Merkezi Çalışanlarının Motivasyon, Performans ve İş-Yaşam Dengesi İlişkileri Üzerine Bir Araştırma" başlıklı çalışmasında, çağrı merkezi çalışanlarının motivasyon, performans ve iş-yaşam dengesi arasındaki ilişkiler incelenmektedir. Çalışmada, personelden daha fazla verimlilik elde edebilmek için çalışanların duygu, düşünce, istek ve hislerinin göz önünde bulundurulması gerektiği vurgulanmaktadır. Yüksek ücrete sahip bir çalışanın kötü çalışma koşulları altında çalışması, motivasyon eksikliğine yol açabilmektedir. Performans ilişkileri incelendiğinde, gelir düzeyi ile performans arasında anlamlı farklılıklar olduğu tespit edilmiştir. Araştırmanın sonuçlarına göre, gelir düzeyi arttıkça performans ve motivasyon da artmaktadır.

Bayhan'ın (2024)"Örgüt Kültürü ve Kalite Kültürünün İşletme Performansına Etkisi Üzerine Bir Araştırma: Gıda İşletmesi Örneği" başlıklı çalışması, kalite kültürünün kalite algısı ve işletme performansı üzerindeki etkilerini incelemeyi amaçlamaktadır. Bu araştırma için "X Gıda A.Ş" adlı işletme seçilmiş ve iki farklı bölge ve yerleşkede çalışan 27 beyaz yaka ve 99 mavi yaka olmak üzere toplam 126 çalışanın kalite kültürünün, kalite algısı ve işletme performansı üzerindeki olası etkileri incelenmiştir. Araştırmanın bulguları, örgüt performansı algısının çalışılan yerleşkeye göre anlamlı farklılık gösterdiğini ve örgüt kültürü ile örgütsel performans arasında pozitif yönlü ve anlamlı bir ilişki olduğunu ortaya koymuştur.

### 3. SONUÇ

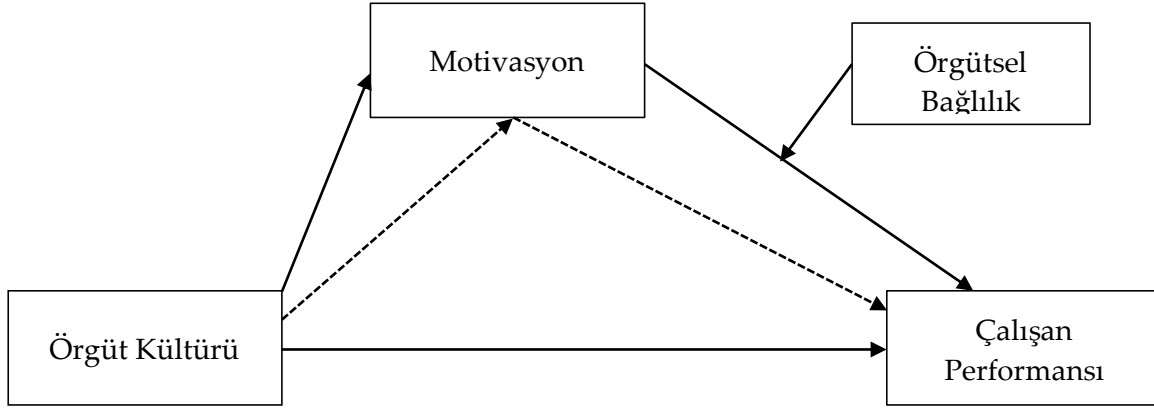
Bu çalışmanın değişkenleri olan örgüt kültürü, örgütsel bağlılık, çalışan motivasyonu ve performans üzerine yapılmış olan çeşitli çalışmalar incelenmiştir. Söz konusu çalışmaların yöntemleri ve sonuçlarına çalışmanın alan yazın değerlendirmesi kısmında yer verilmiştir. Yapılan alan yazın değerlendirmesi sonucunda çıkarımlar yapılmaya çalışılmıştır. Konuya ilişkin yapılan çıkarımlara aşağıda yer verilmiştir.

Genel olarak örgütsel kültürün çalışan ve işletme performansı üzerine etkisini konu alan araştırmalar incelendiğinde, örgüt kültürünün çalışan ve işletme performansını etkilediği çıkarımı yapılabilir. Daha önce yapılan çalışmalar değerlendirildiğinde, çalışanların örgüt kültürüne ilişkin olumlu algıları arttıkça bireysel performanslarının da arttığı görülmüştür. Diğer taraftan örgüt kültürüne ilişkin olumlu algı düzeyi arttıkça, işletmenin genel performansının yükseldiği görülmüştür. Bu doğrultuda örgüt kültürünün çalışan ve işletme performanslarını olumlu etkilediği söylenebilir. Çalışma sonucunda oluşturulacak olan araştırma önerisi modelinde örgüt kültürü algısı değişkeni bağımsız değişken olarak yer alabilecek niteliktedir.

Küreselleşen dünyada işletmelerin sürdürülebilirliği için rekabet avantajı elde etmeleri kritik bir öneme sahiptir. Bu rekabet avantajını sağlamanın en önemli faktörlerinden biri, çalışanların bağlılığı ve motivasyonudur. Çalışanların işletmeye olan bağlılıkları ve motivasyon seviyeleri arttıkça, verimlilik ve performansları da doğru orantılı bir şekilde yükselmektedir. Yapılan araştırmada, motivasyonun ve çalışan bağlılığının işletme performansı üzerindeki etkilerini inceledik. Bulgular, motivasyonun ve örgütsel bağlılığın, çalışanların iş performansını ve dolayısıyla işletme performansını olumlu yönde etkilediğini açıkça göstermektedir. Bağlı ve motive çalışanlar, daha yüksek verimlilik, daha düşük devamsızlık ve işten ayrılma oranları ve daha yüksek iş memnuniyeti düzeyleri sergilemektedir.

Çalışma kapsamında yapılan değerlendirmeler doğrultusunda örgüt kültürünün çalışan ve işletme performansı üzerinde etkisi olduğu görülmektedir. Ancak yönetici pozisyonunda olmayan çalışanların işletmelerin performansları hakkında detaylı bilgiye sahip olmaları mümkün görülmemiştir. Çünkü yönetici pozisyonunda olmayan çalışanların işletmelerin mali yapıları, satış düzeyleri, gelirleri ve maliyetleri hakkında bilgi sahibi olmaları olası bir durum değildir. Bu neden önerilecek olan araştırma modelinde sadece çalışan performansı değişkenine yer verilmiştir. Önerilecek olan araştırma modelinde çalışan performansı bağımlı değişken olarak yer alabilecek niteliktedir. Diğer taraftan çalışma kapsamında yer alan değişkenlerden motivasyonun örgüt kültürü ve çalışan performansı etkileşiminde aracı rol oynayabileceği varsayılmıştır. Bu varsayım olumlu örgüt kültürü algısının, çalışanlarının

motivasyon düzeyleri üzerinde olumlu etki yapacağı ve bu kapsamda örgüt kültürünün motivasyon üzerinden çalışan performansını daha yüksek düzeyde olumlu etkileyeceği temeline dayanmaktadır. Ayrıca çalışanların işletmelerine bağlılık düzeylerinin, örgüt kültürünün çalışan motivasyonu üzerindeki etkisinde düzenleyici rolü olabileceği varsayılmıştır. Belirtilen ilişkiler doğrultusunda Şekil 1’de verilen araştırma modeli önerilmiştir.



Şekil 1. Önerilen Araştırma Modeli

Sonuç olarak, çalışanların olumlu örgüt kültürü algısı, yüksek motivasyonları ve güçlü örgütsel bağlılıkları, çalışanların iş performansını ve dolayısıyla işletme performansını artırmaktadır. Çalışanların işlerine olan ilgilerini ve işletmeye duydukları bağlılığı güçlendirmek, işletmelerin verimlilik ve karlılık düzeylerini önemli ölçüde yükseltebilir. Bu bulgular, işletme yöneticilerinin çalışan memnuniyetini ve bağlılığını artırmaya yönelik stratejiler geliştirmelerinin önemini vurgulamaktadır. Bu nedenle, motivasyonu artırmaya yönelik stratejilerin geliştirilmesi hem çalışan bağlılığını hem de işletme performansını olumlu yönde etkileyecektir.

#### KAYNAKÇA

Agustina, R., Yusuf, M., Sutiyan, O. S. J., Ardianto, R., & Norvadewi, N. (2024). Employee Performance Mediated Quality Of Work Life Relationship Satisfaction On The Job And Organizational Commitment. *Jurnal Darma Agung*, 30(2), 589-605.

Ak, B. (2022). İçsel motivasyon araçlarının örgütsel bağlılık ve görev performansına etkileri: kamu sektöründe araştırma [Yüksek lisans]. *Ufuk Üniversitesi*.

Ali, M. S. A. (2022). Örgüt kültürünün çalışan performansı üzerine etkisinin incelenmesi: bağdat üniversitesinde bir araştırma [Yüksek lisans]. *Selçuk Üniversitesi*.

Angle, H. L., & Lawson, M. B. (1994). Organizational commitment and employees' performance ratings: Both type of commitment and type of performance count. *Psychological reports*, 75(3\_suppl), 1539-1551.

Bayhan, M. A. (2024). Örgüt kültürü ve kalite kültürünün işletme performansına etkisi üzerine bir araştırma: gıda işletmesi örneği [Yüksek lisans]. *Düzce Üniversitesi*.

Budiarto, B. W., Karyadi, S., Judijanto, L., & Febrian, W. D. (2024). Analysis Of The Influence Of Spiritual Capital, Motivation And Work Competencies On Performance Of Human Resource In Smes Sector. *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi)*, 10(1), 240-246.

- Elramalli, O. M. (2022). Örgüt kültürü, işgören performansı ve işletme performansı arasındaki ilişkilerin belirlenmesi: Libya demir çelik firması üzerine bir örnek inceleme [Doktora]. Kastamonu Üniversitesi.
- Gürbüz, Y. (2023). Çalışanların motivasyon düzeyleriyle performans arasındaki ilişkide yaşam doyumunun aracı rolü: restoran işletmeleri örneği [Yüksek lisans]. Ankara Hacı Bayramı Veli Üniversitesi.
- İbragimova, S. (2023). Kurumsal bağlılığın çalışan performansına etkisinde örgütsel güvenin aracılık rolü: Bir Aile İşletmesi Örneği [Yüksek lisans]. İstanbul Kültür Üniversitesi.
- Jaber Mohammed, M. (2023). İşyerinde zorbalık, örgüt bağlılığı ve çalışan memnuniyeti ile performans ilişkisi: Irak'ta Yükseköğretim Kurumlarında Bir Araştırma [Doktora]. Kastamonu Üniversitesi.
- Kahn, W. A. (1990). Psychological Conditions of Personal Engagement and Disengagement at Work. *Academy of Management Journal*, 33(4), 692-724. <https://doi.org/10.5465/256287>
- Kanter, R. M., & Brinkerhoff, D. (1981). Organizational performance: Recent developments in measurement. *Annual review of sociology*, 7, 321-349.
- Karadirek, G. (2022). Örgüt kültürü, örgütsel performans ve bağlılık arasındaki ilişkilerin belirlenmesi. *International Journal of Management and Social Researches*, 9(17), 13.
- Karmila, T., Romauli, R., Rahmawati, R., & Hakim, A. (2024). The Influence of Organizational Culture on the Performance Efforts of Pusdatin Employees to Support the Main Tasks of Pusdatin Kemhan. *Dinasti International Journal of Management Science*, 5(3), 460-467.
- Kırvaç, G., & Armutcu, B. (2023). Bir örgütsel tüketici olarak çalışanların performanslarını etkileyen faktörler. *R&S - Research Studies Anatolia Journal*, 6(4), 614-635. <https://doi.org/10.33723/rs.1362611>
- Koç Tazıcı, S. (2022). Kalite yönetimi ve kalite güvence sistemleri anabilim dalı kalite yönetimi ve kalite güvence sistemleri bilim dalı [Yüksek lisans]. İstanbul Aydın Üniversitesi.
- Maraşlı, T., & Sönmez Karapınar, E. (2023). İş güvencesizliği algısının işgören motivasyonu ve performansına etkisi: Tıbbi satış temsilcileri üzerine bir araştırma. *Kayseri Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 5(2), 181-194. <https://doi.org/10.51177/kayusoder.1394339>
- Martinez, E. A., Beaulieu, N., Gibbons, R., Pronovost, P., & Wang, T. (2015). Organizational culture and performance. *American economic review*, 105(5), 331-335.
- Meyer, J. P., & Allen, N. J. (1991). A Three-Component Conceptualization of Organizational Commitment. 1(1), 61-89. [https://doi.org/10.1016/1053-4822\(91\)90011-Z](https://doi.org/10.1016/1053-4822(91)90011-Z)
- Meyer, J. P., Paunonen, S. V., Gellatly, I. R., Goffin, R. D., & Jackson, D. N. (1989). Organizational commitment and job performance: It's the nature of the commitment that counts. *Journal of applied Psychology*, 74(1), 152.
- Mohamadou, A. (2022). Müşteri memnuniyetinin işletme performansı üzerindeki etkisi: sağlık işletmeleri üzerinde bir araştırma [Yüksek lisans]. İstanbul Ticaret Üniversitesi.
- Özşahin, F. (2023). Sağlık kurumlarında stratejik insan kaynakları yönetimi ve çalışan performansı ilişkisinde sağlık çalışanlarının görüşlerinin belirlenmesi: devlet ve özel hastanelerde bir araştırma [Doktora]. Ankara Hacı Bayramı Veli Üniversitesi.

Schunk, D. H. (1995). Self-efficacy, motivation, and performance. *Journal of applied sport psychology*, 7(2), 112-137.

Shahzad, F., Luqman, R. A., Khan, A. R., & Shabbir, L. (2012). Impact of organizational culture on organizational performance: An overview. *Interdisciplinary journal of contemporary research in business*.

Şimşek Evren, E., & Çakıcı, A. C. (2022). Örgüte ve yöneticiye bağlılığın iş performansına etkisinde gelirin düzenleyici rolü: otel mutfak çalışanları üzerinde bir araştırma, *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 10(1), 10. <https://doi.org/10.21325/jotags.2022.1014>

Uysal, G. (2023). Türkiye’de insan kaynakları yönetimi ve örgütsel davranış ilişkisi® üzerine bir inceleme. *Avrasya Sosyal ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 10(3), 325-333.

Ücel, M., & Yılmaz, S. (2023). Örgütsel bağlılığın, bireysel iş performansına etkisi: sağlık çalışanları üzerine bir araştırma. *International Journal of Social Sciences and Education Research*, 9(4), 297-315. <https://doi.org/10.24289/ijsser.1313964>

Walker Jr, O. C., Churchill Jr, G. A., & Ford, N. M. (1977). Motivation and performance in industrial selling: Present knowledge and needed research. *Journal of marketing research*, 14(2), 156-168.

Yavuz, A. (2023). Çağrı merkezi çalışanlarının motivasyon, performans ve iş-yaşam dengesi® ilişkileri® üzerine bir araştırma [Yüksek lisans]. Avrasya Üniversitesi.



ISSN: 2651-2742  
2024- Cilt: 7 Sayı: 2  
Sayfa: 291-316

Dergi Web Sitesi: <http://sita.cumhuriyet.edu.tr/tr/>

Gönderilme Tarihi: 12.12.2024

Kabul Tarihi: 26.12.2024

Araştırma Makalesi (Research Article)

## DIYARBAKIR İLİNİN KÜLTÜREL MİRASLARININ TURİZM POTANSİYELİ VE YEREL HALKIN GÖRÜŞLERİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

A Study on the Tourism Potential of Diyarbakır's Cultural Heritage and the Perspectives of the Local Community

Özge ÖZDEMİR\*

Sivas Cumhuriyet Üniversitesi,  
Sosyal Bilimler Enstitüsü

Emre HASTAOĞLU

Sivas Cumhuriyet Üniversitesi,  
Turizm Fakültesi

### ÖZ

Diyarbakır, Türkiye'nin Güneydoğu Anadolu Bölgesi'nde yer alan, tarihi ve kültürel zenginlikleriyle öne çıkan bir şehirdir. Binlerce yıllık bir geçmişe sahip olan bu kadim şehir, çeşitli medeniyetlerin izlerini taşıyan çok sayıda kültürel mirasa ev sahipliği yapmaktadır. Diyarbakır Surları ve Hevsel Bahçeleri gibi United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization (UNESCO) Dünya Mirası Listesi'nde yer alan yapılar, şehrin kültürel ve tarihi önemini vurgulamaktadır. Araştırmada, Diyarbakır ilindeki kültürel mirasların turizm potansiyeli ve yerel halkın bu konudaki görüşleri incelenmiştir. Yarı yapılandırılmış görüşme soruları kullanılarak yerel halk ile yapılan görüşmeler ve bu görüşmelerden elde edilen verilerin kelime bulutu analizi yöntemiyle değerlendirilmesi, çalışmanın temel dayanağını oluşturmaktadır. Bu kapsamda, Diyarbakır'ın kültürel miraslarının turizme katkıları, yerel halkın bu konudaki algıları ve turizmin sürdürülebilirliği konularında kapsamlı bir analiz yapılmıştır. Analiz sonucunda yerel halkın büyük bir kısmı, kültürel mirasın hem ekonomik hem de sosyal faydalar sağladığını ifade etmektedir.

\*Sorumlu Yazar: ozge.zz148@gmail.com

Önerilen Atıf: Özdemir, Ö. ve Hastaoğlu, E. (2024). Diyarbakır İlinin Kültürel Miraslarının Turizm Potansiyeli ve Yerel Halkın Görüşleri Üzerine Bir Araştırma, Sivas İnterdisipliner Turizm Araştırmaları Dergisi, 7(2), 291-316.

Turizmin ekonomik açıdan olumlu etkileri olduğu belirtilirken, yerel halkın yaşam standartlarını yükseltecek yatırımların yapılması gerektiği vurgulanmaktadır. Aynı zamanda, turizm faaliyetlerinin tarihî dokuyu koruyarak sürdürülmesi gerekliliği üzerinde durulmuştur. Katılımcılar, kültürel mirasın tanıtımı ve korunması konusunda daha fazla çalışmanın yapılmasını ve bu konuda yerel yönetimlerin desteğinin artırılmasını önererek, sürdürülebilir bir turizm yaklaşımının önemine dikkat çekmişlerdir.

**Anahtar Kelimeler:** Turizm, Diyarbakır, Kültür, Miras.

## ABSTRACT

Diyarbakır is a city located in Turkey's Southeastern Anatolia Region, distinguished by its historical and cultural richness. This ancient city, with a history spanning thousands of years, is home to numerous cultural heritage sites that bear the traces of various civilizations. Structures such as the Diyarbakır City Walls and the Hevsel Gardens, which are included on the United Nations Educational, Scientific, and Cultural Organization (UNESCO) World Heritage List, underscore the city's cultural and historical significance.

This study examines the tourism potential of Diyarbakır's cultural heritage and the perspectives of the local community on this topic. The research is primarily based on interviews conducted with the local residents using semi-structured interview questions, and the data obtained from these interviews were analyzed through a word cloud analysis. Within this scope, a comprehensive analysis was conducted on the contributions of Diyarbakır's cultural heritage to tourism, the perceptions of the local community on this issue, and the sustainability of tourism. The analysis shows that the majority of the local community expresses that cultural heritage provides both economic and social benefits. While the positive economic impacts of tourism are highlighted, the need for investments to improve the local community's standard of living is also emphasized. Additionally, it was stressed that tourism activities should continue while preserving the historical fabric. Participants recommended that more efforts be made to promote and protect cultural heritage and called for increased support from local governments on this issue, highlighting the importance of a sustainable tourism approach.

**Keywords:** Tourism, Diyarbakır, Culture, Heritage

## 1. GİRİŞ

Diyarbakır, Anadolu ve Mezopotamya'nın kesişim noktasında yer almasıyla tarih boyunca farklı medeniyetlerin buluşma merkezi olmuştur. Şehir, antik çağlardan günümüze kadar birçok uygarlığın izlerini taşımaktadır. Özellikle Diyarbakır Surları ve Hevsel Bahçeleri hem estetik hem de tarihî değerleri ile UNESCO Dünya Mirası Listesi'nde yer alarak bu kültürel zenginliği vurgulamaktadır (Diyarbakır İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2016). Kentin tarihî yapıları, mimarisi, geleneksel el sanatları ve mutfak kültürü, yerli ve yabancı ziyaretçilerin ilgisini çekmektedir. Bu durum, Diyarbakır'ı kültür turizmi açısından önemli bir destinasyon hâline getirirken, aynı zamanda sürdürülebilir turizm ve kültürel miras yönetiminin önemini de gündeme getirmektedir (Gümüş, 2015).

Kültür turizmi, farklı kültürleri tanıma amacıyla yapılan seyahatleri kapsar ve yerel kimliğin korunmasına katkı sağlamaktadır (Arınç, 2002). Diyarbakır'ın tarihî yapıları ve kültürel mirası, bu şehrin kültürel kimliğini oluşturan temel unsurlardan biri olmaktadır. Yerel halk için kimlik ve aidiyet duygusu yaratan bu miraslar, turistler için keşfedilmeyi bekleyen birer tarihî hazine niteliğinde olmaktadır. Diyarbakır, geçmişle bağ kuran bu kültürel değerleriyle tarihî kent imajını sürdürürken, aynı zamanda turizmden elde edilen gelirlerle bölgesel kalkınmaya katkı sağlamaktadır. Ancak, turizm faaliyetleri artırdıkça bölgenin tarihî dokusunu korumak ve yerel halkın yaşam kalitesini sürdürülebilir bir biçimde iyileştirmek, kültürel miras yönetimi açısından öncelikli bir konu hâline gelmektedir. Bu araştırma, Diyarbakır'daki kültürel mirasların turizm potansiyelini ve yerel halkın bu konudaki düşüncelerini incelemeyi amaçlamaktadır. Çalışmanın bulguları, Diyarbakır'ın turizm potansiyelini ortaya koyarken, aynı zamanda yerel halkın kültürel mirasın korunması ve turizmin sürdürülebilirliği konusundaki görüşlerine ışık tutmaktadır.

## 2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

### **Kültür Turizmi Kavramı**

Kültür, toplumların biriktirdiği uygarlık mirasıdır ve coğrafya tarafından şekillendirilirken aynı zamanda onu etkilemektedir. İnsanların yaşadıkları doğal çevre, yapı malzemelerinden giyim tarzlarına kadar pek çok alanda kültürlerini etkilemektedir. Doğal çevrenin çeşitliliği kültüre yansır ve kültür hem çevreyi hem de toplumu etkilemektedir, bir uyum örneği sunmaktadır. Kültür, sadece yaşam tarzlarının bir mozaiği değil, aynı zamanda temel değerler ve inançları da içeren bir kavram olmaktadır (Emekli, 2006). Kültür turizmi, turistlerin farklı toplumların kültürlerini tanıma isteğiyle yaptıkları seyahatleri ifade etmektedir. Turistler, sadece kendi kültürleri dışındaki kültürlere değil, aynı zamanda eski medeniyetlerin izlerini görmek için de seyahat etmektedirler. Bu turizm türü, yerel kimliğin ve kültürel çeşitliliğin korunmasına katkıda bulunmaktadır (Arınç, 2002).

Kültür, kuşaktan kuşağa aktarılan bir gelenek olarak zaman içinde süreklilik göstermektedir. Günümüzde insanlar, kendi kültürleri dışındaki yerel kültürlere artan bir ilgi göstermektedirler. Kültürel turizmin geliştirilmesi, doğa koşullarına bağlı olmaksızın turizmi yıl boyunca sürdürülebilir hale getirerek ülke kültürünü tanıtmak ve korumak için önemli bir fırsat sunmaktadır (Ertaş ve Taş, 2017).

### **Kültürel Miras Kavramı**

Kültürel Miras, tarih boyunca evrim geçirerek günümüze kadar farklılaşmaktadır. Koruma kavramı başlangıçta sadece önemli anıtsal yapılarla sınırlıyken, zamanla sivil yapıları, kentsel



ve kırsal alanları, hatta soyut kategorileri de kapsamına almaktadır (Korumaz, 2015). Kültürel miras veya kültür mirası, önceki kuşaklar tarafından oluşturulmuş ve evrensel değerlere sahip olduğuna inanılan eserlere genel bir isim olmaktadır. Somut kültürel miras ve somut olmayan kültürel miras olmak üzere iki ana kategoriye ayrılmaktadır. Dünya Kültürel ve Doğal Mirasın Korunması Sözleşmesi, mirasını anıtlar, yapı toplulukları ve sitler olmak üzere üç sınıfa ayrılmaktadır (Demirer, 2015). Anıtlar: Mimari yapılar, heykeller, resimler, arkeolojik eserler gibi tarihi veya sanatsal veya bilimsel açıdan evrensel değere sahip eserler bu gruba dahil olmaktadır.

Yapı Toplulukları: Konumları nedeniyle tarihi veya sanatsal veya bilimsel açıdan evrensel değere sahip olan yapı toplulukları bu kategoride yer almaktadır.

Sitler: İnsan yapımı veya doğal olarak oluşmuş alanları içerir. Estetik, etnolojik veya antropolojik açıdan evrensel değere sahip sit alanları da bu gruba dahil olmaktadır.

Toplumların geçmişlerinden kalan tarihi ve kültürel miraslar, taşınır veya taşınmaz, somut veya soyut olabilen değerler içermektedir. Bu mirasa sahip çıkılması ve korunması, toplumların devamlılığı için hayati öneme sahip olmaktadır (Arıncı, 2002).

### **Diyarbakır'ın Tarihi ve Kültürel Önemi**

Diyarbakır, Güneydoğu Anadolu Bölgesi'nin önemli ve tarihi şehirlerinden biridir (Tuncer, 2002). İl, Dicle Nehri'ne kadar uzanan bir bazalt platosunun doğu kesiminde, etrafı dağlarla çevrili yatay bir yüzeyde, Karacadağ'dan Dicle Vadisi'ne kadar uzanır (Darkot, 1945; Arslan, 1999). Diyarbakır ilinin güneyinde Mardin Tepeleri, kuzeyinde Toros Dağları, batısında Karacadağ bulunur ve bu, bir geçiş bölgesindedir (Darkot, 1945; Beysanoğlu, 1996). Diyarbakır, Mardin'in güneyinde, Elâzığ ve Bingöl'ün kuzeyinde, Urfa, Adıyaman ve Malatya'nın batısında, Siirt ve Muş'un doğusundadır (Beysanoğlu, 1996). Kentin merkez ilçeleri dışında, Bismil, Çermik, Çınar, Çüngüş, Dicle, Eğil, Ergani, Hani, Hazro, Kocaköy, Kulp, Lice ve Silvan olmak üzere 13 ilçesi vardır (Göyünç, 1999). Diyarbakır, yazları sıcak ve kurak, kışları soğuk ve az yağışlı olup karasal bir iklime sahiptir (Akbulut, 1998). Bitki örtüsü açısından zengin olmayan Diyarbakır ili, hayvancılığa uygun bir şekilde hububat ekimi ve bahçe tarımı için elverişlidir (Darkot, 1945).

Diyarbakır, tarih boyunca Anadolu ve Mezopotamya arasında önemli bir geçiş noktasıdır. Çayönü gibi arkeolojik buluntular, şehrin tarihinin Neolitik döneme kadar uzandığını göstermektedir (Bostancı, 1965). Şehir, fişkaya kayalığı üzerinde kurulmuştur ve birçok medeniyetin egemenliği altında kaldığı belirtilmektedir (Beyoğlu, 1998). Tarihsel süreç boyunca, Diyarbakır çeşitli kültürel ve etnik gruplara ev sahipliği yapmıştır, bunlar arasında Türk, Kürt, Arap, Ermeni, Süryani gibi gruplar vardır (Güney, 1991).

Diyarbakır, tarımsal ve ticari açıdan da önemli bir konuma sahiptir. Mezopotamya'nın geçmişten günümüze gelişmiş tarım ve ticaret faaliyetlerinin bir yansıması olarak, şehir ticaret yollarının önemli bir noktası olmaktadır (Arslan, 1999). Ticaret gelirleri, şehirdeki farklı yaşam biçimlerini etkilemektedir. Diyarbakır'ın mimarisi, tarihsel sosyal yapısının bir yansıması

olarak farklılık göstermektedir. Kültürel miras açısından, Diyarbakır birçok tarihi eseri bünyesinde barındırmaktadır. Bunlar arasında Diyarbakır Kalesi ve surları, köprüler, hanlar, camiler, kiliseler ve antik yerleşimler bulunmaktadır. Ayrıca, el sanatları, mutfak kültürü ve geleneksel festivaller gibi somut olmayan kültürel miras unsurları da önemlidir (Şengül, Çakır ve Çakır, 2015). Diyarbakır'ın kültürel zenginliği ve çeşitliliği, şehrin tarih boyunca bir kültür merkezi olmasını sağladığı belirtilmektedir. Günümüzde de bu zenginlik ve çeşitlilik devam etmektedir (Kubat, 2001).

### **Diyarbakır'daki Kültürel Miraslar**

Diyarbakır, tarihin her döneminde büyük uygarlıkların kültürel ve ekonomik faaliyetlerinin merkezi olarak kabul edilmektedir (Diyarbakır Valiliği, 2016). Doğu-batı ve kuzey-güney ticaret yollarının kavşak noktalarından birinde bulunması, şehrin hem İslamiyet öncesi hem de sonraki dönemlerde önemini korumasını sağlamaktadır.

Diyarbakır'ın kültürel mirası, şehirde bulunan çeşitli anıtsal yapılar ve geleneksel konut dokusu ile günümüze yansımaktadır. Şehir genelinde kayıtlı tarihi eser sayısı 1.257'dir (Diyarbakır İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2016). Bu mirasın önemli bir parçası olan Diyarbakır Surları, şehrin 7 bin yıllık tarihsel varlığını yansıtan ve dünya tarihinde önemli bir evrensel miras olarak kabul edilen yapılar arasında olmaktadır.

UNESCO tarafından 4 Temmuz 2015 tarihinde "Dünya Kültür Mirası" listesine alınan Diyarbakır'ın kültürel varlıkları arasında, Surlar ve Hevsel Bahçeleri, Dicle Köprüsü (On Gözlü Köprü), Ulu Camii, Behram Paşa Camii, Şeyh Mutahhar (Dört Ayaklı Minare) Camii gibi birçok yapı bulunmaktadır (Diyarbakır İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2016).

### **Diyarbakır Surları**

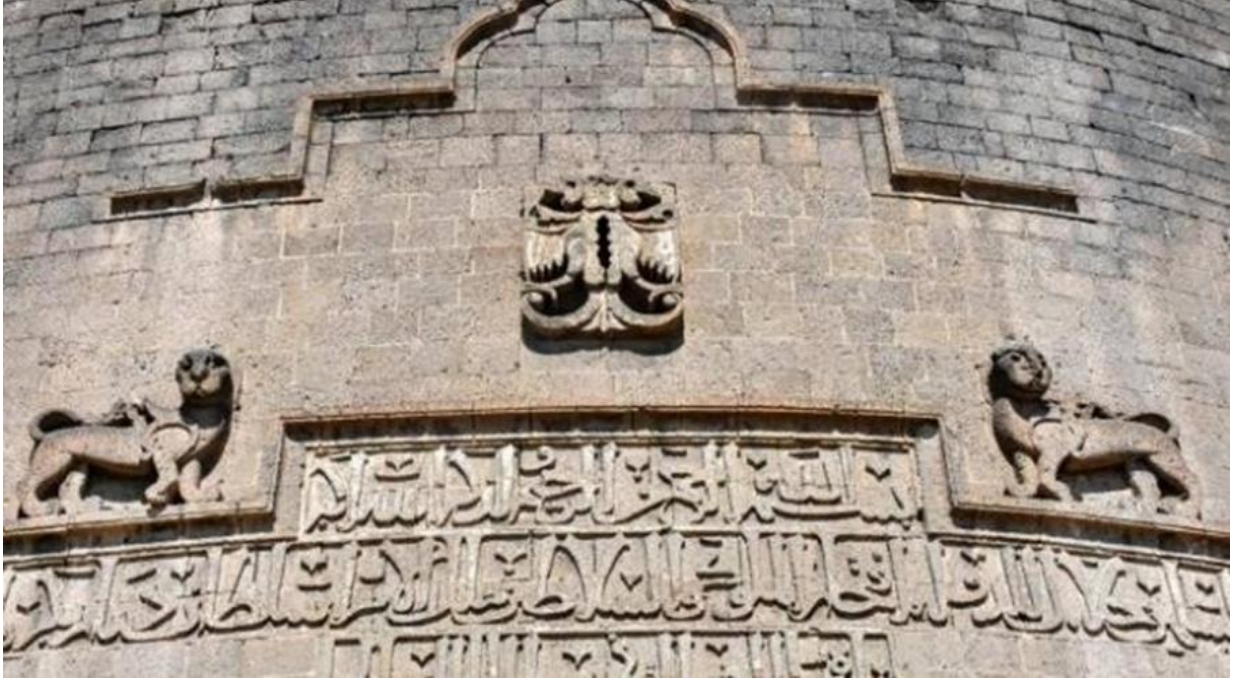
Diyarbakır şehrinin sembolü olan surlar ilk defa MÖ.3.000-4.000 yıllarında Huriler tarafından bugünkü İçkale'nin olduğu yerde yapılmaktadır. İç kalede yapılan ilk surlardan bugüne temel kalıntıları olabilecek kalıntılar kaldığı belirtilmektedir. Günümüzde var olan sur duvarları MS.346 yılında İmparator II.Constantinius tarafından yaptırıldığı belirtilmektedir ( Abakay, 2013) Diyarbakır Surlarının en çok bilinen ve ziyaret edilen burcu olan Keçi Burcu Fotoğraf 1'de verilmiştir.



**Fotoğraf 1:** Diyarbakır Surlarının en çok bilinen ve ziyaret edilen burcu olan Keçi Burcu  
**Kaynak:** (Diyarbakır İl Kültür ve Turizm Bakanlığı).

Diyarbakır'ı tanımlayan en önemli maddi kültürel varlık olan surlar, dünyadaki en uzun surlardan biri olarak bilinmektedir. Çin Seddi'nden, Antakya surlarından ve İstanbul surlarından sonra gelmektedir. Ancak, Diyarbakır surları bu diğer surlardan farklı olarak, üzerindeki yazıtlar, burçları ve bezemeleriyle görkemli bir yapıya sahip olmaktadır (Çatalbaş, 2012). Şehrin eskiden bu surların içinde inşa edildiği belirtilmektedir. Ancak zamanla nüfus artışıyla birlikte şehir, ihtiyaçları karşılamakta zorlanınca, surların dışına taşınarak, Suriçi ve Yenişehir olarak ikiye ayrılmaktadır. Diyarbakır surları, Roma döneminden itibaren bölgeye egemen olan çeşitli medeniyetlerin etkisi altında kalmaktadır ve Bizans, Abbasi, Mervan, Selçuklu, Artuklu, İnallı, Nisanlı, Eyyubi, Akkoyunlu ve Osmanlı dönemlerinde önemini korumuş ve onarılmıştır (Atan, 2007).

Surlar üzerinde farklı dillerde yazılmış kitabeler ve çeşitli kabartma motifler bulunmaktadır. Bu motifler arasında güneş, yıldız, çift başlı kartal, aslan, kaplan, boğa, at ve akrep gibi semboller yer almaktadır, her biri o dönemin özelliklerini yansıtmaktadır (Parla, 2005).



**Fotoğraf 2:** Diyarbakır Surlarının Motifleri

**Kaynak:** Kişisel Arşiv

Diyarbakır'ın sur ve kaleleri, yakınındaki Karacadağ'dan getirilen bazalt bir tabaka üzerine yine bazalt taşlardan yapılmaktadır (Güney, 1991). Bu surların uzunluğu yaklaşık 5.700 metre olup, yükseklikleri 8 ile 12 metre arasında değişmektedir ve genişlikleri yer yer 1.5 ile 5 metre arasında değişmektedir. Surların inşası sırasında savunma açısından önemli olan aralıklar, 30 metre ile 100 metre arasında değişen burçlarla tamamlanmaktadır. Bu burçların yapım sıklığı, inşa edildikleri yerin morfolojik özelliklerine göre değişmektedir. Surun inşa edildiği bazalt platolarının Dicle Vadisi'ne bakan kısımlarında, bu kısımlarda inşa edilen burçlar arasındaki mesafe daha geniştir (Beysanoğlu, 2001). Surların bazalt düzlüğüne bakan taraflarında ise (Kuzeybatı-Güneydoğu yönü), burçlar daha sık aralıklarla inşa edilmektedir.

Surlarla bütünleşik olan burçlar toplamda 82 adettir ve yuvarlak, dörtgen, beşgen, altıgen gibi çeşitli şekiller olmaktadır. Bu surların önemli kapıları arasında Dağ Kapısı (Harput Kapısı), Urfa Kapısı (Rum veya Halep Kapısı), Mardin Kapısı (Tell Kapısı) ve Yeni Kapı (Satt veya Dicle Kapısı) bulunmaktadır. Bu kapılar, özellikle Mezopotamya'nın önemli ticaret merkezlerinden biri olan Diyarbakır'a giriş ve çıkışların kontrol altında tutulmasında önemli bir rol oynamaktadır (Beysanoğlu, 1963).





**Fotoğraf 3:** Diyarbakır Surlarının iç kısmı

**Kaynak:** Kişisel Arşiv

### **Hevsel bahçeleri**

Hevsel Bahçeleri, sekiz bin yıllık geçmişiyle Diyarbakır Sur ilçesinde Dicle Nehri kıyısında yer almaktadır. Güneyde On Gözlü Köprü'den Mardin Kapı'ya ve doğuda Yeni Kapı'ya kadar yaklaşık on bin dönümlük bir alanı kapsamaktadır. Bu bölge, tarımsal, sosyal, kültürel ve ekonomik faaliyetlerin gerçekleştirildiği bir yer olmaktadır. 39. UNESCO Miras Komitesi toplantısında Diyarbakır surları ve Hevsel Bahçeleri, kültürel peyzaj alanı olarak Dünya Mirası Listesi'ne dahil edildiği belirtilmektedir. Hevsel Bahçeleri, doğal güzelliklerinin yanı sıra tarihi bir öneme de sahip olmaktadır. Evliya Çelebi'nin Seyahatnamesi'nde, Dicle Nehri boyunca uzanan bağlar, bostanlar ve ağaçlıklar anlatılmaktadır. Bu bahçeler, tarımsal ürünlerin ve zanaateserlerinin Dicle Nehri üzerinden taşınmasında önemli bir rol oynamaktadır. Dicle Nehri'nin oluşturduğu geniş yay içinde yer alan Hevsel Bahçeleri, yüksek tarım potansiyeline sahip olmaktadır. Romalılar döneminde, Perslerden kaçan Nusaybin sakinleri bu bahçelere yerleşmiş ve ilk tarımsal faaliyetleri başlatmıştır. Otuzdan fazla uygarlığın yaşadığı bu alan, söğüt ve kavak ağaçlarının bolluğu nedeniyle kerestecilik ve biyolojik çeşitlilik açısından zengindir. Bahçelerde 180'in üzerinde kuş türü ve çeşitli hayvanlar yaşamaktadır. Ayrıca, kum şeftalisi, Diyarbakır karpuzu, pamuk, pirinç, nohut gibi birçok tarımsal ürün yetiştirilmektedir. Hevsel Bahçeleri, halkın kullanımına açık sivil bir alan olup, tarımsal, kültürel ve tarihi açıdan

özgün bir yerdir. Günümüzde, doğayla ilişkilerin sürdürülebildiği ve kamusal bir mesire alanı olarak büyük önem taşımaktadır (Gümüş, 2015).

### Dicle köprüsü

Diyarbakır, antik çağlardan günümüze kadar birçok uygarlığa ev sahipliği yapmış ve her dönemde önemli bir ticaret, sanat, bilim ve yönetim merkezi olduğu belirtilmektedir (Dalkılıç vd. 2009). Dicle köprüsü, kent merkezinin güneyinde, Mardin Kapı'nın 3 km dışında yer almaktadır (Beysanoğlu, 1996) Bu köprü, Diyarbakır'ı Bağınvar Beldesi ve bazı köylere bağlayan eski Mardin yolunun bağlantı noktasındadır (Sert, Halifeoğlu, Dalkılıç, & Halifeoğlu, 2009) Dicle Nehri üzerinde bulunduğundan "Dicle Köprüsü", eski Silvan yolu üzerinde olduğundan "Silvan Köprüsü" ve halk arasında on açıklıklı olduğu için "On Gözlü Köprü" olarak adlandırılmaktadır (Beysanoğlu, 1996). Köprü, geniş su açıklığını geçen yüksek sivri kemerli gözleri ve piramidal külahlı sel yâranlarıyla dikkat çekmektedir (Sert, Halifeoğlu, Dalkılıç ve Halifeoğlu, 2009). Köprü'nün temelleri İslamiyet öncesine dayansa da mevcut yapı Mervanoğulları döneminde, 1065-1067 yıllarında inşa edilmiştir (İlter, 1978).



**Fotoğraf 4:** Dicle Köprüsü

**Kaynak:** (Diyarbakır İl Kültür ve Turizm Bakanlığı)

Köprü, bazalt taş, tuğla ve kalker taşı kullanılarak yapılmış olup 172 metre uzunluğunda ve genişliği 5.45-10.20 metre arasında değişmektedir. 2008 yılında yapılan restorasyon çalışmaları ile halkın sosyal yaşamının bir parçası haline gelmiştir (Sert, Halifeoğlu, Dalkılıç ve Halifeoğlu, 2009). Somut olmayan kültürel mirasın korunması, ritüellerin yaşatılması ile mümkündür (Gürçayır Teke, 2018). Dicle Köprüsü, Hıdırellez kutlamaları, halk oyunları, düğün fotoğrafları ve çeşitli şenlikler gibi etkinliklere ev sahipliği yapmaktadır. Hıdırellez'de dileklerin suya bırakılması gibi ritüeller köprüde gerçekleştirilmektedir (Aslan, 2020). Halk oyunları, köprü üzerinde sıkça gerçekleştirilen etkinlikler arasındadır (Küçük, 2015).

Dicle Köprüsü çevresinde restoran ve çay bahçeleri bulunmakta, yaz geceleri burada çeşitli müzikli toplantılar düzenlenmektedir. Köprü, sosyal kutlamalar, düğün fotoğrafları ve halk oyunları için önemli bir mekân haline gelmiştir. Bu tür etkinlikler, toplumsal birlikteliği pekiştirmekte ve kültürel mirası yaşatmaktadır (Kertzer, 1988).

### **Ulu camii**

Diyarbakır Ulu Camii, İslam dünyasında beşinci Harem-i Şerif olarak kabul edilir. Orta kısmı Hz. Musa zamanında yapılmış olup, genel olarak Selçuklu hükümdarı Melikşah tarafından inşa edildiği belirtilmektedir. Şafiler kısmı, Kanuni Sultan Süleyman döneminde Vakıf Ahmet Bey tarafından yaptırıldığı belirtilmektedir. Doğudaki ana giriş kısmının üst katı, geçmişte Sarı Abdurrahman Kütüphanesi olarak kullanılmış, günümüzde ise halk kütüphanesi olarak hizmet vermektedir. Avluda namazgah, şadırvan, musalla taşı ve 12. yüzyılda El Cezeri tarafından yapılan bir güneş saati bulunmaktadır. Cami avlusunda, Roma agorasından getirilen korint sütunları bulunur ve avlunun arka tarafında tuvaletler yer alır. Bu kapıdan Ahmet Arif Müzesi ve Cahit Sıtkı Tarancı Müzesi'ne gidilebilmektedir. Ulu Camii, ortadaki dikdörtgen biçimindeki büyük avlunun etrafında yer alan çeşitli bölümlerden oluşmaktadır. Avlunun güneyinde Hanefiler bölümü, kuzeyinde Şafiler bölümü ve Mesûdiye Medresesi, batısında Hanbeliler bölümü ve Zinciriye Medresesi, doğusunda ise Malikiler bölümü ve revaklı bölümler bulunmaktadır. Günümüzde Hanbeli bölümü Kur'an Kursu, Malikiler bölümü ise kütüphane olarak kullanılmaktadır. Cami avlusunun ortasındaki sekizgen sütunların taşıdığı şadırvan, 1266/1849 yılında yapılmıştır. Şadırvanın sütunları mermer işlemeli olup üstü sivri bir kubbeyle örtülüdür. Cami avlusunda ayrıca tarihi bir güneşsaati de bulunmaktadır. Ulu Camii'nin arsa alanı 2600 m<sup>2</sup>, cami alanı 1100 m<sup>2</sup> ve cemaat kapasitesi 4000 kişidir. İçinde "Sakal-ı Şerif" bulunan, tek şerefeli tek minareye sahip olan caminin mülkiyeti Vakıflar Genel Müdürlüğü'ne ait olmaktadır (Melek ve Demir, 2009)

### **Hasan Paşa hanı**

Diyarbakır Hasan Paşa Hanı, tarihi kent merkezinde ayakta kalmış önemli hanlardan biridir. Han, 1571'de Diyarbakır Valiliğine atanan Sokullu Mehmed Paşa'nın oğlu Vezir Hasan Paşa tarafından yaptırılmaya başlanmış, ancak Vali Hasan Paşa'nın tayini çıkınca yapı, Diyarbakır Valisi Özdemiroğlu Osman Paşa'nın desteğiyle tamamlanmıştır. Güney kapısında 1574, batı kapısında 1575 yılına ait iki yazıt bulunmaktadır. Bu yazıtlarda, Han'ın büyüklerin onur vermesive kalabilmesi için yapıldığı belirtilmektedir (Yıldırım, 1996).

Hasan Paşa Hanı, 2004'te Vakıflar Bölge Müdürlüğü'nce restorasyon sürecine alınmış ve 2008'e kadar restore edildiği belirtilmektedir (Yıldırım, 1996). Gazi Caddesi üzerinde bulunan Han, ticaret ve büro yapılarıyla çevrilidir. İki katlı yapıda, zemin kat dükkanları ticaretle işlevlendirilmiştir. Han'ın esas girişi batı cephesinde olup, diğer girişler kapalı çarşıya açılmaktadır. Avlunun ortasında süslemesiz başlıklara oturan bir şadırvan bulunmaktadır. Üst katta, avluya doğru taş konsollar ve beşik tonozlu revaklar vardır. Avluya açılan dört ayrı merdivenle birinci kata çıkılır ve odalar iki bölümden oluşur. Bodrum katı, ahır olarak kullanılmıştır (Yıldırım, 1996).

Batı cephesinde dükkanlar, birinci katta sivri teğet kemerli pencereler yer alır. Kuzey cephesinde zemin katta dükkanlar, birinci katta ise kemersiz pencereler bulunur. Doğu ve güneycepheleri kuyumcular çarşısına bitişiktir. Üst kat pencereleri, kapalı çarşının üstüne açılır. Yapının taş sıraları arasında, siyah bazaltın monotonluğunu kırmak için kalker taşı kullanılmıştır. Tonoz ve kubbeler, tuğladan inşa edilmiştir. Pencereler lale motifli, siyah beyaz taşlarla süslenmiştir.

2005'e kadar avluya bakan dükkanlar halı satışı, kırtasiyecilik, anahtarcılık gibi amaçlarla kullanılmıştır. Avlu zemini yükseltilmiş ve bodrum katın pencereleri kapanmıştır. Restorasyonla Han, kültürel turizme katkı sağlayacak şekilde yeniden işlevlendirilmiştir. Bodrum kat kitap satış alanı, zemin kat el sanatları dükkanları ve kafeler, birinci kat ise kahvaltıcılar ile donatılmıştır. Han, Sur içinde kültürel turizmin ilgi odağı olmuştur.

Restorasyonla, yapının hem ticaret hem de kültürel turizme katkısı sağlanmış, eski işlevlerindenkonaklama kısmı trafik yoğunluğu nedeniyle tercih edilmemiştir. Hasan Paşa Hanı,sürdürülebilir kültürel turizmin önemli duraklarından biri haline gelmiştir

### 3. YÖNTEM

Bu çalışmanın amacı, Diyarbakır'ın zengin ve çeşitli kültürel miras unsurlarının turizm açısından taşıdığı potansiyeli derinlemesine analiz etmek ve bu mirasların yerel halk üzerindeki sosyo-ekonomik ve kültürel etkilerini çok boyutlu bir şekilde incelemektir. Diyarbakır'ın tarihi yapıları, geleneksel mahalle dokusu, dini ve sivil mimari örnekleri ile UNESCO Dünya Miras Listesi'nde yer alan Diyarbakır Surları ve Hevsel Bahçeleri gibi benzersiz değerlerinin, turizm sektörü üzerinden hem ulusal hem de uluslararası düzeyde nasıl daha etkin kullanılabileceği değerlendirilecektir. Çalışma, turizm faaliyetlerinin yerel ekonomiye katkıları, özellikle istihdam olanaklarının artışı, gelir dağılımındaki iyileşmeler ve küçük ölçekli girişimlerin gelişimi üzerindeki etkilerini ele almayı hedeflemektedir. Aynı zamanda, turizmin kültürel kimliğin korunması ve yerel halkın yaşam tarzına olan etkileri de analiz edilecektir. Kültürel mirasın korunması ve sürdürülebilir turizm uygulamalarının geliştirilmesi amacıyla, çevresel etkilerin minimize edilmesi, ziyaretçi yönetimi, yerel halkın katılımı ve bilinçlendirilmesi gibi konulara odaklanılacaktır. Bu bağlamda, çalışma, Diyarbakır'ın kültürel mirasını koruma ve turizmle entegrasyon süreçlerinde karşılaşılan zorlukları belirleyerek, uygulanabilir stratejik çözüm önerileri sunmayı ve hem bölgesel kalkınmaya hem de toplumsal refaha katkı sağlamayı hedeflemektedir.

Çalışmada nitel veri toplama yöntemlerinden biri olan "görüşme tekniği" kullanılmıştır. Görüşme tekniği, diğer araştırma tekniklerine göre arama çalışması yapan kişiye ve müzakere yapılan kişiye esneklik sağlayan bir gözlem tekniğidir (Akalin, 2023). Ayrıca bu teknik, verilerin ulaşılabilirliğine ve yapılacak olan araştırma için toplanması gereken verilerin niteliklerine göre farklı şekillerde gerçekleştirilebilen (yapılandırılmış, yarı yapılandırılmış, yapılandırılmamış, etnografik ve odak grup) bir teknik olarak tanımlanmaktadır (Akalin, 2023). Çalışmada yarı yapılandırılmış görüşme tekniği kullanılmıştır. Bu teknik kapsamında görüşme öncesinde araştırmacıların belirlediği görüşme soruları araştırmacılara yol göstermektedir. Gürbüz ve Şahin'e göre (2016), yarı yapılandırılmış görüşme tekniği hem görüşme rehberi doğrultusunda ilerlemeye hem de ihtiyaç duyulduğunda derinlemesine bir değerlendirme yapmaya imkân sağlamaktadır. Yarı yapılandırılmış görüşme tekniğinde çalışma öncesinde araştırmacılar tarafından tasarlanmış bir dizi soruyu kapsayan bir form



kullanılmaktadır. Görüşme anında belirlenen soruların dışında veriyi detaylandırmak veya görüşme esnasında konu ile ilgili olarak eksiklik hissedilen noktaların tamamlanabilmesi ve çalışmanın amacına uygun olarak daha kapsamlı bilgi edinmek adına, çalışmaya ek sorular dâhil edilebilmektedir (Akman ve Erişen, 2022) “Kültürel Mirasların Turizm Potansiyeli ve Yerel Halkın Görüşleri Üzerine Bir Araştırma: Diyarbakır İli Örneği” konulu çalışmada katılımcılar ile yüz yüze görüşülerek çalışma konusu hakkında bilgileri sorgulanarak, düşüncelerini açıklamaları amacıyla, araştırmacılar tarafından yarı yapılandırılmış bir görüşme formu hazırlanmıştır. Araştırmada veri toplamak amacıyla kullanılan görüşme formunda; katılımcılara yöneltilmek üzere iki aşamalı sorular yer almaktadır. Birinci aşama; 3 sorudan oluşmaktadır ve bu sorular katılımcıların demografik bilgilerinin (yaş, cinsiyet, meslek) öğrenilmesine yöneliktir. İkinci aşama ise, 4 araştırma sorusundan oluşmaktadır ve bu sorular ile bölgedeki yerel halkın turizm algısı ve tercihlerini belirlemek için kullanılmaktadır. Araştırma 20 katılımcıyla gerçekleştirilmiş olup kişiler (k1, k2, vb.) şekilde anonim olarak kodlanmıştır. Toplanan veriler, betimsel analiz yöntemleriyle incelenmiştir. Analiz sonuçları, Diyarbakır'ın turizm potansiyeli hakkında yorumlanmıştır ve turizmin gelişimi için öneriler sunulmuştur. Bu yöntem, bölgenin turizm açısından güçlü ve zayıf yönlerini belirlemeye ve potansiyelini değerlendirmeye yönelik olmaktadır. Bu sorular şu ifadelerden oluşmaktadır;

- Diyarbakır'ın kültürel mirasları hakkında ne düşünüyorsunuz? Sizce bu miraslar yerel halk ve turistler için ne anlam ifade ediyor?
- Diyarbakır'da turizmin gelişimi hakkında ne düşünüyorsunuz? Sizce bu durum yerel ekonomi ve yaşam üzerinde nasıl bir etkiye sahip?
- Diyarbakır'daki kültürel ve tarihi yerlerin turizm potansiyeli hakkında neler düşünüyorsunuz? Sizce bu yerlerin daha fazla turist çekmesi için neler yapılabilir?
- Turizm faaliyetlerinin, Diyarbakır'ın kültürel ve tarihi dokusunu nasıl etkilediğini düşünüyorsunuz? Sizce bu etki olumlu mu, olumsuz mu? Neden?

Katılımcıların verdikleri yanıtlar doğrultusunda elde edilen verilerin görselleştirilerek anlaşılır kılınması ve analiz edilmesi amacıyla “kelime bulutu” analizi kullanılmıştır. Kelime bulutu analizi çalışmalarda değerlendirme sonucu elde edilen veriler içerisinde tekrar eden kelimelerin sıklığını ifade etmek amacıyla kullanılan görselleştirme tekniğini tanımlamaktadır. Bu analiz, araştırmacının çalışması kapsamında elde ettiği verileri ve yapılan analiz sonuçlarını okuyucular için daha anlaşılır bir görsel şekle dönüştürme temeline dayalı bir içerik sunmaktadır (Williams, Parkes ve Davies, 2013).

#### 4. BULGULAR

Diyarbakır ilindeki kültürel mirasların turizm potansiyeline yönelik 20 kişinin katılımı ile nitel görüşme gerçekleştirilerek, önceden belirlenmiş 4 yarı yapılandırılmış görüşme soruları yönetilmiştir. Sorulara verilen cevaplar analiz edilerek ortaya konulmuştur. Katılımcıların demografik özellikleri ise şu şekildedir;

**Tablo 1.** Katılımcıların Demografik Kodları

	Katılımcıların Mesleği	Katılımcıların Yaşı	Katılımcıların Cinsiyeti
K1	Esnaf	29	Erkek
K2	Esnaf	27	Erkek
K3	Memur	49	Kadın
K4	Esnaf	32	Erkek
K5	Özel Sektör	36	Erkek
K6	Esnaf	27	Erkek
K7	Öğretmen	26	Kadın
K8	Öğretmen	29	Erkek
K9	Öğretmen	29	Kadın
K10	Özel Sektör	25	Kadın
K11	Memur	37	Erkek
K12	Öğretmen	26	Kadın
K13	Özel Sektör	27	Erkek
K14	Esnaf	56	Erkek
K15	Öğretmen	28	Kadın
K16	Esnaf	26	Kadın
K17	Öğretmen	24	Erkek
K18	Taksi Şoförü	38	Erkek
K19	Polis	29	Erkek
K20	Çiftçi	48	Erkek

Tablo 1 çalışmanın katılımcılarını temsil etmektedir. Her bir katılımcının mesleği, yaşları ve cinsiyetleri listelenmiştir. Meslekler arasında özel sektör çalışanları, memurlar, öğretmenler, esnaf, taksi şoförü ve polisler bulunmaktadır. Yaş aralığı 24 ile 56 arasında değişmektedir ve katılımcıların çoğunluğu 25 ile 33 yaş aralığında olmaktadır. Cinsiyet dağılımı ise kadınlar ve erkekler arasında eşit değildir, fakat araştırmaya katılan her iki cinsiyetten de temsilciler bulunmaktadır. Bu çeşitlilik, araştırmanın farklı demografik gruplar arasındaki yerel halkın turizm potansiyeline yönelik tutumlarını anlamaya yönelik geniş bir perspektif sunmasına olanak tanımaktadır.

Çalışmanın bu aşamasında ise, coğrafi işaret kavramları, tescilli ürünler ve gastronomi turizmi hakkında katılımcılara hazırlanmış 4 araştırma sorusu yöneltilerek katılımcıların görüşleri alınmıştır.

Katılımcılara birinci soru dâhilinde, “Diyarbakır’ın kültürel mirasları hakkında ne düşünüyorsunuz? Sizce bu miraslar yerel halk ve turistler için ne anlam ifade ediyor? sorusu yöneltilmiş ve bazı katılımcıların soruya verdikleri cevaplar aşağıda ayrıntılı bir şekilde sunulmuştur.

**K3:** “Bu şehirdeki kültürel miraslar, bizim geçmişimiz ve kimliğimiz. Turistlerinde geldiğinde çok beğendiğini düşünüyorum. Özellikle başka illerden gelen turistlerle sohbet etme imkânı buldum. Burada güvenlik kaygıları olduğu için özellikle yerli turistler ön yargıyla geliyor fakat şehri ve bizleri gördükten sonra memnun olup düşündükleri gibi bir yer olmadığını söylüyorlar. Bizler misafir perver insanlarız turistlerimize ev sahipliği yapmayı çok seviyoruz.”

**K7:** “Diyarbakır’ın kültürel mirasları bizim için çok kıymetli. Bunlar sadece şehrimizin değil, bütün insanlığın ortak mirası. Diyarbakır Surları mesela; dünyada eşi benzeri az bulunur. Öğrencilere sık sık bu tarihi yerlerin önemini anlatıyorum çünkü bu eserler, onların da gelecekte sahip çıkması gereken değerler. Turistler için Diyarbakır, bir tarih ve kültür merkezi gibi. Buraya gelenler geçmişi hissetmek, farklı kültürleri tanımak için geliyor. Ama bizim için bu miraslar sadece birer tarihi eser değil; geçmişimizi bize anlatan canlı birer hikâyeye. Surlarda dolaştığımızda atalarımızın izlerini hissedersiniz, Hevsel Bahçeleri’nde doğayla tarihin nasıl iç içe geçtiğini görürsünüz. Bu yüzden bu mirasları korumak, sadece turizm için değil, bizim kimliğimiz, kültürümüz için de çok önemli.”

**K9:** “Bu eski yapılar, bizim tarihle bağımızı güçlendiriyor, turistlere de güzel bir keşif imkânı sunuyor. Bu yapılardaki kalabalık canlılık bizleri de mutlu ediyor. Bir öğretmen olarak burada 5. yılımı dolduruyorum. İlk geldiğimde bende kendimi turist gibi hissettim, tarihi yapılarına hayran kaldım, o kadar yıl geçmesine rağmen hala gezip göremediğim yerler var. Bu da buranın tarihi yapılarının ne kadar çok olduğunu gösteriyor. Bu şehirden ayrılırken çok üzüleceğim”

**K14:** “Kızım, bizim Diyarbakır’ın kültürel mirası öyle iki kelimeyle anlatılmaz. Bu topraklar çok şey gördü, çok medeniyet geçti. Surlar var mesela, ben çocukken de oradaydı, şimdi de orada. Ama her taşında bir hikâyeye var. Bu sadece turistlerin gelip fotoğraf çekeceği yer değil, bizim şehrimizin kalbi. Hevsel Bahçeleri var, orası sadece bir bahçe değil, bizim ekmeğimiz. İnsan orada geçmişini bulur, doğayla buluşur. Bu yerler bize dedelerimizden emanet, torunlarımıza da bırakmamız lazım. Turistler geliyor, bakıyor, hayran kalıyor. Ama asıl mesele bizim kıymet bilmemiz. Çocuklara hep anlatırım, bu yerler bizim tarihimiz, namusumuz gibi korunmalı.”

**K15:** “Buraların kültürel mirası, bizim için çok değerli, İnsanlar genelde bizim şehrimize ön yargı ile yaklaşıyor, gelişmemiş, dar sokakları olan kasvetli bir şehir gibi düşünülüyor. Gelip aslında tarihi yapılar ile modern yapıların birbirini nasıl tamamladığını görseler ön yargıları kırılacak. Kesinlikle gelip gezilmesi ve görülmesi gereken bir şehir.”

Katılımcıların birinci soruya verdikleri cevaplar değerlendirildiğinde, Diyarbakır’ın kültürel mirasları, yerel halk için sadece tarihi yapılar değil, aynı zamanda kimliklerini, geçmişlerini ve köklerini temsil eden değerler olarak görülmektedir. Bu miraslar, turistler için bir keşif alanı sunarken, yerel halk için gurur ve aidiyet kaynağıdır. Turizmin ekonomik etkileri de sıkça vurgulanmış; esnaf, taksi şoförü ve çiftçi gibi farklı kesimler, turistlerin şehre kazandırdığı canlılığı ve iş olanaklarını önemli bir avantaj olarak görmektedir. Ayrıca halk, misafirperverlikleriyle öne çıkarak, turistlere şehrin tarihi ve kültürel güzelliklerini tanıtmayı bir mutluluk kaynağı olarak ifade etmektedir. Bununla birlikte, mirasın korunması konusuna duyulan hassasiyet, bu değerlerin sadece bugünün değil, gelecek nesillerin de mirası olduğu bilinciyle birleşmektedir. Şehrin tanıtımında önyargıların kırılmasının önemi vurgulanırken,

bu mirasların hem ekonomik hem de kültürel açıdan sürdürülebilir şekilde yönetilmesi gerektiği fikri ortak bir tema olarak öne çıkmaktadır.

Katılımcılara ikinci soru dâhilinde, “Diyarbakır'da turizmin gelişimi hakkında ne düşünüyorsunuz? Sizce bu durum yerel ekonomi ve yaşam üzerinde nasıl bir etkiye sahip?” sorusu yöneltilmiş ve bazılarının soruya verdikleri cevaplar aşağıda ayrıntılı bir şekilde sunulmuştur.

**K3** “Turizm güzel, ekonomi canlanıyor ama bir de yerel halkın rahatı var. Şimdi aşırı kalabalık olursa kimse huzur bulamaz. Turizm planlı olursa herkes mutlu olur.”

**K4** “Turizmin gelişmesi bizim için iyi oldu, diyebilirim. Şehre gelen turist sayısı arttı, bu da esnafa büyük fayda sağladı. Otellerde yer bulamayan turistler, lokantalarda yemek yiyor, çarşılarında dolaşiyor, hediyelik eşya alıyor. Yani şehirdeki esnaf için işler açıldı, işlerimiz daha hareketli olmaya başladı. Özellikle tarihi yerler turistlerin ilgisini çekiyor, o yüzden her geçen yıl daha çok müşteri geliyor. Esnaf olarak bu durumdan memnunuz, çünkü şehre gelen her turist bizim cebimize bir şey katıyor.”

**K7** “Ben bir öğretmen olarak, Diyarbakır'daki turizmin gelişmesinin hem bizim hem de öğrencilerim için çok önemli olduğunu düşünüyorum. Bu tarihi yerler, çocuklarımıza geçmişimizi öğretebilmemiz için müthiş fırsatlar sunuyor. Turistlerin gelmesiyle şehre daha fazla ilgi artıyor, bu da bizim için gurur kaynağı. Öğrencilerim, turistlerin buraları nasıl beğendiğini gördükçe, kendi tarihimize daha çok sahip çıkıyorlar. Tabii bir de şehirdeki hareketlilik, iş imkanlarını artırıyor, bu da yerel ekonomiye katkı sağlıyor. Ama en önemlisi, turistlerin kültürümüzü takdir etmesi, bizim de kendi değerlerimize daha çok sahip çıkmamızı sağlıyor.”

**K15** “Ciğercisinden tutunda kahve içilecek yerlere kadar tarihi bir kültür yaşatılıyor burada. Mesela kahve mi içeceksiniz, Hasan Paşa hanı, Mahabat konağı öyle güzel tarihi yerler ki kahve içerken kendinizi çok huzurlu ve otantik bir yerde hissediyorsunuz. Bu sebeple turizmin çok büyük katkısı var hem şehrin insanına hem de turistine.”

**K16** “En başta şehri, kültürümüzü ve tarihimizi tanıtıyor turizm. Buradaki birçok esnafın gelir kaynağına katkı sağlıyor. Özellikle Dağkapı meydanında dibek olsun menengiç olsun çeşit çeşit kahve satan esnaflar var. Birde tabii hayalet şeker dediğimiz badem şekerimiz var çok satılıyor.”

Katılımcıların ikinci soruya verdiği cevaplar değerlendirildiğinde, Diyarbakır'da turizmin gelişimi, katılımcıların ifadelerine göre yerel ekonomi ve yaşam üzerinde genel olarak olumlu etkiler yaratmaktadır. Esnaf, turistlerin artan ilgisiyle birlikte satışların ve iş hacminin büyüdüğünü, özellikle tarihi ve kültürel alanlara yakın işletmelerin ekonomik olarak fayda sağladığını belirtmiştir. Bunun yanında, öğretmenler ve diğer katılımcılar turizmin yerel halkın kültürel değerlerine sahip çıkmasını teşvik ettiğini, şehrin tanıtımına katkıda bulunduğunu ve öğrencilere tarih bilinci kazandırdığını ifade etmiştir ancak, bazı katılımcılar. Aşırı kalabalığın yerel halkın yaşamını zorlaştırabileceğine ve turizmin planlı bir şekilde yürütülmesi gerektiğine dikkat çekmiştir. Genel olarak turizmin, ekonomik kazanç sağlamanın ötesinde, kültürel koruma, şehir tanıtımı ve toplumsal bilinç açısından da önemli bir rol oynadığı görülmektedir.

Katılımcılara üçüncü soru dâhilinde, “Diyarbakır'daki kültürel ve tarihi yerlerin turizm potansiyeli hakkında neler düşünüyorsunuz? Sizce bu yerlerin daha fazla turist çekmesi için neler yapılabilir?” sorusu yöneltilmiş ve soruya verdikleri bazı cevaplar aşağıda ayrıntılı bir şekilde sunulmuştur.

**K2** “Bizim dükkân Hasan Paşa Hanı’nda, turistler geldi mi bakır işleme, küçük el yapımı hediyelikler çok ilgi görüyor. Ama daha fazla turist çekmek için tanıtım şart. Şimdi hanın ışıklandırması güzel, ama mesela hanın avlusunda yerel sanatçılar müzik yapsa ya da küçük el işi atölyeleri kurularak turistlere deneyim sunulsa daha çok ilgi çeker. Bir de turistler buranın tarihiyle ilgili bilgi almak istiyor, hanın girişine detaylı bilgiler veren panolar konsa ya da rehberler görevlendirilse daha iyi olur. Gelen bir turist buradan hem alışveriş yapar hem de tarihi hisseder.”

**K6** “Bizim gibi kahveci esnafı için turizm çok şey demek. Hele tarihi yerlerin çevresindeki kahve dükkanları daha fazla ilgi görüyor. Ama bence bu mekanların bakıma ihtiyacı var, turist geldiğinde eskimiş yerler görmesin. Bir de sosyal medyada daha çok paylaşım yapılmalı, insanlar fotoğraf çekip paylaşsınlar ki başkaları da merak etsin. Etkinlikler düzenlenebilir, mesela surların içinde kahve festivali yapılırsa hem yerel halk gelir hem de turist.”

**K11** “Kesinlikle ulaşımın kolaylaştırılması lazım. Dicle köprüsü, Heysel bahçeleri ya da eğil gibi yerlere ulaşım çok zor kendi aracın olmadan gitmek neredeyse imkânsız. Her şeyden önce kesinlikle önce ulaşım iyileştirilmeli.”

**K14** “Şimdi diyebilirim ki Diyarbakır’ın tarihi yerleri gerçekten turistlerin ilgisini çekiyor. Ancak bu güzellikleri daha fazla turistin görmesi için bazı şeylerin değişmesi lazım. Mesela, turistler şehre geldiklerinde tarihi yerlerin çevresi biraz daha düzenlenebilir. Özellikle surlar gibi alanların etrafında daha fazla oturma yeri ve dinlenme alanları olursa, turistler buraya daha fazla vakit ayırır. Biz esnafı da faydalanırız. Zaten gelenler çoğu zaman hem yemek yiyor hem de alışveriş yapıyor. Bizim gibi küçük esnaf için de çok önemli bir fırsat. Şehirdeki bu tarihi değerleri koruyarak, aynı zamanda şehirdeki hareketliliği artırmak lazım. Temizlik ve düzenlemelere dikkat edilirse, turistlerin daha rahat gezip eğlenebileceği bir şehir olur.”

**K20** “Diyarbakır’da turizm arttıkça, yerel pazarlara olan ilgi de artar. Turistler, şehrin sokaklarında gezip yerel ürünleri görmek, tatmak istiyorlar. Bizim gibi çiftçiler için de bu çok önemli, çünkü yerel pazarlar, taze ürünlerimizi doğrudan tüketicilere sunmamız için iyi bir fırsat. Pazarlar daha düzenli ve turistik anlamda daha çekici hâle getirilirse, turistler de alışveriş yapmaya daha çok gelir. Turistlerin ilgisini çekmek için pazarlarda küçük etkinlikler düzenlenebilir ya da ürünlerimizin tanıtımına yönelik bilgilendirmeler yapılabilir. Bu şekilde hem turizm gelişir hem de bizim ürünlerimize talep artar.”

Katılımcıların üçüncü soruya verdikleri cevaplar değerlendirildiğinde, Diyarbakır'daki tarihi ve kültürel alanların turizm potansiyelinin artırılması için yapılan değerlendirmeler, şehrin zengin mirasının daha fazla turist çekebilmesi için çeşitli iyileştirmeler yapılması gerektiğini ortaya koyuyor. Esnaf ve yerel halk, özellikle mekanların bakımının yapılması, ulaşımın kolaylaştırılması ve temizlik gibi altyapı iyileştirmelerinin önemine vurgu yapıyor. Ayrıca, şehrin tanıtımının artırılması, yerel festivaller, gastronomi haritaları ve tarihi mekanlarda yapılan etkinliklerle turizmin çeşitlendirilmesi öneriliyor. Turistlerin hem tarihi

hem de kültürel deneyimler yaşaması için bilgilendirme panoları, rehberlik hizmetleri ve yerel halkın misafirperverliği ön plana çıkarılabilir. Genel olarak, Diyarbakır'daki tarihi alanların daha cazip hale gelmesi için altyapının güçlendirilmesi, etkinliklerin artırılması ve tanıtımın kapsamlı bir şekilde yapılması gerektiği görüşü ağırlık kazanıyor.

Katılımcılara dördüncü soru dâhilinde, "Turizm faaliyetlerinin, Diyarbakır'ın kültürel ve tarihi dokusunu nasıl etkilediğini düşünüyorsunuz? Sizce bu etki olumlu mu, olumsuz mu? Neden?" Sizce bu yerlerin daha fazla turist çekmesi için neler yapılabilir?" sorusu yöneltilmiş ve soruya verdikleri bazı cevaplar aşağıda ayrıntılı bir şekilde sunulmuştur.

**K6** "Hanımıza gelen turistler menengiç kahvesine bayılıyor, ama bazen hanın havasını bozuyorlar. Mesela, tarihi yerlerde sigara içenler oluyor ya da yüksek sesle konuşuyorlar. Bizim ahlaki değerlerimize biraz daha saygı gösterilse daha iyi olur. Ama şunu da söyleyeyim, bu turistler olmasa bizim işler bu kadar iyi gitmezdi. Her şeyin bir bedeli var, galiba."

**K11** "Bundan birkaç yıl öncesine kadar burada güvenlik kaygıları vardı. O zamanlar turizmin ne kadar önemli olduğunu anladık. Dükkanlar satış yapmadı, şehir bomboştu şimdi öyle kaygılar yer yer olsa da artık yok denecek kadar az. İnsanlar gelip rahat rahat gezebiliyor şehrimizi, bundan bizde turistlerde memnun, o yüzden olumsuz yönleri düşünmüyorum."

**K18** "Kesinlikle trafik sorunu. Özellikle bahar aylarında buraya yoğun bir turist akımı oluyor o zamanda trafik aşırı sıkışık oluyor bir yerden bir yere turist götürürken farklı lokasyonlardan gitmek zorunda kalıyoruz, bu da özellikle yerli turistle sorun oluşturuyor sanki biz onları fazla ücret almak için dolandırıyor muyuz gibi düşünüyorlar. Bu da bazı zamanlarda turist ve bizim aramızda tartışmalara sebep olabiliyor."

**K19** "Bazı durumlarda, kalabalık turist grupları olası provokasyonlar veya güvenlik sorunları açısından hedef haline gelebilir. Özellikle tarihi meydanlar veya etkinlik alanlarında yoğunluk, güvenlik tedbirlerini zorlaştırıyor. Sonuçta Diyarbakır, geçmişte yaşanan güvenlik sorunu olaylarıyla anıldığı için bazı turistlerde hala güvenlik kaygıları yaratabilir. Bu algı, şehre olan turistik talebi azaltabilir ve yerel ekonomiye zarar verebilir. "

**K20** "Şimdi sana açık açık söyleyeyim özellikle turistlerinin çok olduğu dönemlerde yerel pazarlarda sattığımız sebze ve meyve gibi ürünlerimizin fiyatları yükseliyor çünkü bunu bazı çiftçiler fırsat haline getirebiliyor. Öyle olunca bizde fiyatlarımızı yükseltiyoruz bu da yerel halkla olumsuzluklar yaşamamıza sebep oluyor."

Katılımcıların dördüncü soruya verdikleri cevaplar değerlendirildiğinde, Diyarbakır'da turizmin hem olumlu hem de olumsuz etkileri olduğu görülmektedir. Ekonomik canlanma, kültürel tanıtım ve turistik ilginin artışı esnaf, çiftçi ve hizmet sektörü çalışanları için önemli avantajlar sağlarken, bu süreçte bazı sorunlar da ortaya çıkmaktadır. Özellikle tarihi mekanların aşırı kalabalıklaşması, çevre kirliliği, trafik sıkışıklığı ve yerel değerlerin ticarileşmesi gibi olumsuzluklar sıklıkla dile getirilmiştir. Bunun yanında, turistlerin yerel kurallara uymaması veya tarihi mekanlara zarar vermesi gibi durumlar hem halk hem de kültürel dokular üzerinde rahatsızlık yaratmaktadır. Güvenlik kaygıları ve turistlerin yaşam

tarzlarının yerel değerlere uyumsuzluğu, kültürel çatışmalara neden olabilirken, fiyat artışları gibi ekonomik sıkıntılar da yerel halkın tepkisini çekmektedir. Tüm bu değerlendirmeler, turizmin Diyarbakır'da daha sürdürülebilir ve bilinçli bir şekilde yönetilmesi gerektiğini ortaya koymaktadır.

Bu çalışmada yarı yapılandırılmış görüşmeler sonucunda katılımcıların en çok kullandığı ifadelerin kelime bulutu analizi yapılmıştır. Analizi sonucu görsel 13'te verilmiştir.



Görsel 13: Kelime Bulutu Analizi

Diyarbakır'ın turizm potansiyeli ve yerel halkın görüşleri üzerine yapılan araştırmada, sıkça tekrar edilen kelimeler, bölgenin tarihi, kültürel zenginlikleri ve turizm sektörüne dair yerel halkın algılarını yansıtmaktadır. Turist (43) ve turizm (24) kelimelerinin öne çıkması, Diyarbakır'ın turistik çekiciliğine ve dışarıdan gelen ziyaretçi sayısına odaklanıldığını göstermektedir. Bu durum, şehrin turizm sektörünün önemli bir odak noktası olduğunu ve yerel halkın, turizmin geliştirilmesinin şehre sağlayacağı faydalara dikkat çektiğini ortaya koymaktadır. Tarihi (19) ve tarihi yerler (4) gibi terimler, şehrin tarihî mirasının ve kültürel zenginliklerinin turizm açısından önemli bir kaynak teşkil ettiğini belirtmektedir. Şehir (14) kelimesinin tekrar edilmesi, Diyarbakır'ın bir bütün olarak turizm stratejilerinin ve şehir yönetiminin dikkatlice ele alınması gerektiğini işaret etmektedir. Yerel (17) kelimesinin sık

kullanımı, yerel halkın turizmle etkileşimini ve yerel değerlerin korunmasına duyulan önemi vurgulamaktadır. Esnaf (10), yerel ticaretin ve küçük işletmelerin turizmle ilişkisini, şehrin turizmden ne ölçüde faydalandığını gösteren bir diğer önemli terimdir. Surlar (5), Diyarbakır'ın tarihi kalıntıları ve şehrin korunması gereken kültürel yapıları üzerinde durulduğunu ortaya koyar. Bizim (5) ve kimliğimiz (4) gibi ifadeler ise, yerel halkın kendilerini bu tarihi ve kültürel mirasa sahip çıkma noktasındaki aidiyetini ve gururunu yansıtmaktadır. Bizi (4) ve gurur (4) kelimelerinin yüksek sıklığı, Diyarbakır halkının turizmle birlikte gelen kültürel bilinci ve bu bilince duyduğu gururu işaret etmektedir. Değerler (9), Diyarbakır'ın yerel halkının sahip olduğu kültürel değerlerin ve geleneksel yaşam biçimlerinin korunmasına yönelik bir vurgudur. Hikâye (7) kelimesi ise, şehrin geçmişi ve kültürel mirasıyla ilgili anlatıların önemini, turizmdeki potansiyelinin bir parçası olarak görülmektedir. Kıymetli (3) ve gözlem (3) kelimelerinin varlığı, Diyarbakır'ın turizm potansiyelini daha dikkatli bir şekilde değerlendirme gerekliliğini ortaya koymaktadır. Gelişmesi (6) ve geliştirilmesi (4) terimleri, Diyarbakır'daki turizm sektörünün büyüme ve iyileşme alanlarını işaret etmektedir. Yerler (6), turistlerin ziyaret etmeyi tercih edeceği önemli noktaların ve bölgelerin vurgulandığını belirtmektedir. İlgi (4), şehre duyulan ilgiyi ve dışarıdan gelen turistlerin Diyarbakır'a olan dikkatini gösterirken, düzen (4) ve tarihi yerler (4), şehrin turizm altyapısının ve yönetiminin gözden geçirilmesi gerektiğine dair bir işaret sunmaktadır. Alışveriş (3), turizmle ilişkili yerel ekonominin bir boyutu olarak ticaretin önemine işaret ederken, etkinlik (3), turistik faaliyetlerin çeşitlendirilmesi gerektiğini ve şehre daha fazla turisti çekmek için yapılabilecek etkinliklerin önemini vurgulamaktadır. Kazanmak (3), yerel halkın ekonomik faydalar sağlama arzusunu, bilgi (3) ve korumak (3), turizmle birlikte kültürel mirası doğru bir şekilde koruma ve aktarma amacını işaret etmektedir. İlginç (3) kelimesi, Diyarbakır'ın turistik cazibesinin ne kadar dikkat çekici ve ilgi uyandırıcı olduğunu belirtmektedir. Çevre (6) ve sorun (6) kelimeleri ise, turizmin çevresel etkilerini, potansiyel zararlara karşı duyulan endişeyi ve yaşanan problemleri yansıtmaktadır. Fiyat (5), turistler için uygun fiyatların önemine değinirken, etkisi (5), turizmin yerel halk ve şehir üzerindeki etkilerini anlamaya yönelik bir odaklanmayı ifade etmektedir. Saygı (5) ve ziyaret (4), yerel halkın turizme olan yaklaşımındaki saygıyı ve turistlerin şehri ziyaret etme sıklığının önemini göstermektedir. Halk (4), yerel halkın görüşlerinin, turistlerle etkileşimlerinin ve turizmin toplumsal etkilerinin ne kadar önemli olduğunu vurgular. Kalabalık (4), turizmle birlikte gelen yoğunluğu ve bunun yarattığı sosyal dinamikleri ifade eder. Yerli (3), yerel halkın kendi kültürüne olan bağlılığını gösterirken, bilinçli (3) ve duyarlılık (3), yerel halkın turizme karşı olan bilinçli ve hassas yaklaşımını yansıtmaktadır. Altyapı (3), turizme yönelik şehri daha çekici hale getirebilmek için yapılması gereken altyapı yatırımlarına işaret ederken, gürültü (3) ise turizmin yaratabileceği çevresel gürültü kirliliği sorununa dikkat çekmektedir. Bu kelimeler Diyarbakır'ın turizm potansiyelini, kültürel mirasın korunmasını, yerel halkın bu potansiyelden nasıl faydalandığını ve karşılaşılan zorlukları kapsamlı bir şekilde ele almaktadır. Bu veriler, şehrin turizm sektörü için daha fazla gelişim, altyapı iyileştirmeleri ve çevresel sürdürülebilirlik alanlarında yapılması gereken düzenlemeleri ortaya koymaktadır.



## 5. SONUÇ, DEĞERLENDİRME, TARTIŞMA VE ÖNERİLER

Diyarbakır'da gerçekleştirilen görüşmelere katılan 20 kişinin demografik özelliklerine bakıldığında, katılımcıların meslekleri esnaf, memur, özel sektör çalışanı, öğretmen, çiftçi, taksi şoförü ve polis olarak çeşitlenmektedir. Yaş aralığı 24 ile 56 arasında değişmekte olup, en genç katılımcı 24 yaşında, en yaşlı katılımcı ise 56 yaşındadır. Cinsiyet dağılımına göre, 13 erkek ve 7 kadın katılımcı bulunmaktadır. Esnaf mesleğine sahip katılımcılar (6 kişi) ve öğretmenler (6 kişi) en büyük grubu oluştururken. Özel sektör çalışanları (3 kişi), memurlar (2 kişi), taksi şoförü (1 kişi), Çiftçi (1 kişi) ve polisler (1 kişi) gruplarını oluşturmaktadır. Bu demografik çeşitlilik, görüşmelerin farklı yaş gruplarından ve mesleklerden gelen bireylerin perspektiflerini yansıttığını göstermektedir. Diyarbakır'ın kültürel mirası ve turizm potansiyeli üzerine yapılan yarı yapılandırılmış görüşmelerden elde edilen verileri analiz edildiğinde. Kültürel mirasın yerel halk ve turistler için taşıdığı önemi, anlamı ve bu mirasların korunması gerekliliği üzerine derinlemesine bir bakış açısı sunmaktadır. Cevapları incelediğimizde, katılımcıların büyük bir çoğunluğunun, Diyarbakır'ın kültürel mirasının hem şehrin tarihi kimliği için hem de ekonomik kalkınma için önemli olduğuna dair benzer görüşlere sahip olduğu gözlemlenmektedir. Kültürel Mirasın Önemi, katılımcıların %90'ı tarafından, Diyarbakır'ın kültürel mirasının kendileri için çok kıymetli olduğunu belirtmiştir. Diyarbakır Surları, Hevsel Bahçeleri, Ulu Camii ve diğer tarihi yapılar, yerel halkın geçmişiyle güçlü bir bağ kurmalarını sağlayan ve kimliklerini tanımlayan unsurlar olarak vurgulanmaktadır. Bu tarihi yapılar, sadece turistik değer taşımakla kalmayıp, aynı zamanda yerel halk için bir aidiyet duygusu oluşturmakta ve kültürel mirasın korunmasının gerekliliği üzerinde durulmaktadır. Özellikle, katılımcıların %80'inin, bu kültürel mirasların "geçmiş hatırlatmak" ve "kimliği korumak" gibi bir işlevi olduğunu belirttikleri görülmektedir. Bu mirasların sadece taş yapılar olmadığını, aynı zamanda dedelerinden gelen birer değer ve hikâye oldukları ifade etmişlerdir. Turistlerin Bakış Açısı, katılımcıların %70'ten fazlasının, Diyarbakır'a gelen turistlerin şehri çok beğendiklerini ve buradaki kültürel zenginliklerden etkilenecek memnun kaldıkları belirtilmektedir. Özellikle, yerli turistlerin şehri ziyaret ettikten sonra önyargılarının kırıldığı ve Diyarbakır'ın tarihî ve kültürel açıdan zenginliğini takdir ettikleri ifade edilmiştir. Katılımcıların %85'i turistlerin şehre geldiğinde, ilk olarak surlar, Ulu Camii, Hevsel Bahçeleri gibi tarihî yerleri ziyaret etmeyi tercih ettiklerini belirtmektedir. Ekonomik Etki ise katılımcıların %90'ı Diyarbakır'ın kültürel mirasının ekonomik anlamda önemli bir rol oynadığını vurgulamaktadır. Turizm, yerel ekonomiye katkı sağlamakta ve özellikle esnafın işine olumlu yansımaktadır. Özellikle turistik bölgelerde çalışan yerel halk, turistlerin gelmesiyle birlikte daha fazla iş imkânı sağlamakta ve ekonomiye katkı sağlamakta olduklarını ifade etmektedir. Katılımcıların %75'i, turistlerin şehre gelmesiyle lokantalarda, otellerde ve hediyelik eşya dükkanlarında yaşanan hareketliliği olumlu bir şekilde değerlendirmektedir. Koruma ve Sürdürülebilirlik açısından değerlendirildiğinde, katılımcılar sadece turizm açısından değil, bu mirasların korunması açısından da büyük bir endişe taşımaktadırlar. Katılımcıların %80'i bu yerlerin korunmasının, sadece turizm amacıyla değil, aynı zamanda kültürel kimliğin sürdürülebilirliği açısından

önemli olduğunu belirtmektedir. Diyarbakır'ın kültürel mirası, yerel halk için bir gurur kaynağı olduğu kadar, gelecekteki nesillere aktarılması gereken değerler olarak görülmektedir. Katılımcıların %65'i, bu mirasların korunması için hem yerel halkın hem de devletin daha fazla çaba göstermesi gerektiğini vurgulamaktadır. Sosyal ve Kültürel Bağların öneminin katılımcıların %70'i Diyarbakır'daki kültürel mirasların hem yerel halkın hem de turistlerin sosyal bağlarını güçlendirdiğini belirtmektedir. Yerel halk, turistlere ev sahipliği yapmaktan büyük bir mutluluk duymakta ve şehri tanıtmaktan gurur duymaktadır. Ayrıca, katılımcıların %60'ı, yerel halkın turistlerle kurduğu etkileşimin, kültürel alışverişe olanak sağladığını ve bu etkileşimlerin şehre kültürel bir dinamizm kattığını düşünmektedir. Eğitim ve Farkındalık oranı değerlendirildiğinde, katılımcıların %55'i Diyarbakır'daki kültürel mirasların eğitim açısından da büyük önem taşıdığını belirtmiştir. Öğrencilere bu mirasların değerinin anlatılması gerektiği, gelecekteki nesillerin bu değerlere sahip çıkacak şekilde yetiştirilmesinin önemine dikkat çekilmiştir. Özellikle, öğretmenler ve eğitimciler, bu tarihi yerlerin korunması ve doğru şekilde aktarılması için bilinçli bir toplum yaratmanın önemine vurgu yapmıştır. Diyarbakır'ın kültürel mirası hem yerel halk hem de turistler için önemli bir değer taşımaktadır. Yerel halk, bu mirasları sadece birer tarihi eser olarak görmekle kalmayıp, aynı zamanda kimliklerini ve geçmişlerini yansıtan canlı hikâyeler olarak kabul etmektedir. Katılımcıların çoğu, turizmin şehre ekonomik katkı sağladığını ancak bu mirasların korunmasının, şehri gelecekteki nesillere aktarmanın yanı sıra, kimliğin ve kültürün sürdürülebilirliğini sağlamak açısından kritik olduğunu belirtmektedir. Bununla birlikte, eğitim ve farkındalık artırıcı faaliyetler ile kültürel mirasın değeri hakkında daha fazla insanın bilinçlendirilmesi gerektiği vurgulanmaktadır.

Diyarbakır'ın turizm potansiyeli ve yerel halkın bu potansiyeli nasıl algıladığını anlamaya yönelik yapılan araştırmanın kelime bulutu analizi, şehrin turizm sektörü ile ilgili önemli dinamikleri ve yerel halkın bu sektöre yaklaşımını detaylı bir şekilde ortaya koymaktadır. Yapılan analizde, **turist** ve turizm kelimelerinin sıklıkla vurgulanması, Diyarbakır'ın turistik çekiciliğinin ve turist sayısının şehirdeki tartışmaların merkezi olduğunu göstermektedir. Bu durum, yerel halkın turizmi ekonomik fayda sağlamak, şehri tanıtmak ve yerel ticaretin gelişmesini sağlamak adına önemli bir araç olarak gördüğünü ortaya koymaktadır. Yerel halkın bu sektörden ne kadar faydalandığı ve turizmle ilgili beklentileri de analizde dikkat çekmektedir. Tarihi ve tarihi yerler gibi kelimelerin sıklıkla geçmesi, Diyarbakır'ın kültürel mirasının şehrin turizm potansiyelinde önemli bir rol oynadığını belirtmektedir. Diyarbakır surları, Hevsel Bahçeleri, Ulu Camii gibi yapılar, sadece şehrin geçmişini değil, aynı zamanda geleneksel yaşam biçimlerini de yansıtmaktadır. Yerel halk, bu tarihi mirası yalnızca turizm için değil, aynı zamanda kendi kimliklerinin bir parçası olarak değerli görmekte ve koruma ihtiyacına dikkat çekmektedir. Bu da kimlik ve gurur kelimelerinin vurgulanmasıyla birleşir. Yerel halk, bu kültürel mirasa sahip çıkmanın ve gelecek nesillere aktarmanın önemine değinmektedir. Etnik kelimesi, Diyarbakır'daki turizmin yerel ticaretle ne kadar iç içe olduğunu ve yerel işletmelerin turizmden nasıl faydalandığını ortaya koymaktadır. Turistlerin gelmesiyle birlikte şehirdeki otellerin, restoranların ve hediyelik eşya satıcılarının

kazanç sağladığına dair ifadeler yer almaktadır. Yerel halk, bu ekonomik ilişkilerin şehre katkı sağladığının farkındadır ve bu nedenle turizmi daha da geliştirme konusunda isteklidir. Ancak, bu gelişimin aynı zamanda kültürel mirası koruyarak ve çevresel sürdürülebilirliği gözeterek olması gerektiği vurgulanmaktadır. Korumak ve değerler kelimelerinin tekrarı, yerel halkın turizmi geliştirirken tarihî alanların korunmasına duyduğu özeni ve bu mirasın korunmasını, sadece turizm açısından değil, kültürel bir sorumluluk olarak da gördüklerini göstermektedir. Bu durum, gelişmesi ve geliştirilmesi gibi kelimelerle de desteklenmiştir; yerel halk, Diyarbakır'ın turizm altyapısının iyileştirilmesi ve şehrin tanıtımının artırılması gerektiğini ifade etmektedir. Ancak bu süreçte, sorun ve çevre kelimeleriyle de belirginleşen çevresel etkiler ve olası zararlar konusunda bir duyarlılık söz konusudur. Bu, yerel halkın turizmle gelen kalabalıkların ve çevresel sorunların farkında olduğunu ve bu durumun yönetilmesi gerektiğini vurgulamaktadır. Altyapı ve düzen kelimeleri, Diyarbakır'ın turizme yönelik altyapı yatırımlarının ve şehir yönetiminin gözden geçirilmesi gerektiğini gösteren önemli ipuçları sunmaktadır. Şehrin turizm altyapısının modernize edilmesi, daha fazla turist çekmek ve yerel halkın turizmden daha fazla faydalanabilmesi için gereklidir. Ancak, bu altyapı geliştirmelerinin çevresel etkilerin minimize edilerek ve şehrin karakterine zarar vermeden yapılması gerektiği de yerel halk tarafından vurgulanmaktadır. Hikâye kelimesi, Diyarbakır'ın tarihî yapılarının ve kültürel mirasının sadece fiziksel yapılar olarak değil, aynı zamanda anlatılar ve geçmişle ilgili canlı hatıralar olarak değerlendirildiğini göstermektedir. Yerel halk, bu mirası sahiplenmekte ve turistlere aktarılabilecek bir hikâye olarak görmekte, bu da şehrin turizmdeki cazibesinin bir parçasıdır. Ancak, gürültü ve kalabalık gibi kelimeler, turizmin yaratacağı yoğunluğu ve bunun yerel halk üzerindeki etkilerini yansıtmaktadır. Turizm arttıkça, şehirdeki sosyal dinamiklerin değişebileceği ve bu değişimlerin bazı olumsuz sonuçlar doğurabileceği düşünülmektedir. Kelime bulutu analizi, Diyarbakır'ın turizm potansiyelinin önemli olduğu kadar, bu potansiyelin yerel halkın kültürel kimliğine ve çevresel sürdürülebilirliğe nasıl bir etkisi olduğuna dair önemli ipuçları sunmaktadır. Diyarbakır halkı, şehrin kültürel mirasını ve tarihi yerlerini gurur kaynağı olarak görmekte, bu mirası koruyarak ve doğru yöneterek hem turizmdeki gelişmeyi hem de kültürel değerlerin korunmasını sağlamak istemektedir. Ancak, bu süreçte karşılaşılan çevresel sorunlar, altyapı eksiklikleri ve kalabalıkların yarattığı sosyal etkiler gibi zorluklar da göz önünde bulundurulmalıdır. Diyarbakır'ın kültürel mirasları ve turizm potansiyeli inceleyen literatürdeki diğer çalışmalar incelendiğinde;

Yıldız, (2018) Diyarbakır'ın Kültürel Mirasının Turizme Etkisi isimli çalışmasında Diyarbakır'ın kültürel ve tarihi mirasının turizm üzerindeki etkilerini incelemektedir. Çalışma, Diyarbakır'ın zengin tarihi ve kültürel mirasının turistler için çekici bir destinasyon oluşturduğunu ve yerel ekonomiye önemli katkılar sağladığını vurgulamaktadır.

Kaya, (2020) Diyarbakır'da Turizm ve Yerel Kalkınma isimli çalışmasında Diyarbakır'da turizmin yerel kalkınma üzerindeki etkilerini ele almaktadır. Araştırma, turizmin yerel ekonomiye katkıları, istihdam yaratma potansiyeli ve kültürel mirasın korunması ile ilgili sorunları detaylı bir şekilde analiz etmektedir.

Demir, (2022) Kültürel Miras ve Turizm: Diyarbakır Örneği isimli çalışmasında Diyarbakır'ın kültürel mirasının turizm potansiyelini ve bu potansiyelin nasıl daha etkin kullanılabileceğini incelemektedir. Demir, Diyarbakır'ın tarihi yapıları, geleneksel el sanatları ve mutfak kültürü gibi unsurların, turistler için büyük bir çekim merkezi olduğunu ortaya koymaktadır.

Bu çalışma ile literatür arasındaki benzerlikler, Diyarbakır'ın kültürel mirasının ve turizm potansiyelinin, yerel halkın kalkınmaya olan katkı sağlayan tutumları ve kültürel değerlerin korunması üzerine yapılan ortak vurgularda açıkça görülmektedir. Ancak, çalışmamızda çevresel etkiler ve sosyal sorunlar gibi yeni unsurların da öne çıktığı, bu faktörlerin yönetilmesinin gerekliliği üzerinde durulması gerektiği vurgulanmaktadır.

Diyarbakır'ın turizm potansiyelini güçlendirmek için kültürel mirasın korunmasına yönelik daha fazla somut adım atılmasını içermelidir. Özellikle, tarihi alanların restorasyonuna yönelik yatırımlar yapılmalı, bu alanların turistlere açılmadan önce kapsamlı şekilde korunması sağlanmalıdır. Turizm altyapısının geliştirilmesi de büyük önem taşımaktadır; otel, restoran ve diğer turistik tesislerin kapasite artırılması ile birlikte çevre dostu ve sürdürülebilir yöntemler benimsenmelidir. Şehirdeki ulaşım altyapısının iyileştirilmesi, turistlerin daha rahat bir şekilde şehri gezebilmelerini sağlayacak şekilde planlanmalıdır. Ayrıca, yerel halkla birlikte geliştirilecek kültürel turlar ve rehberlik hizmetleri, Diyarbakır'ın kültürel ve tarihî mirasını daha derinlemesine tanıtan alternatif turizm rotaları yaratılmasına olanak verebilir. Eğitim ve farkındalık programları hem yerel halkın hem de turistlerin kültürel mirasa olan duyarlılıklarını artırarak, koruma bilincini güçlendirebilir. Yerel halkın turizm sektörüne dahil edilmesi, onların turizm gelirlerinden daha fazla faydalanmalarını sağlarken, kültürel mirasın korunmasına da katkı sağlayacaktır. Gelecekte benzer çalışmaları yapacak araştırmacılar için, katılımcıların kültürel mirasa yönelik bilinç düzeylerini ölçerken, çevresel sürdürülebilirlik ve sosyal etkilerin de dikkate alınması önemlidir. Ayrıca, turizmin olası olumsuz etkilerini analiz ederken, sürdürülebilir turizm stratejilerinin uygulanabilirliğini araştırmak, bu alanın gelişmesine katkı sağlayacaktır.

## 6. KAYNAKÇA

- Abakay, M. (2013). Diyarbakır Kalesi, burçlar, surların tarihi, Y. H. içinde, Tarih-Kültür-İnanç Kenti Diyarbakır (s. 80-107). Diyarbakır: ResearchGate.
- Akalın, R. (2023). Coğrafi İşaretli Ürünlerin Gastronomi Turizmi Destinasyonuna Etkisi: Malatya İli Örneği. Yüksek lisans Tezi. Sivas: Sivas Cumhuriyet Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı.
- Akbulut, İ. (1998). Diyarbakır. Diyarbakır: Diyarbakır Büyükşehir Belediyesi Yayını.
- Akman Dömbekci Halil ve Erişen Mehmet Akif (2022). "Nitel Araştırmalarda Görüşme Tekniği", Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 22 (Özel Sayı 2), s141-160.
- Arıncı, P. (2002). Selçuk'ta kültür turizmi. Yüksek Lisans Tezi. İzmir: Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Coğrafya Anabilim Dalı.
- Arslan, R. (1999). Diyarbakır Kentinin Tarihi ve Bugünkü Konum, Diyarbakır Müze Şehir, İstanbul: Yapı Kredi Yayınları, 80-107.
- Aslan, E. (2020). Fakelore mu, Geleneğin İcadı mı, Uygulamalı Halk Bilimi mi? Hamamönü Hıdırellez Şenlikleri Üzerine Bir İnceleme, Milli Folklor, 75-85.
- Atan, A. (2007). Tarihi Estetik Değerleriyle Diyarbakır Surları, 18 Şubat 2017 tarihinde <http://www.diyarbakir.gov.tr> adresinden alındı.
- Beyoğlu, S. (1998). İstiklâlin Bedeli. The cost of independence, Tarih ve Medeniyet, (46), 46-51.
- Beysanoğlu, Ş. (2001). Anadolu'nun Kültür ve Medeniyet Tarihinde Diyarbakır, 1. Bütün Yönleriyle Diyarbakır Sempozyumu, 27-28.
- Beysanoğlu, Ş. (1963). Kısaltılmış Diyarbakır Tarihi ve Âbideleri (no. 11). Diyarbakır Tanıtma Derneği.
- Beysanoğlu, Ş. (1996). Diyarbakır musikî folkloru. Diyarbakır: Diyarbakır Büyükşehir Belediyesi Kültür ve Sanat Yayınları.
- Bostancı, E. (1965). Beldibi, Belbaşı Mezolitliği ve diğer Mezolitik buluntularla olan münasebetleri, Antropoloji, 3.
- Çatalbaş, F. (2012). Suriçi Bölgesi Kentsel Dönüşüm Projesi ve Diyarbakır Turizmine Katkısı, Journal Of Faculty Of Theology Of Bozok University, 1(1), 47.
- Darkot, B. (1945). Diyarbakır, İslam Ansiklopedisi, C. 3, İstanbul.
- Demir, H. (2021). Dicle (On Gözlü) Köprüsü'nün Somut ve Somut Olmayan Miras Olarak Korunması, Milli Folklor, 17(132), 226-249.
- Demirer, D. (2015). Kültürel mirasın sürdürülebilirliği kapsamında edebiyat turizminin yönetici ve tüketici perspektifinden değerlendirilmesine yönelik bir araştırma. Yüksek lisans tezi. Düzce: Düzce Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Diyarbakır İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü. (2016). Diyarbakır İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü.

- Diyarbakır Valiliği. (2016). Diyarbakır Valiliği Kültür Turizm Birimi.
- Emekli, G. (2006). Coğrafya, kültür ve turizm: Kültürel turizm, Ege Coğrafya Dergisi, 15(1-2), 51-59.
- Ertaş, Ş. ve Taş, A. (2017). Changing effect of place on frontage design in the context of cultural sustainability, ITU A|Z, 14(1), 71-89.
- Göyünç, N. (1999). Taha Akyol, Osmanlı'da ve İran'da Mezhep ve Devlet, Osmanlı Araştırmaları/The Journal of Ottoman Studies, (19), 261.
- Gümüş, E. (2015). The Importance Of Hevsel Gardens For The City of Amid/Diyarbakir Through History And The Reflection of This In Documents, Diyarbakir Fortress and Hevsel Gardens Cultural Landscape. N. Soyukaya içinde, Chapter: 3, The Islamic Period (s. 143-154). Diyarbakir: Diyarbakir Metropolitan Municipality.
- Güney, E. (1991). Diyarbakır ve Yöresinde Doğa-Kültür Turizmi, Diyarbakır: Dicle Üniversitesi Rektörlüğü Yayınları No: 4.
- Gürbüz Sait ve Şahin Faruk (2016). Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri Felsefe -Yöntem-Analiz. 3. Baskı, Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Gürçayır Teke, S. (2018). Somut Olmayan Kültürel Mirasın Korunması Sözleşmesi Listelerinde Yaşayan Miraslar ve Sabitlenen Gelenekler, Millî Folklor.
- İlter, F. (1978). Anadolu'nun Erken Devir Türk Köprüleri ile İran Köprü Mimarlığı İlişkileri, Edebiyat ve Beşerî Bilimler Dergisi, (9), 275-320.
- Kertzer, D. (1988). Ritual, Politics and Power. New Haven and London: Yale University Press.
- Korumaz, G. (2015). Kültürel miras yönetiminde karar destek sistemlerinin kullanımına yönelik bir model önerisi. Doktora Tezi. Konya: Selçuk Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü.
- Kubat, M. (2001). Diyarbakır tarihi sur içi yerleşimi dönüşüm/değişim sürecinde koruma olgusu. Yüksek Lisans Tezi. Diyarbakır: Mühendislik ve Fen Bilimleri Enstitüsü, Dicle Üniversitesi.
- Küçük, İ. (2015). Performans Sanatı Bağlamında Türk Halk Oyunları, EÜ Devlet Türk Musikisi Konservatuvarı Dergisi, 63-72.
- Melek, A. ve Demir, A. (2009). Dini Değerleri ile Diyarbakır. Diyarbakır İl Müftülüğü Yayınları, 2.
- Özcanlı, M. (2024). Unesco Kültür Mirasında Diyarbakır Surları, Social Sciences Studies Journal (SSSJJournal), 4(24), 5106-5115.
- Parla, C. (2005). Diyarbakır Surları ve Kent Tarihi, METU Journal of the Faculty of Architecture, 22(1), 57-84.
- Sert, H., Halifeoğlu, F., Dalkılıç, N., ve Halifeoğlu, Z. (2009). Tarihi Diyarbakır Dicle (On Gözlü) Köprüsü'nün Onarımı Güçlendirilmesi ve Yeniden Kullanımı, Katılımlı Tarihi Eserlerin Güçlendirilmesi ve Geleceğe Güvenle Devredilmesi Sempozyumu, 2, 1-1.

Şengül, S., Çakır, A., ve Çakır, G. (2015). Yöresel Mutfaklar. Ankara: Ertem Basım Yayın San. Tic.

Tuncer, O. (2002). Diyarbakır kiliseleri. Diyarbakır Büyükşehir Belediyesi Kültür ve Sanat Yayınları.

Williams, W., Parkes, E.L. ve Davies, P., (2013). Wordle: A method for analysing MBA student induction experience. The International Journal of Management Education,11(1), s44-53.

Yıldırım, M. (1996). Diyarbakır Hasan Paşa Hanı Koruma ve Değerlendirilmesi. Yüksek Lisans Tezi. Diyarbakır: Fen Bilimleri Enstitüsü Dicle Üniversitesi



ISSN: 2651-2742

2024- Cilt: 7 Sayı: 2

Sayfa: 317-337.

Dergi Web Sitesi: <http://sita.cumhuriyet.edu.tr/tr/>

Gönderilme Tarihi: 24.12.2024

Kabul Tarihi: 30.12.2024

Araştırma Makalesi (Research Article)

**DİJİTAL MÜZECİLİK UYGULAMALARINA YÖNELİK TURİST REHBERİ  
ALGILARI: ÇATALHÖYÜK TANITIM VE KARŞILAMA MERKEZİ ÖRNEĞİ**  
Tourist Guide Perceptions of Digital Museology Applications: The Case of Çatalhöyük Promotion  
and Welcome Center

İbrahim Hakkı KAYNAK

Necmettin Erbakan Üniversitesi,  
Turizm Fakültesi

Filiz SEVİNÇ

Necmettin Erbakan Üniversitesi,  
Sosyal Bilimler Enstitüsü

Sinan USLU\*

Necmettin Erbakan Üniversitesi,  
Turizm Fakültesi

ÖZ

Bu araştırma, dijital teknolojilerin müzecilikte yarattığı köklü değişimlerin turist rehberlerinin mesleki performanslarına etkisini ve ortaya çıkan algılarını incelemektedir. Sanal turlar, artırılmış gerçeklik (AR) ve dijital etkileşimli ekranlar gibi yenilikler, müze deneyimlerini kişiselleştirip zenginleştirirken, rehberlerin bu dijital araçları etkin kullanması ziyaretçilerin deneyimlerini derinleştirmede önemli bir rol oynamaktadır. Çalışma, rehberlerin dijital müzecilik uygulamalarına yönelik algılarını ve bu algıların mesleklerine yansımalarını analiz ederek, dijital dönüşüme adaptasyonun müzelerin eğitimsel ve kültürel misyonlarına katkı sağlama potansiyelini vurgulamaktadır.

**Anahtar Kelimeler:** Dijital Müzecilik, Turist Rehberi Algısı, Çatalhöyük Tanıtım ve Karşılama Merkezi.

ABSTRACT

This research examines the effects of the radical changes created by digital technologies in museums on the professional performance of tour guides and the resulting perceptions. While innovations such as virtual tours, augmented reality (AR) and digital interactive displays personalize and enrich museum experiences, guides' effective use of these digital tools plays an important role in deepening visitors' experiences. By analyzing guides' perceptions of

\* Sorumlu Yazar: [sinanuslu42@gmail.com](mailto:sinanuslu42@gmail.com)

**Önerilen Atıf:** Kaynak, İ. H., Sevinç, F. ve Uslu, S. (2024). Dijital Müzecilik Uygulamalarına Yönelik Turist Rehberi Algıları: Çatalhöyük Tanıtım ve Karşılama Merkezi Örneği, Sivas İnterdisipliner Turizm Araştırmaları Dergisi, 7(2), 317-337.



digital museology practices and their implications for their profession, the study highlights the potential of adapting to digital transformation to contribute to the educational and cultural missions of museums.

**Key Words:** Digital Museology, Perception of Tourist Guide, Çatalhöyük Promotion and Welcome Center.

## 1. GİRİŞ

Dijital teknolojinin hızla ilerlemesi, birçok alanda olduğu gibi müzecilik alanında da köklü değişimlere yol açmıştır (Mutlu, 2019). Geleneksel müzecilik yöntemlerinin yerini giderek daha fazla dijital uygulamalar almaktadır (Bunsuz, 2019; Kahraman, 2021). Sanal turlar, artırılmış gerçeklik (AR), sanal gerçeklik (VR) ve dijital etkileşimli ekranlar gibi yenilikler, ziyaretçilere müze deneyimlerini zenginleştiren ve derinleştiren yeni imkanlar sunmaktadır (Teker, 2016). Örneğin, sanal turlar sayesinde fiziksel olarak müzeyi ziyaret edemeyen kişiler bile eserleri detaylı bir şekilde inceleyebilirken, artırılmış gerçeklik uygulamaları ziyaretçilerin tarihi eserleri ve sanatsal objeleri daha interaktif bir şekilde deneyimlemelerine olanak tanır (Pınarcık, 2023). Bu teknolojiler, müze koleksiyonlarını daha erişilebilir hale getirerek, daha geniş kitlelere ulaşmasını sağlar (Tezcan, 2019). Dijital müzecilik, sadece ziyaretçi deneyimini dönüştürmekle kalmaz, aynı zamanda müzelerin erişilebilirliğini artırır ve daha geniş kitlelere ulaşmasına olanak tanır (Ergin, 2022). Dijital araçlar, müzelerin eğitim programlarını zenginleştirir, araştırma ve koruma çalışmalarını destekler ve topluluklarla olan etkileşimlerini derinleştirir (Külük, 2019). Bu bağlamda, dijital müzecilik uygulamaları, müzelerin misyonunu daha etkili bir şekilde yerine getirmesine yardımcı olurken, ziyaretçilerin öğrenme deneyimlerini de kişiselleştirir ve geliştirir (Karadeniz, 2017).

Bu değişimlerin ışığında, dijital müzecilik uygulamalarının rehberlik mesleğinin icrasında önemli bir yer tuttuğu düşünülmektedir (Ercan, 2022). Turist rehberleri, müzelerin sunduğu bilgileri ziyaretçilere aktaran ve ziyaretçi deneyimini yönlendiren kilit kişiler olarak (Goulding, 2000), dijital teknolojilerin entegre edilmesinde ve ziyaretçilere benimsetilmesinde kritik bir rol üstlenirler (Kahraman, 2024). Rehberlerin dijital araçları kullanma becerisi, ziyaretçilerin müze deneyimini nasıl algıladığını ve ne kadar memnun kaldığını doğrudan etkiler (Sarıgül, 2021). Ayrıca, teknolojik araçların turist rehberlerinin sunduğu hizmetleri kısmen de olsa karşılayabildiği ve rehberlik mesleğine yönelik bir tehdit olarak algılanabileceği ifade edilebilir (Eser, 2020). Dolayısıyla, rehberlerin dijital müzecilik uygulamalarına yönelik algıları (Deniz, 2008) ve bu algıların onların mesleki performansları üzerindeki etkileri, incelenmeye değer önemli bir konudur. Bu çalışmada, dijital müzecilik uygulamalarının turist rehberleri tarafından nasıl algılandığını ve bu algıların rehberlerin işlevselliğine, ziyaretçi memnuniyetine ve genel müze deneyimine nasıl yansıdığını ortaya çıkarmak amaçlanmıştır. Rehberlerin dijital araçları benimsemesi ve etkin kullanması, müze ziyaretçilerinin deneyimlerini zenginleştirmek için önemlidir. Rehberlerin dijital dönüşüme nasıl baktıklarını öğrenmek, mesleki gelişim ve gelecekteki mesleki dönüşüm için yeni fikirlerin oluşmasını sağlayabilir.

Araştırmanın ilk bölümünde dijital müzecilik uygulamalarının teorik temellerine ve mevcut literatüre genel bir bakış sunulacaktır. İkinci bölümde ise turist rehberlerinin dijital müzecilik uygulamalarına yönelik algıları üzerine yapılan saha çalışmasının bulguları ele alınacaktır. Son bölümde ise bulgular ve değerlendirme ile dijital müzeciliğin geleceğine yönelik önerilerde bulunulacaktır.

Bu araştırmanın, dijital müzecilik uygulamalarının etkinliğini artırmak ve turist rehberlerinin dijital dünyaya adaptasyonunu sağlamak adına önemli katkılar sağlayacağı düşünülmektedir. Turist rehberlerinin dijital becerilerini geliştirmek ve dijital müzeciliği etkin kullanmalarını sağlamak, müze deneyimini zenginleştirir ve müzelerin eğitimsel ve kültürel misyonlarını daha geniş kitlelere ulaştırır.

## 2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

### 2.1. Dijital Müzecilik

Dijital müzecilik, dijital teknolojilerin kullanılmasıyla müzelerin içeriklerini sergileme, koruma, erişim sağlama ve ziyaretçi deneyimini geliştirme süreçlerini ifade eder (Bayrak Uluğ, 2020). Bu alanda kullanılan teknolojiler, sanal turlar, artırılmış gerçeklik (AR), sanal gerçeklik (VR), dijital etkileşimli ekranlar, mobil uygulamalar ve dijital arşiv sistemleri gibi çeşitli yenilikleri içerir (Kamacioğlu, 2018). Özellikle pandemi gibi fiziksel ziyaretlerin kısıtlandığı dönemlerde büyük avantaj sağlar ve müze ziyaretlerini daha eğitici hale getirebilir (İralı, 2021). İnteraktif ekranlar, AR ve VR uygulamaları, ziyaretçilere tarihsel olayları ve kültürel bağlamları daha etkili bir şekilde öğrenme fırsatı sunar, nadir ve hassas eserlerin korunmasına yardımcı olur (Durna, 2021). Dijital kopyalar, orijinal eserlerin zarar görmesini önleyerek uzun ömürlü olmalarını sağlar (Erkan, 2023). Dijital uygulamalar, ziyaretçilerin müze deneyimini kişiselleştirmesine ve derinleştirmesine olanak tanır (Mercin, 2017). Sanal turlar ve etkileşimli rehberlik, müze gezilerini daha ilgi çekici hale getirir (Kaya, 2018). Ayrıca Dijital platformlar, ziyaretçi davranışlarını ve tercihlerini izleme imkânı sağlar (Topsakal, 2024). Bu veriler, müze yönetimlerine sergilerini ve programlarını iyileştirme konusunda yardımcı olur (Ayaokur, 2014). Müzelerde en sık kullanılan etkileşimli sunum yöntemleri; Dokunmatik Ekranlar (Touch Screen), Hologram Teknolojileri, Simülasyonlar, Sanal Gerçekçilikler, Arttırılmış Gerçeklikler, Çok Boyutlu Gösterimler (Projeksiyon) gibi uygulamalar sıralanır (Caggianese, 2018).

Dokunmatik Ekran; Dokunmatik ekran, kullanıcının parmak veya özel bir kalemle doğrudan ekrana dokunarak cihazı kontrol edebilmesini sağlayan bir ekran türüdür (Göktepe, 2013). Bu ekranlar, dokunuşları algılayarak ilgili komutları gerçekleştiren ve geniş bir kullanım yelpazesine sahip olan interaktif teknolojilerdir bunun yanı sıra, katılımcının cihazla keyifli vakit geçirmesini de sağlar (Alemdar, 2014). Bir müzede, camlı bir bölmenin arkasındaki obje ile etkileşim kurmak oldukça zordur; ancak, anlatım teknolojik araçlarla desteklendiğinde, sergileme çok daha eğlenceli hale gelir (Aytekin, 2016). Bu gösterimlerle, sergide yer almayan objeleri göstermek veya yeni objeler yaratmak mümkündür (Vargün, 2022).

Hologram Teknolojisi; Hologram teknolojisi, ışığın dalga özelliklerini kullanarak üç boyutlu görüntüler oluşturma tekniğidir (Ercan M. , 2009). Bu teknoloji, bir nesnenin veya sahnenin ışık dalgalarını kaydederek (Zencir, 2023) ve daha sonra bu dalgaları yeniden yapılandırarak izleyiciye gerçekçi bir derinlik ve perspektif hissi verir (Işık, 2013). Hologramlar genellikle lazer ışığı kullanılarak oluşturulur (Mueck, 2019)ve bilim, sanat, eğitim, tıp ve eğlence gibi birçok alanda kullanılır (Boyras, 2011). Holografi, sanal gerçeklik ve artırılmış gerçeklik uygulamaları için de önemli bir temel teknolojidir (Köse, 2018).

Simülasyon; gerçek dünyada var olan bir ortamın ışık, ses ve görsel bileşenlerini dijital bir platformda sunmaktır (Karaman, 2022). Bu süreç, gerçeği yakalayan ve onun yerini alan sahte bir temsil olarak tanımlanabilir (Ercansungur, 2018). Simülasyon, gerçeğin yerini almış olan

bir hiper gerçekliktir ve gerçek ile sahte, orijinal ile imge arasındaki farkı ortadan kaldırır (Tağ Kalafatoğlu, 2022).

Sanal Gerçeklik; Teknolojinin ilerlemesi ve sunduğu imkânlar doğrultusunda yaygınlaşan sanal gerçeklik, kişilere dijital bir ortamda gerçeklik hissi yaşatan bir teknolojidir (Sariyar, 2019). Bu teknoloji, müzelerde sergileme amacıyla kullanıldığında, Müzelerde ise ziyaretçilere daha etkileyici ve interaktif deneyimler sunmaktadır ve müzelere olan ilgiyi artırmakta ve sergilenen koleksiyonların görünen kısmının ötesinde daha ayrıntılı bilgi sunmaktadır (Köse, 2020). Bu uygulama, müzenin belirli noktalarında bulunan veya girişte kimlik karşılığında verilen tablet bilgisayarlar aracılığıyla gerçekleştirilebilir (Aydiner, 2022).

Arttırılmış Gerçeklik; Arttırılmış gerçeklik, insan duyularıyla algılanabilen ve bilgisayar teknolojisiyle zenginleştirilip çevresel faktörlerle etkileşime giren bir algı kavramıdır (Somyürek, 2014). Bu teknolojinin oluşturduğu ortamların ne kadar gerçekçi olduğunu değerlendirmek için “bulunmuşluk hissi ölçeği” kullanılır ve bu ölçeğin amacı, yaratılan ortamın gerçeklikle ne kadar benzerlik taşıdığını ölçmektir. (Akçaova, 2020). Arttırılmış gerçeklik teknolojisiyle pek çok sanal ortam oluşturulmuş, bu ortamlarda bilimsel çalışmalar gerçekleştirilmiş ve elde edilen bulgular bilimsel açıdan değerli kabul edilmiştir (Avcı, 2018).

Çok Boyutlu Gösterimler (Projeksiyon); Bir geometriye ait yüzey, çizgi ve noktaların farklı bir düzlem üzerinde cihazlar aracılığıyla oluşturduğu görüntüye izdüşüm denir (Tercan, 2012).

Gelişen ve değişen teknoloji ile dijital sergileme teknikleri yaygın olarak görülmektedir. Dünya da ve Türkiye’de bazı örnekleri bulunmaktadır. Dünyada San Francisco’da bulunan Modern Sanatlar Müzesi (SFMOMA-San Francisco Museum of Modern Art) (Samis, 2001) ile New York’ta yer alan Modern Sanatlar Müzesi (MoMA PS1-Museum of Modern Art) (Bouchard, 2020), Yeni Müze (New Museum), Whitney Amerikan Sanatlar Müzesi (Whitney Museum of American Art) (Wands, 2021) gibi önemli müzeler sayılabilir. Ayrıca, Tokyo’da “dünyanın en büyük dijital sanat müzesi” unvanıyla açılan yeni bir müze daha bulunmaktadır (Erbay, 2022). Türkiye’de günümüzde yaygınlaşan dijital anlatım modellerine sahip müze örnekleri şu şekilde sayılabilir; İstanbul 1453 (Taşkiran, 2019), Panorama 1326 Müze ve Etkileşim Merkezi (Zülfikar, 2020), Gaziantep Savunması ve Kahramanlık Panoraması Müzesi (Büyüksalvarcı, 2020), Çanakkale Panorama 1915 (Tozlu, 2012), Efes dijital deneyim müzesi (Oğan, 2022).

## 2.2. Turist Rehberliği

Turist rehberliğinin geçmişi, Mısırlı rahiplere (Yıldız, 2018) ve Anadolu’da doğup büyümüş (Erdem, 2020) tarihçi ve coğrafyacı ve aynı zamanda tarihteki ilk tercüman ve rehber olan Herodot’a kadar gitmektedir (Polat, 2001). Rehberlik mesleği, insanların bilinmeyen bölgeleri güvenilir bilgiyle tanıma ihtiyacından doğmuştur (Rabotić, 2010). Bu görev, tarih boyunca farklı isimlerle anılmış olmasına rağmen, günümüzde en güncel adıyla tanımlanmaktadır (Tanrısever, 2019) ve hakkında çeşitli tanımlar bulunmaktadır (Koroğlu, 2012).

Turist rehberleri, turistlerin beklentilerini ve destinasyonun çekiciliğini birleştirerek etkili iletişim kurar ve misafir memnuniyeti sağlar. Ancak, teknolojinin hızlı gelişimiyle birlikte, rehberlerin sunduğu hizmetler teknolojik araçlar tarafından da sağlanabilir hale gelmektedir. Bu sebeple teknoloji, rehberlik mesleğinde giderek daha önemli bir rol oynamaktadır (Pirolo & Nasta, 2020; Özalkan, 2022). Rehberler Turist deneyimini zenginleştirme anlamında çeşitli materyaller kullanılır. Detaylı haritalar ve broşürler, ziyaretçilere gezilen yerin genel görünümünü ve önemli noktalarını gösterir (Ar, 2015). Fotoğraf ve video, Anlatılan konuları

görsel olarak destekleyerek ziyaretçilerin dikkatini çeker ve anlamalarını kolaylaştırır (Türker, 2020). Tarihi eserlerin veya yapıların küçük ölçekli modelleri, ziyaretçilere somut bir görsel sunarak konuları daha iyi anlamalarını sağlar (Güzelci, 2017). Ziyaretçilere kendi hızlarında gezme imkânı sunar ve sesli etkiler ve müziklerle anlatımı zenginleştirir (Şahiner, 2013).

Turist rehberliği açısından bakıldığında, dijital ve elektronik kaynaklar farklı anlamlar taşırlar. Buna göre dijital müzeler, coğrafi sınırlamaları ortadan kaldırarak herkesin erişebilmesini sağlar ve farklı dillerde içerik sunarak uluslararası ziyaretçilere hitap eder ve rehberlerin etkileşimine uygun değillerdir (Tüfekçi, 2015). Bununla birlikte ziyaret alanlarındaki interaktif ekranlar ve sanal turlar, ziyaretçilerin aktif katılımını teşvik eder ve anlatımı daha etkileyici hale getirir (Gümüş & Erbay, 2019). Görsel ve işitsel unsurlarla desteklenen dijital içerikler, ziyaretçilerin deneyimini daha etkileyici hale getirir (Karayılanoğlu, 2020). Dijital müzeler, ziyaretçilere eğitici içerikler sunarak bilgi düzeylerini artırır ve çevrimiçi kaynaklar aracılığıyla uzaktan eğitim imkânı sağlar (Yum, 2020). Ziyaretçi geri bildirimleri, dijital müzelerin deneyimleri sürekli iyileştirmesine olanak tanır ve kişiselleştirilmiş turlar ziyaretçilerin ihtiyaçlarına göre uyarlanmış deneyimler sunar (Yaralı, 2023). Turist rehberleri, bu materyalleri ve dijital müzecilik uygulamalarını kullanarak ziyaretçilerin deneyimini daha zengin ve etkileyici hale getirir (Özalkan, 2022). Bu da ziyaretçilerin gezdikleri yerleri daha iyi anlamalarını ve keyifli bir deneyim yaşamalarını sağlar.

### 3. KURAMSAL ÇERÇEVE

Dijital müzeler, sanat ve kültürel mirası sanal ortama taşıyarak geniş kitlelere ulaşmayı amaçlayan yenilikçi platformlardır (Giannini, 2022). Bu bağlamda turist rehberlerinin rolü, dijital müze deneyiminin zenginleştirilmesi ve ziyaretçilerin daha derinlemesine bilgi edinmesi açısından büyük önem taşır (Mieli, 2020). Teknoloji Kabul Modeli (TAM) çerçevesinde değerlendirildiğinde, dijital müzecilik uygulamalarının turist rehberleri üzerindeki etkilerini anlamak, bu teknolojilerin benimsenmesini ve kabulünü daha iyi açıklayabilir (Kaş, 2015). TAM, yeni teknolojilerin kabul edilmesini belirleyen iki temel unsura odaklanır: Algılanan Kullanışlılık (Perceived Usefulness) ve Algılanan Kolay Kullanım (Perceived Ease of Use).

Dijital müzecilik uygulamalarının turist rehberleri açısından bu unsurlar bağlamında değerlendirilmesi, olumlu ve olumsuz yönlerin daha iyi anlaşılmasını sağlar (Cibaroğlu, 2018). Teknolojik gelişmeler, turist rehberleri tarafından genellikle tehdit olarak algılanmaktadır. Birçok araştırma, teknolojik gelişmelerin turist rehberleri üzerindeki olumsuz etkilerini vurgulamaktadır. Hein (2006), dijital rehberlerin rehberlik mesleğinin kişisel ve etkileşimli yönlerini tehdit ettiğini belirtmektedir. Hein'e göre, dijital rehberler, ziyaretçilere sadece bilgi sunmakla kalmaz, aynı zamanda rehberlerin sunduğu bağlamsal ve kişisel anlatımları da ortadan kaldırabilir. Bu durum, rehberlerin işlevlerini ve mesleki rollerini tehdit eden bir unsur olarak değerlendirilmektedir.

Van der Meer (2016), sanal turların rehberlik mesleğini nasıl tehdit ettiğini incelemiştir. Araştırma, sanal turların genellikle yüzeysel bilgi sunduğunu ve rehberlerin ziyaretçilere sağladığı derinlemesine bilgi ve kişisel etkileşimi yeterince sunmadığını ortaya koymaktadır. Van der Meer, sanal turların rehberlerin rolünü azaltabileceğini ve ziyaretçilere daha az

etkileşimli bir deneyim sunduğunu vurgulamaktadır ve Dijital tanıtım materyallerinin rehberlik mesleğine etkilerini incelemiştir. Bu çalışmada, dijital materyallerin rehberlerin rolünü azalttığı ve kişisel etkileşimi önemsizleştirdiği ifade edilmiştir. Ayrıca, Davenport dijital materyallerin rehberlerin sunduğu anlatım ve etkileşimin yerine geçemediğini, bu durumun da rehberlik mesleğinin değerini düşürdüğünü savunmaktadır (Davenport, 2002).

Dijital müzelerin bazı teknik olumsuz yönleri de bulunmaktadır (Büke, 2022). Platformların çökmesi veya görüntü kalitesinin düşüklüğü gibi problemler, ziyaretçilerin memnuniyetini azaltabilir ve turist rehberlerinin etkileşimini olumsuz etkileyebilir (Ercan, 2022). Etkileşim konusunda da dijital müzeler sınırlamalarla karşı karşıyadır (Pekowska, 2022). Dijital müzelerin teknik sorunları, ziyaretçilerin deneyimini olumsuz yönde etkileyebilir. Ayrıca, bazı eserler dijital ortamda tam anlamıyla temsil edilemeyebilir (Doğruer, 2023). Büyük ölçekli sanat eserleri veya karmaşık sergiler, dijital platformlarda yeterince iyi gösterilemeyebilir (Özcan, 2019). Dijital müzelerin geleceği, teknolojinin gelişimine paralel olarak şekillenecektir (Ayyıldız, 2022).

Dijital müzelerin en olumlu yönlerinden biri erişilebilirliktir (Fanea-Ivanovici, 2020). Coğrafi engeller ve fiziksel sınırlamalar ortadan kalktığı için dünyanın her yerinden insanlar, internet bağlantısı aracılığıyla müze koleksiyonlarına ulaşabilir (Acun, 2008). Bu durum, özellikle fiziksel olarak müzeye gitme imkânı olmayan bireyler için büyük bir avantajdır (Dilli, 2017). Rehberler, kişiselleştirilmiş turlar düzenleyerek ziyaretçilerin ilgi alanlarına uygun bilgiler sunar ve interaktif bir deneyim sağlar (Sezikli, 2023).

Dijital müzeler, modern dijital araçların kullanıcı dostu tasarımları ve etkileşimli ekranlar, mobil uygulamalar ve dijital rehberlik sistemleri sayesinde rehberlerin iş akışlarını kolayca entegre edebilmesine, turlarını daha verimli ve organize bir şekilde yürütmesine, böylece ziyaretçi memnuniyetini artırmasına olanak tanır (Shang, 2011; Karatay, 2015; Widtfeldt Meged, 2018; Aydoğan, 2021; Azadaliyev, 2023).

Dijital müzeler, müze yönetimleri için de maliyet tasarrufu sağlayabilir; sergilerin dijital ortamda sunulması, fiziksel alan gereksinimlerini ve bakım maliyetlerini azaltabilir (Durna, 2021). Ayrıca Turist rehberlerinin dijital ortamdaki varlığı, müze yönetimlerinin personel masraflarını da azaltabilir, çünkü rehberler birden fazla kişiye aynı anda hizmet verebilir (Hammady, 2020).

Artırılmış gerçeklik (AR) ve sanal gerçeklik (VR) gibi teknolojiler, dijital müze deneyimini daha da zenginleştirebilir ve ziyaretçilerin eserlerle daha etkileşimli bir şekilde bağlantı kurmasını sağlamaktadır (Trunfio, 2022). Bu teknolojiler, duygusal ve duyuşsal deneyimi artırarak dijital müzelerin fiziksel müzelerle olan farkını azaltmaktadır (Keş, 2018). Turist rehberleri, bu teknolojileri kullanarak ziyaretçilere daha etkileyici ve etkileşimli deneyimler sunmaktadır (Zeybek, 2022). Dijital müzeler, kültürel mirasın daha geniş kitlelere ulaştırılması ve eğitim amaçlı kullanımı açısından önemli bir alternatif sunmaktadır (Nacak, 2020). Erişilebilirlik, maliyet etkinliği ve eğitimsel değer gibi olumlu yönleri, dijital müzelerin cazibesini artırırken (Dündar, 2004) duygusal ve duyuşsal deneyim eksikliği, teknolojiye

bağımlılık ve etkileşim sınırlamaları gibi olumsuz yönler, bu deneyimin geliştirilmesi gereken alanlarını işaret etmektedir (Karabulut, 2023). Dijital müzeler, teknolojinin sağladığı imkânları en iyi şekilde kullanarak ve sürekli olarak kendilerini geliştirerek, kültürel mirası daha geniş kitlelere ulaştırmaya devam edecektir (Bozkurt, 2009). Turist rehberleri de bu süreçte önemli bir rol oynayarak, ziyaretçilerin dijital müze deneyimlerini zenginleştirmeye katkıda bulunabilir (Kaya Bedir, 2020).

TAM çerçevesinde değerlendirildiğinde, dijital müzecilik uygulamalarının turist rehberleri üzerindeki etkileri hem olumlu hem de olumsuz yönler içermektedir (Kara, 2022). Bu teknolojiler, bilgi aktarımını zenginleştirme, ziyaretçi deneyimini artırma ve verimlilik sağlama gibi birçok avantaj sunarken, aynı zamanda rehberlerin mesleki rolünü tehdit etme, teknolojiye bağımlılık yaratma ve kişisel etkileşimi azaltma gibi olumsuz etkiler de yaratabilir (Skov, 2009). Rehberler, bu dijital dönüşümü benimseyerek mesleklerini zenginleştirebilirler, ancak teknolojinin sunduğu zorlukları da göz önünde bulundurarak dengeli bir yaklaşım benimsemeleri gerekmektedir (Gong, 2021).

#### 4. ÇATALHÖYÜK TANITIM VE KARŞILAMA MERKEZİ

Çatalhöyük, Türkiye'nin Konya iline bağlı Çumra ilçesi yakınlarında bulunan, tarih öncesi döneme ait bir arkeolojik sit alanıdır ve Neolitik Çağ'a tarihlenir (Saçan, 2010; Efecan, 2011). Dünya üzerindeki en eski yerleşim yerlerinden biri olan Çatalhöyük, tarımın ve yerleşik hayatın başlangıcı hakkında önemli kanıtlar sunar (Stone, 2000). Buradaki yapılar, sosyal yapı ve toplumsal ilişkiler hakkında bilgi verir (Gürkan, 2016; Tuncer, 2019). Duvar resimleri ve süslemeler, dönemin sanat anlayışı ve ritüel pratikler hakkında ipuçları sağlar (Baysan, 2023; Sağır, 2016). Ayrıca, bitki kalıntıları ve hayvan kemikleri tarım ve hayvancılığın önemini gösterir (Göde, 2021; Gürgör, 2017). Çatalhöyük, 2012 yılında UNESCO Dünya Mirası Listesi'ne dahil edilmiştir ve korunmaktadır (Çelik, 2023). Konya büyükşehir belediyesi, Çatalhöyük'ü tanıtmak ve ziyaretçileri karşılamak amacıyla bir tanıtım merkezi projesi başlatmıştır.

Çatalhöyük Tanıtım ve Karşılama Merkezi, 21 Kasım 2023 tarihinde açılmış olup, kültürel mirasın korunması ve tanıtılması için önemli bir rol oynamaktadır. Bu merkez, hem Çatalhöyük'ün hem de Konya'nın turizm potansiyelini artırarak, bölgenin kültürel ve ekonomik gelişimine katkı sağlamaktadır (Kültür Turizm Bakanlığı, 2023). Türkiye'nin kültürel mirasını koruma ve turizm potansiyelini artırma amacı güden bu proje, ahşap mimarisi ile çevre dostu bir yaklaşım benimseyerek sürdürülebilir turizme katkıda bulunmaktadır. Bu merkez, turistleri ağırlamak, bilgilendirmek ve kültürel deneyimlerini zenginleştirmek amacıyla tasarlanmıştır.

Türkiye'nin en büyük "Ahşap Kamu Yatırımı" unvanına sahip olan bu merkez, 28.500 metrekarelik geniş bir arazi üzerine kurulmuştur. 2021'de temeli atılan projenin çalışmaları iki yıl boyunca kesintisiz devam etmiş ve bugün bu özel merkez ortaya çıkmıştır. Ziyaretçilerin tüm ihtiyaçlarını karşılayabilecek kapsamlı bir tesis olarak tasarlanmıştır. Merkez de kafeteryalar ve sergi alanları gibi çeşitli olanaklar bulunmaktadır. Toplamda 4.500

metrekarelik kapalı alana sahip olan merkez, müze niteliği taşıyan özellikleriyle öne çıkmaktadır (Konya Büyükşehir Belediyesi, 2023).

Bu proje, sadece Çatalhöyük'ün canlanmasına katkıda bulunmakla kalmayıp, aynı zamanda Konya turizmine önemli bir değer katmaktadır. Tanıtım ve Karşılama Merkezi, ziyaretçilere Çatalhöyük ve çevresi, kazı alanları, dönemin ev yaşamı ve ölüm temaları hakkında kapsamlı bilgiler sunulmaktadır. Çatı hariç tamamen ahşaptan yapılmış özgün mimarisi ile dikkat çeken merkez, çalışma ofisleri, hediyelik eşya satış alanı, çok amaçlı salon, seyir kulesi, kafeteryalar ve 151 araç kapasiteli otopark alanına da sahiptir. Dijital müzecilik bağlamında isminde dijital geçmemesine rağmen içerisinde dijital dokunmatik ekranlar, projeksiyon, sound shower teknolojisi, video meeting sistemi tetiklemeli kulaklıklar bulunmaktadır.

## 5. METODOLOJİ

Araştırma, nitel araştırma çerçevesinde şekillendirilmiş ve nitel veriler kullanılarak sonuçlara ulaşılmaya çalışılmıştır. Kelly (1980), turizmin yüz yüze etkileşim doğasına sahip olduğunu ve nitel yaklaşımların bunu araştırmak için çok uygun olduğunu belirtmektedir. Ayrıca, nitel araştırma yaklaşımları nispeten az sayıda vaka ve sınırlı araştırma koşulları hakkında zengin bilgi sağlar (Berg, 2019). Sosyal bilimler alanında yaygın olarak kullanılan görüşme tekniği, bireylerin deneyimleri ve görüşleri hakkında bilgi edinmek için kullanılan etkili bir yöntemdir. Nitel araştırmada kullanılacak veriler, alanda yeterli düzeyde kaynak ve ölçüm aracı bulunmadığından görüşme tekniği ile elde edilmiştir. Elde edilen verilerin daha detaylı olabilmesi için görüşmeler yarı yapılandırılmış şekilde uygulanmıştır (Desai, 2002; Marvasti, 2004; Jennings, 2005; Veal, 2006). Metodolojik yaklaşıma karar verildikten görüşme süreci şu şekilde takip edilmiştir; (i) veriler yazıya geçirilmesi, (ii) geçerlilik açısından doğrulama, (iii) analiz ve (iv) raporlama. Yarı yapılandırılmış görüşme öncesinde oluşturulan soruların konu hakkında belirli bilgi ve deneyime sahip kişiler tarafından yanıtlanacağı düşünüldüğünden bu çalışmada amaçlı örnekleme seçilmiştir. Amaçlı örneklem nitel araştırmalarda yaygın olarak kullanılmaktadır (Baltacı, 2019).

Görüşme sorularının geliştirilmesi ve geçerliğin sağlanması için, öncelikle ilgili literatürden öne çıkan konular ve alanlar ilgili bilgiler değerlendirilmiştir. Oluşturulan soru havuzu turist rehberliği ve müzecilik alanlarında uzmanlaşmış öğretim elemanları ile tartışılmış, bununla birlikte alanda çalışan rehberler ile ön görüşmelerde sorular denenmiş ve geri bildirimler alınmıştır (Turner, 2010). Bu sürecin sonrasında mülakatlarda sorulan soruların son şekli verilmiştir.

**Tablo 1.** Görüşme soruları

1. Dijital müzecilik ve dijital uygulamalar turist rehberliği açısından tehdit midir?
2. Çatalhöyük tanıtım ve karşılama merkezindeki teknolojik uygulamalar mesleğinizi icra ederken nasıl etkili oluyor? Bu konudaki avantaj ve dezavantajlardan bahsediniz.
3. Bu ve benzeri teknolojik müze ya da dijital uygulamaların turist rehberliği mesleğinin geleceğine ne gibi etkileri olabilir?
4. Böyle bir müzenin varlığı size göre turların artmasına ve Çatalhöyük'ün tanınmasına etki yapabilir mi?

5. Diğer klasik müze turları ile karşılaştırdığınızda Çatalhöyük Tanıtım ve Karşılama Merkezi'nin rehberlik mesleği açısından hangi farkları ortaya çıkıyor?

Amaçlı örnekleme tekniğine dayanarak araştırmacılar, Çatalhöyük dijital ve tanıtım merkezini tur programlarına eklemiş Çatalhöyük'e tur düzenleyen ilgili profesyonellerin alanlarını listelemiş ve potansiyel irtibat kişilerini değerlendirmiştir. Örneklem olarak profesyonel turist rehberleri çalışmaya dahil edilmiştir. Marshall, Cardon, Poddar ve Fontenot (2013), nitel çalışmalar için net bir örneklem sayısının var olmadığını, ancak konu ve alanın niteliğine göre doyum oranına ulaşılan miktarın yeterliliğini vurgulamışlardır. Buna göre mülakatlar herhangi bir sayısal çoğunluğa göre değil, sorulan sorulara verilen cevapların tekrar – doyum oranı göz önünde bulundurulmuştur. Ayrıca mülakat ve odak grup tartışmaları gibi çalışmalarda örneklem belirlenmesi araştırma konusunun kapsamı ve ağırlığına göre farklılık göstermekte olup, sonuç odaklı bir yaklaşımla bir ya da iki vaka (kişi ya da olay) ile yeterli sonuçlar elde edilebileceği ifade edilmiştir (Başkale, 2016). Buna göre 8 turist rehberinden alınan verilerle uygulama yapılmıştır.

Görüşmeler katılımcıların tercih ettiği tarih ve saatte yüz yüze gerçekleştirilmiş ve ortalama 20 dakika sürmüştür. Görüşmeler sırasında veri kaybını önlemek amacıyla katılımcıların izni alınarak ses kayıtları yapılmıştır. Son aşamada ise elde edilen veriler betimsel analiz tekniği ile analiz edilerek alt başlıklar halinde sunulmuştur. Betimsel analizin amacı ham verileri okuyucuların anlayabileceği ve kullanabileceği şekilde yapılandırmaktır (Çiftçi, 2013). Bu analizlerde elde edilen veriler öncelikle mantıksal bir sıraya dizildikten sonra yapılan açıklamalar yorumlanarak geleceğe yönelik tahmin sonuçlarına ulaşılır. Görüşme sorularının güvenilirliğini ve geçerliliğini sağlamak için, araştırmacılar alternatif görüşme sorularını seçmek için ilgili literatürü gözden geçirmişlerdir.

## 6. BULGULAR VE YORUMLAR

Yapılan mülakatlar izlenen sürece göre analize tabi tutulmuştur. Analiz sonuçları çalışmanın araştırmacıları tarafından yorumlamaya tabi tutulmuştur. Bu sayede birden fazla bakış açısı (üçgenleme) ile en doğru bulguya ulaşılmak istenmiştir (Başkale, 2016). Bulgular bilimsel temel çerçevesinde ayrıntılı betimlemeye tabi tutulmuş, araştırmacıların yorumları tamamen mülakat yapılan kişilerin söylemlerine sadık kalınarak yapılmıştır. Özellikle aktarım konusunda araştırmacılar veri kaybını en aza indirmeye ve okuyucuların daha iyi anlamasına yönelik bir raporlama süreci izlemişlerdir (Guba ve Lincoln, 1982). Her soru için verilen cevaplar formlarda toplanarak, aşağıdaki şekilde araştırmacılar tarafından soru soru yorumlanmıştır.

*Soru 1. Dijital müzecilik ve dijital uygulamalar turist rehberliği açısından tehdit midir? Sorusuna katılımcılar; Teknolojinin turist rehberleri üzerinde hem faydalı hem de tehdit edici etkileri olduğunu belirtmektedirler. Teknolojinin sürekli geliştiğini ve bu değişime uyum sağlamak zorunda olduklarını kabul etmekte, fakat turist rehberliğinin misafirlerle yüz yüze etkileşimi gerektirdiğini vurgulamaktalar. Bu nedenle, dijital uygulamaların rehberlik mesleği için bir tehdit oluşturmadığını düşünmektedirler. Ayrıca dijitalleşmenin hayatın her alanında var olduğunu ve hayatı kolaylaştırdığını belirtmektedirler. Dijital araçları turist rehberliğine bir tehdit olarak görmek yerine, yardımcı olarak düşünmek gerektiğini ve rehberlerin, bilgi*



vermenin ötesinde, turistlerin anlayış ve eğitim seviyelerine uygun şekilde bilgi sunan kişiler olduğunu ifade etmektedirler. Teknolojinin turist rehberliği üzerindeki etkilerine dair farklı bakış açıları bulunmaktadır. Bazıları bu gelişmeleri tehdit olarak görürken, diğerleri bu teknolojik yeniliklerin rehberlerin çalışmalarına yardımcı olabileceğini düşünmektedir. Bu değerlendirmeyi destekler nitelikte katılımcıların ifade ettiği değerlendirmeler;

*“Dijitalleşme hayatımızın her alanında var hayatımızı kolaylaştırmakta fakat turist rehberliği için bir tehdit değil de bir yardımcı olarak düşünmeliyiz çünkü rehber dediğimizde sadece bilgi veren yönlendiren değil aynı zamanda kişilerin anlayış ya da eğitim durumuna göre onların kapasitesinde anlatan kişidir. Her bilgi herkese hitap etmeyebilir.”*

*“Bu tarz gelişmeler turist rehberleri üzerinde faydalı olduğu gibi tehdit oluşturduğu bir kısımda var. Birçok ören yerinde işte sesli anlatım gibi birçok özelliğin reklamı yapılmakta yani rehber tutmak yerine bunları alarak kendi başına gezmesi turist rehberleri için bir gelir kaybı oluşturma unsuru söz konusu ama diğer taraftan faydalı olduğu kısımlar var örneğin Efes deneyim müzesi gibi Efes antik kentini gezen turistlerin aklında bir şey canlanıyor ama orada görsel bir şölen şeklinde daha iyi anlamaları sağlanabiliyor.”*

*Soru 2. Çatalhöyük tanıtım ve karşılama merkezindeki teknolojik uygulamalar mesleğinizi icra ederken nasıl etkili oluyor? Bu konudaki avantaj ve dezavantajlardan bahsediniz.*

Sorusuna katılımcılar; Genel olarak, Çatalhöyük Tanıtım ve Karşılama Merkezi, ziyaretçilere tarih öncesi döneme dair bilgileri daha somut, etkili ve anlaşılır bir şekilde sunarak önemli avantajlar sağladığını ifade etmektedirler. Teknolojik araçlar ve görselleştirme yöntemleri, ziyaretçilerin bilgiye erişimini kolaylaştırdığı ve onların zihninde kalıcı bir izlenim bıraktığını. Ancak, merkezin ücretsiz olması ve detaylı bilgi sunması, turistlerin rehber hizmetlerinden vazgeçmesine neden olabileceği. Rehberler açısından bu durum ekonomik bir dezavantaj yaratabileceğini. Ayrıca, teknolojik cihazların ses seviyesinde yetersizlikler veya anlatımları sabote eden ziyaretçiler gibi pratik zorluklar da dikkate alınması gerektiğini. Merkezin sunduğu teknolojik imkanlar ve rehberlerin birbirini tamamlayan rollerin dengelenmesi gerektiğini, böylece her iki tarafın da avantajlarından faydalanılması gerektiğini ifade etmektedirler. Bu değerlendirmeleri destekleyecek nitelikte katılımcı cevapları aşağıda yer almaktadır.

*“Öncelikle Çatalhöyük tanıtım ve karşılama merkezi harika bir yer uzun zamandır böyle bir karşılama merkezine ihtiyaç vardı çocuk grupları ve onların komplike soruları için harika bir gösterim ve teknolojik cihazlar bulunuyor yetişkinler kendileri ayrıca bir anlatım ihtiyacı duymadan da gezebilirler fakat bazı cihazların sesi bazı misafirler için yetersiz olabiliyor yada ses dağılmadığı için cihazdan gelen ses tüm misafirlere gitmeyebiliyor anlatım yaparken bazı meraklı misafirler hemen cihazları denemeye çalışıp anlatımı sabote edebiliyorlar ayrıca dijital müzelerin tamamı için şunu söylemek gerekiyor çok detaylı bilgi verdiği için çok zaman kaybedebiliyoruz ve günün yarısını bu müzede geçirme durumu meydana gelebiliyor tabi bunlar dezavantajları avantajlarına geldiğimde ise Çatalhöyük çok eski bir yerleşim yeri prehistorik dönemden bahsediyor o dönem için dil, din, yazı, tarih hiçbir şey bulunmuyor yalnızca arkeologların buluntuları bize ışık tutuyor bu sebeple bu verilerin doğru bir şekilde nasıl bulunduğu uzmanlar tarafından anlatıldığı çok donanımlı bir merkez. ”*

*“Ben Çatalhöyük tanıtım ve karşılama merkezini çok güzel ve yeterli buldum bizler içinde faydalı detayları güzel gayet giden insanlar içinde uygun buluyorum özellikle görseller açısından daha güzel olmuş bide son zamanlarda şunu fark ettim dinleme cihazlarındaki sesin kısaldığını duydum ama dijital olarak gerçekten görsel efekt olarak insanların gözünde canlandırması harika bir durum.”*

*Soru 3. Bu ve benzeri teknolojik müze ya da dijital uygulamaların turist rehberliği mesleğinin geleceğine ne gibi etkileri olabilir?*

Sorusuna katılımcılar; Genel olarak, katılımcılar, teknolojinin turizm rehberliği üzerindeki etkilerini hem bir fırsat hem de bir meydan okuma olarak görmektedir. Teknoloji, rehberlerin bilgi sunumunu zenginleştirip işlerini kolaylaştırabilirken, rehberlerin kendilerini sürekli geliştirmeleri ve değişen taleplere uyum sağlamaları gerektiğini de ortaya koymaktadırlar. Rehberlerin, teknolojiyi bir destek aracı olarak kullanarak, hizmetlerini daha interaktif ve etkileyici hale getirmeleri, mesleklerinin sürdürülebilirliği açısından önemli görünmektedir. Bu değerlendirmeleri destekleyecek nitelikte katılımcı cevapları aşağıda yer almaktadır.

*“Turist rehberliği mesleği stratejik bir meslek olmakla beraber vazgeçilemez de bir meslektir kişilerle doğrudan iletişim kuran ve bir gün bile olsa o kişilerin Tüm sorumluluğunu alan kişilerin yaptığı meslektir bu sebeple teknoloji yalnızca rehberlerin elini güçlendirir fakat yine de rehberler kendilerini geliştirmeye devam etmeleri gerekir. Farklı dillerde farklı anlatım yöntemleri ile insanları ağırlamaları gerekir. Kendi anlatımlarını cihaz olmadan bile anlatımlarıyla ve hitaplarıyla akıcı hale getirip her duruma hazır olmaları gerekir.”*

*“Eğer ki çok fazla detaylara girilirse anlatımda ya da çok fazla dil çeşitliliği getirilirse mesela şu an sadece Türkçe ve İngilizce var ilerde bu sayı 15 e çıkarılırsa bunu turist rehberliği mesleğinde bir risk olarak görüyorum.”*

*Soru 4. Böyle bir müzenin varlığı size göre turların artmasına ve Çatalhöyük'ün tanınmasına etki yapabilir mi?*

Sorusuna katılımcılar Çatalhöyük Tanıtım ve Karşılama Merkezi'nin açılışı ve dijitalleşmenin etkileri hakkında rehberlerin farklı görüşleri bulunuyor. Bazıları, merkezin erişim zorlukları ve sınırlı etkisi nedeniyle turist çekmede yeterince başarılı olmayabileceğini savunurken, diğerleri teknolojinin ve tanıtımın turist ilgisini artırmada büyük bir rol oynayabileceğini düşünmektedir. Sosyal medyanın ve dijital teknolojilerin, ziyaretçileri çekme ve tekrar gelmelerini sağlama potansiyeli de vurgulamaktadır. Tüm rehberler, tanıtımın ve erişim imkanlarının iyileştirilmesinin, Çatalhöyük'ün turizmde daha aktif bir rol oynaması için kritik olduğunu ifade etmektedir. Bu değerlendirmeleri destekleyecek nitelikte katılımcı cevapları aşağıda yer almaktadır.

*“Tabi ki de etkisi olacaktır ancak yüzde 1 ya da 2 taş çatlasın yüzde 5 etkileyecektir şimdi Türkiye'nin gelen bir yıllık turist sayısına bakarsak ve bunun yüzde kaçının Konya'ya ve bunun yüzde kaçının Çatalhöyük'e geldiğine bakarsak bu sayı yüzde 1 i geçmeyecektir. Ağırlıklı olarak Turizm Acentalarının favori destinasyonların da bir tanesi değil Konya. Konya'yı destinasyonlarına ekleyen Acentalar ise yoğunlukla Mevlana müzesi Alaeddin tepesi kelebekler vadisi bilim merkezi ve sille daha çok tercih ediliyor günü birlik tu olduğu için genellikle merkezde bulunan yerleri turlarına ekliyorlar Çatalhöyük bu yerlere göre çok uzak bir yerde ve diğer destinasyonlara yakın değil bu sebeple Acentaların tur programlarına eklemek Acentaların işine gelmeyecektir bu noktada yapılması gereken bir çok şey var turizm destinasyon planlaması bileşeninden baktığımızda buranın turizmsel açıdan aktif olması için kolay erişim imkanının sağlanması gerekiyor yani direk Konya'ya gelen bir bireysel turist Çatalhöyük'e erişiminin sağlanması ve erişim olanağının olması gerekiyor ayrıca turizm bileşenlerinden cazibe yani çekicilik kısmını bu müze oluşturmuştur fakat erişim kolay olmadığı için artış seviyesi gözle görülür bir şekilde olmayacaktır.”*

*“Böyle bir müzenin varlığı böyle bir hizmetin varlığı harika bir katkı gelecek nesillere uygun teknolojiye onların dilinden onlara anlatılan bir çalışma var ortada mekanın güzelliği insanları etkileyebilir fakat*

*şuanda çok yeni bizler bunu bildiğimiz için buraya turlarımızı getirebiliyoruz ama hiç gelmemiş bir rehber ya da Acenta burayı gezi rotasına eklemeyebilir burada tanıtım önemli rol oynadığını görürüz turların artmasını sağlayabilir elbette bu yine Acenta ve turist rehberlerinin uyguladıkları programla ayrıca misafirin kültür turu yapıyor olmasıyla alakalı olacaktır."*

*Soru 5. Diğer klasik müze turları ile karşılaştırdığımızda Çatalhöyük Tanıtım ve Karşılama Merkezi'nin rehberlik mesleği açısından hangi farkları ortaya çıkıyor?*

Sorusuna katılımcılar; Rehberlerin görüşlerine göre, teknolojiyle desteklenen müzeler, ziyaretçilerin ilgisini daha kolay çekiyor ve daha zengin bir bilgi sunumu sağlamaktadır. Dijital araçlar, rehberlerin anlatımını kolaylaştırırken, ziyaretçilerin de daha etkileşimli ve detaylı bir deneyim yaşamalarını sağlamaktadır. Geniş alanlar ve ek olanaklar, kalabalık grupların rahatça hareket edebilmesini ve akıcı bir tur deneyimi sunulmasını mümkün kılmaktadır. Ancak, rehberler dijital müzeciliğin rehberliği tamamen ikame etmesinden ziyade tamamlayıcı bir rol oynaması gerektiğini savunmaktadır. Bu değerlendirmeleri destekleyecek nitelikte katılımcı cevapları aşağıda yer almaktadır.

*"Klasik müzelerde misafirin dikkatini çekebilmek için daha çok efor sarf edip bulunan parçaların dikkatlerini çekmeye çalışırken dijital müzelerde özellikle Çatalhöyük tanıtım ve karşılama merkezinde ilgili alanda detaylı bilgiler ve görseller bulunuyor daha az eforla hem soruları bertaraf etmiş oluyorum hem de ilgili misafirin dikkatini çekmiş ve daha çok veri vermiş oluyoruz misafire bu bakımdan dijital müzelerde anlatım yapmak en kolayıdır."*

*"Çatalhöyük tanıtım ve karşılama merkezi her materyal hakkında detaylı bilgi veriyor ve merkezin içinde bir kompozisyon şeklinde bahsetmiş vaziyetler kargaşadan uzak bilgiler sırasıyla misafirlere verilmekte hatta isterlerse misafirler detaylı bilgileri de oradaki kulaklık dokunmatik ekran ve devamlı akan videolardan dinleyebilirler klasik müzelerle bakarsak sunum ve kurgu açısından memnun etmeyebiliyor ve her ürün için biz rehberlerin anlatımına ihtiyaç duyabilir buda kalabalık gruplarda sorunlu bir durumdur."*

## **7. SONUÇ, TARTIŞMA VE ÖNERİLER**

Literatürde dijital teknolojilerin turizm ve müzecilik alanında önemli yenilikler getirdiği ve ziyaretçi deneyimlerini zenginleştirdiği yönünde birçok çalışma bulunmaktadır (Buhalis, 2008; Parry, 2007). Ancak, turist rehberlerinin bu teknolojilere yönelik algıları ve adaptasyon süreçleri hakkında sınırlı sayıda çalışma mevcuttur. Bu araştırma, bu eksikliği gidermeye yönelik önemli bulgular sunmaktadır. Çalışmamız, dijital müzecilik uygulamalarının turist rehberlerinin iş yükünü azaltma ve ziyaretçilere daha etkili bir deneyim sunma potansiyelini kabul ettiklerini göstermiştir. Ancak, rehberler, dijital teknolojilerin kişisel etkileşim ve derinlikli bilgi sunma konusunda yeterli olmadığını ve geleneksel rehberlik hizmetlerinin yerini tamamen alamayacağını düşünmektedirler.

Bu bulgu, (Cohen & Cohen, 2012) tarafından vurgulanan "bireysel rehberliğin ve kişisel etkileşimin vazgeçilmezliği" ile örtüşmektedir. Çatalhöyük Tanıtım ve Karşılama Merkezi gibi dijital teknolojilerin yoğun olarak kullanıldığı merkezler üzerine yapılan gözlemler, rehberlerin geleneksel rehberlik hizmetlerine olan talebin azalmasından endişe duyduklarını ortaya koymuştur. Bu durum, (Vermeulen & Seegers, 2009) tarafından ifade edilen, dijital teknolojilerin mesleki kimlik ve iş güvencesi üzerindeki etkilerine dair endişelerle paralellik göstermektedir. Çalışmamızın orijinal yönü, dijital müzecilik uygulamalarının turist rehberlerinin mesleki kimliği üzerindeki etkilerini daha derinlemesine incelemesidir. Önceki çalışmalar genellikle ziyaretçi deneyimlerine odaklanırken (Roussou, 2004; Chang, 2006), bu

araştırma rehberlerin perspektifini ele alarak literatüre katkı sağlamaktadır.

Kısaca dijital müzecilik uygulamaları, turist rehberlerinin mesleki pratiklerine hem olumlu hem de olumsuz etkilerde bulunabilir. Rehberler, teknolojinin sunduğu avantajları kabul etmekle birlikte, kişisel etkileşim ve rehberliğin vazgeçilmez olduğunu vurgulamaktadır. Gelecekteki çalışmalar, dijital ve geleneksel rehberlik yöntemlerinin entegrasyonunu inceleyerek, her iki yöntemin avantajlarını birleştiren yenilikçi çözümler geliştirebilir.

## 8. KAYNAKÇA

Acun, f. (2008). Küresel rekabette dijital kültür. Hacettepe üniversitesi türkiyat araştırmaları (hüta), (9), 11-46.

Akçaoğlu, a. &. (2020). Dijital çağda müzecilik anlayışına yenilikçi yaklaşımlar. *International Design and Art Journal*, 2(1), 67-79.

Aksu, m. (2019). Mimarlıkta video projeksiyon haritalama kullanımı. *Tasarım Enformatiği*, 1(2), 107-117.

Alemdar, s. (2014). Müzelerde teknolojik etkileşimli sergileme yöntemleri: İstanbul Sağlık Müzesi için bir öneri. Master's thesis, Fen Bilimleri Enstitüsü.

Ap, j. (2001). Case study on tour guiding: professionalism, issues and problems. *Tourism Management*, 551-563.

Ar, h. (2015). Somut olmayan kültürel mirasın korunmasında turist rehberlerinin rolü. Master's thesis, Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Avcı, ş. K. (2018). Üç boyutlu sanal ortamlar ve artırılmış gerçeklik uygulamalarının öğrenme başarısı üzerindeki etkisi: bir meta-analiz çalışması. Doctoral dissertation, Necmettin Erbakan University (Turkey).

Ayaokur, a. (2014). Müzelerde bilgi yönetimi: Sadberk Hanım Müzesi örneği. Master's thesis, Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Aydın, s. (2019). Dlp projeksiyon cihazının vga kontrollü enerji yönetimi. *Teknik Bilimler Dergisi*, 7(1), 6-11.

Aydiner, h. M. (2022). Türkiye'de turizm destinasyon pazarlamasında dijital etkinlik kullanımı: pandemi süreci uygulamaları. Master's thesis, Hasan Kalyoncu Üniversitesi.

Aydoğan, d. (2021). Sanal gerçeklik sistemleri ile sanatın dijital dönüşümü. Doctoral dissertation.

Aytekin, h. (2016). Müzelerde artırılmış gerçeklik uygulamaları: Sakıp Sabancı Müzesi örneği. Master's thesis, Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Ayyıldız, ü. (2022). Dijital hiper gerçeklik bağlamında artırılmış gerçekliğin grafik tasarım alanında kullanımı. Doctoral dissertation, Marmara Üniversitesi.

Azadaliyev, s. (2023). Turizm sektöründe artırılmış gerçeklik ve dijital dönüşümün değerlendirilmesi. *Turizm Çalışmaları Dergisi*, 5(1), 11-26.

Bahar, m. (2020). Turist rehberliği saha denetlemelerinde karşılaşılan uygunsuzlukların önceliklerinin Pareto analizi ile belirlenmesi. *Turist Rehberliği Dergisi (Tured)*, 3(2), 90-100.

- Başoda, a. (2018). Gastronomi uzmanlığı, turları ve rehberliği: kavramsal bir çerçeve. Hitit üniversitesi sosyal bilimler enstitüsü dergisi, 1809-1926.
- Başkale, h. (2016). Nitel araştırmalarda geçerlik, güvenilirlik ve örneklem büyüklüğünün belirlenmesi. Dokuz eylül üniversitesi hemşirelik fakültesi elektronik dergisi, 9(1), 23-28.
- Bayrak, u.a. (2020). Müze sergilerinde artırılmış gerçeklik uygulamaları . Master's thesis, sosyal bilimler enstitüsü.
- Baysan, b. (2023). Eski anadolu mitlerinde geçen canlı varlıklar ve sembolik değerleri (mö 11. Binyılın sonuna kadar). Master's thesis.
- Bouchard, k. (2020). L'exposition revisitée par le sonore: l'émergence de nouveaux régimes d'écoute au musée d'art. Papyrus.bib.umontreal.ca.
- Boyras, b. (2011). Müzelerde sergileme yöntemleri bağlamında teknoloji kullanımı. Master's thesis, sosyal bilimler enstitüsü.
- Bozkurt, s. (2009). Toplumsal sorumluluk ve bilinçlendirme kampanyaları: tema vakfı örneği . Doctoral dissertation, istanbul kültür üniversitesi/sosyal bilimler enstitüsü/dinler tarihi anabilim dalı.
- Bunsuz, g. (2019). Müzelerde sergileme ve sunuma yönelik bir artırılmış gerçeklik uygulaması . Master's thesis, fen bilimleri enstitüsü.
- Büke, z. T. (2022). Müzelerin dijitalleşmesi: dijital müzelerin durumu ve yeni sergileme teknikleri. Dokuz eylül üniversitesi edebiyat fakültesi, 16(17), 100.
- Büyükkşalvarcı, a. (2020). Turist rehberlerinin panorama müzeleri hakkındaki görüşleri ve ziyaretçiler üzerindeki gözlemleri. Turizme akademik yaklaşımlar, 33.
- Caggianese, g. G. (2018). Evaluation of spatial interaction techniques for virtual heritage applications: a case study of an interactive holographic projection. Future generation computer systems, 81, 516-527.
- Ceylan, u. (2019). Turist rehberlerinin özellikleri. Kavramdan uygulamaya turist rehberliği mesleği içinde. Ankara: nobel yayıncılık.
- Cibaroğlu, m. O. (2018). Elektronik belge yönetim sisteminin genişletilmiş teknoloji kabul modeli temelinde benimsenmesi: sakarya üniversitesi örneği . Doctoral dissertation, sakarya üniversitesi (turkey), 1-24.
- Çolaković, a. H. (2018). Internet of things (iot): a review of enabling technologies, challenges, and open research issues. Computer networks, 144, 17-39.
- Çakır, s. Y. (2023). Ziyaretçi deneyimi ve sanal müzeler: müzelerin web sitelerine yönelik bir analiz. Selçuk iletişim, 16(2), , 235-266.
- Çelik, r. T. (2023). Miras ve kültürel turizm bağlamında kent: karaman üzerinden bir değerlendirme . Master's thesis, konya teknik üniversitesi.
- Demir, e. (2023). Yaratıcı drama yöntemiyle turist rehberlerinin sosyal becerilerinin geliştirilmesi ve meslek sorunlarının belirlenmesine yönelik bir uygulama . Master's thesis, kapadokya üniversitesi, lisansüstü eğitim, öğretim ve araştırma enstitüsü.
- Deniz, m. (2008). Müze sergileme mekanlarında güncel gösterim teknikleri ile mimari tasarım ilişkisi üzerine bir inceleme. Master's thesis, fen bilimleri enstitüsü.

- Dilli, r. (2017). Teachers' point of view on museums as a learning environment. *National education*, 214, 303-316.
- Doğruer, f. S. (2023). Dijital çağın müzecilik deneyimi: metaverse müze. *Türk arkeoloji ve etnografya dergisi*, (86), 65-81.
- Durmuş, a. (2012). Sanal bilim ve teknoloji müzesinde eğitsel arayüz ajanı kullanımının öğrencilerin ilgi ve başarılarına etkisi. *Acikbilim.yok*.
- Durna, e. C. (2021). Sanal gerçeklik ve artırılmış gerçeklik teknolojilerinin turist tatmini üzerine etkileri: çanakkale tarihi yarımada örneği. *Master's thesis, sakarya uygulamalı bilimler üniversitesi*.
- Dündar, m. Ş. (2004). Enstrümantal analiz dersinde internet destekli öğretim uygulanmalı mıdır. *The turkish online journal of educational technology-tojet*, 3 (3), 135-143.
- Efecan, s. (2011). Geç neolitik döneme ait hacılar kazılarında bulunmuş terracota figürlerin çağdaş yorumlarla biçimlendirilmesi . *Master's thesis, güzel sanatlar enstitüsü*.
- Erbay, f. (2022). Dijital sanatın gelişim süreci: dijital sanat ve dijital sanat müzesi örnekleri. *Işık üniversitesi kurumsal akademik arşiv*.
- Ercan, f. (2022). Metaverse teknolojisinin gelecekte turizm sektörüne olası etkilerini belirlemeye yönelik bir araştırma. *Anadolu üniversitesi sosyal bilimler dergisi*, 22(4), 1063-1092.
- Ercan, f. (2022). Teknolojinin turist rehberliği üzerine etkilerini konu alan ulusal makalelerin meta-sentez tekniği ile incelenmesi. *Turizm akademik dergisi*, 9(1), 137-155.
- Ercan, m. (2009). Hologram baskı sisteminin incelenmesi ve sektördeki yeri . *Doctoral dissertation, marmara üniversitesi (turkey)*.
- Ercansungur, d. O. (2018). Çok kullanıcıli çevrimiçi oyunların oyuncularının gündelik hayat pratikleri: tribal wars örneği. *Master's thesis, sosyal bilimler enstitüsü*.
- Erdem, h. H. (2020). Anadolu'da felsefi bilgeliğin kökenleri. *Felsefelogos*, 74.
- Ergin, g. (2022). Müze deneyiminin dijital teknolojilerle oyunlaştırılması. *Ida: international design and art journal*, 4(2), 200-213.
- Erkan, h. S. (2023). Türkiye'de en çok ziyaret edilen müzelerin erişilebilirlikleri yönünden değerlendirilmesi . *Master's thesis*.
- Erkek, r. (2019). Yeni medya teknolojilerinin film endüstrisine etkileri: netflix örneği. *Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, istanbul üniversitesi. Sosyal bilimler enstitüsü, istanbul*.
- Fanea-ıvanovici, m. P. (2020). From culture to smart culture. How digital transformations enhance citizens' well-being through better cultural accessibility and inclusion. *Ieee access*, 8, 37988-38000.
- Giannini, t. (2022). Museums and digital culture: from reality to digitality in the age of covid-19. *Heritage*, 5(1), 192-214.
- Gong, c. (2021). Developing a unified definition of digital transformation. *Technovation*, 102, 102217.

- Goulding, c. (2000). The museum environment and the visitor experience. *European journal of marketing*, 34(3/4), 261-278.
- Göde, g. K. (2021). Tarihin gelişim sürecinde türk yemek kültürü ve beslenme alışkanlıklarının değişimi. *Food and health*, 7(3), 216-226.
- Göktepe, ı. B. (2013). Gerçek mekan, sanal mekan ve kurumsal kimlik ilişkisi . Master's thesis, sosyal bilimler enstitüsü.
- Guba, e. G., & lincoln, y. S. (1982). Epistemological and methodological bases of naturalistic inquiry. *Educational communication and technology journal*, 30 (4), 233-252.
- Güler, o. &. (2014). Mesleki eğitimde interaktif 3d eğitimin uygulanması ve stereoskopik 3d teknolojisi kullanımı. *Bilişim teknolojileri dergisi*, 7(3), 11.
- Gümüş, f. (2019). Müzelerde yapay zeka uygulamaları, etkileri ve geleceği.
- Gümüş, h. (2008). Türkiye'de ulusal turizm örgütlerinin yapısal analizi ve turizm pazarlamasına katkılarına yönelik bir araştırma çalışması . Master's thesis, balıkesir üniversitesi sosyal bilimler enstitüsü, 1-139.
- Gürgör, i. (2017). Paleolitik çağdan günümüze anadolu zooarkeolojik buluntuları . Master's thesis, sosyal bilimler enstitüsü.
- Gürkan, a. (2016). Neolitik dönemde kentlerin oluşum sürecinde simgesel düşüncenin etkisinin göbekli tepe ve çatalhöyük örnekleri üzerinden incelenmesi1.
- Güzelci, h. (2017). Sanat sergileri için diyagram tabanlı ve kullanıcı etkileşimli görselleştirme arayüzü tasarımı. Doctoral dissertation, istanbul kültür üniversitesi/fen bilimleri enstitüsü/mimarlık anabilim dalı/mimari tasarım bilim dalı.
- Hammady, r. M. (2020). Design and development of a spatial mixed reality touring guide to the egyptian museum. *Multimedia tools and applications*, 79(5), 3465-3494.
- İralı, a. E. (2021). Covid-19 pandemisi döneminde sanal müze farkındalığının incelenmesi: bir veri madenciliği analizi. *İnönü üniversitesi iletişim fakültesi elektronik dergisi (inif e-dergi)*, 6(2), 175-192.
- Işık, a. (2013). Stereoskopik üç boyutlu canlandırma ve uygulamaları.
- Jansson, a. (2007). A sense of tourism: new media and the dialectic of encapsulation/decapsulation. *Tourist studies*, 7(1).
- Jennings, g. R. (2005). Interviewing: a focus on qualitative techniques. In ritcheie, b. W., burns, p. & palmer, c. (eds). *Tourism research methods: integrating theory with practice*. Cabı, 99-118.
- Kahraman, g. İ. (2024). Turizmde dijitalleşmenin olumlu-olumsuz etkileri üzerine bir değerlendirme . *Journal of tourism & gastronomy studies*.
- Kahraman, z. (2021). Sanal müzecilikte yeni yaklaşımlar. *Ankara üniversitesi güzel sanatlar fakültesi dergisi*, 3(2), 145-160.
- Kamacioğlu, b. (2018). İnteraktif bir alan olan artırılmış gerçeklik teknolojisi ve uygulama örneği . Master's thesis, sosyal bilimler enstitüsü.

- Kara, d. K. (2022). Turist rehberlerinin teknoloji kullanımına yönelik algıların belirlenmesi üzerine nitel bir araştırma. *Yaşar üniversitesi e-dergisi*, 17(66), 517-537.
- Karabulut, h. (2023). Deprem sonrası kaygı bozukluğu ile mücadelede teknolojik yaklaşımlar: metaverse, dijital oyun ve chat gpt uygulamaları. *Eğitim alanında güncel bilimsel araştırmalar* 11, 73.
- Karadeniz, c. O. (2017). Müze eğitiminde dönüşümler: kocaali müzesi'nde eğitimcilerin eğitimi. *Milli eğitim dergisi*, 46(214), 37-59.
- Karaman, u. (2022). Sergi tasarımının dijitale doğru evrimleşen görsel öğeleri ve deneyimi. Master's thesis, ıfık üniversitesi.
- Karatay, a. (2015). Artırılmış gerçeklik teknolojisi ve müze içi eser bilgilendirme ve tanıtımlarının artırılmış gerçeklik teknolojisi yordamıyla yapılması. Master's thesis, sosyal bilimler enstitüsü.
- Karayılanoğlu, g. (2020). Digital interactive experiences in contemporary art museums. *Turkish online journal of design art and communication*, 10(4), 423-440.
- Kaş, e. (2015). Otel rezervasyon siteleri üzerinden yapılan online alışverişin teknoloji kabul modeliyle incelenmesi . Master's thesis, balıkesir üniversitesi sosyal bilimler enstitüsü, 1-163.
- Kaya, b. N. (2020). Türkiyedeki arkeoloji müzelerinde yeni çağdaş yaklaşımlar. Master's thesis, sosyal bilimler enstitüsü.
- Kaya, r. (2018). Sanal müzelerin tarih derslerinde kullanımının öğrenci görüşlerine göre değerlendirilmesi. *Turkish history education journal*, 7(1), 113-153.
- Kazan, i. (2019). Turizmde artırılmış gerçeklik kullanımı . Master's thesis, sosyal bilimler enstitüsü.
- Kelly, j.r. (1980). Leisure and quality: beyond the quantitative barrier in research. In t.l. goodale and p.a. witt (eds) *recreation and leisure: issues in an era of change*. State college, pa: venture, 300-314.
- Keş, y. A. (2018). Teknoloji ile büyüyen yeni nesil için interaktif müzeler. *Medeniyet sanat dergisi*, 4(2), 95-110.
- Komarac, t. (2024). Understanding virtual museum visits: generation z experiences. *Museum management and curatorship*, 39(3), 357-376.
- Konya büyükşehir belediyesi (2023). <https://www.konya.bel.tr/proje/catalhoyuk-tanitim-ve-karsilama-merkezi> (ulaşım tarihi:07.06.2024) adresinden alındı
- Köroğlu, ö. (2012). Doğaya dayalı gerçekleştirilen turizm faaliyetleri içerisinde turist rehberlerinin rolleri üzerine bir inceleme. *Karamanoğlu mehmetbey üniversitesi sosyal ve ekonomik araştırmalar dergisi*, 131-139.
- Köse, f. (2020). Türkiye'deki oyuncak müzelerinde somut olmayan kültürel mirasa yönelik eğitim etkinliklerinin incelenmesi . Doctoral dissertation.
- Köse, n. (2018). Dijital pazarlamadan fijital pazarlamaya geçişe örnek olarak artırılmış gerçeklik ve sanal gerçeklik uygulamalarının pazarlama üzerindeki katkılarının incelenmesi. *İstanbul aydın üniversitesi dergisi*, 10(1), 77-111.
- Kubilay, s. (2021). Dijital ayırım: eğitimde eşitsizlik sorunsalı. *Eğitim & bilim*, 59.



- Külük, c. (2019). Sanat müzelerindeki kopyalama programlarının tarihsel temelleri ve amerika'daki uygulama örnekleri. *Ibad sosyal bilimler dergisi*, 378-395.
- Kültür turizm bakanlığı (2023). <https://basin.ktb.gov.tr/tr-357879/bakan-ersoy-konya39da-catalhoyuk-tanitim-ve-karsilama-merkezi-acilisina-katildi.html> (ulaşım tarihi:07.06.2024) adresinden alındı
- Marshall, b., cardon, p., poddar, a. & fontenot, r. (2013). Does sample size matter in qualitative research? A review of qualitative interviews in is research, *journal of computer information systems*, 54(1), 11-22.
- Marvasti, a. B. (2004). *Qualitative research in sociology*. Sage publications. Uk.
- Mazan, i. (2020). Turistik çekiciliklerin markalaşmalarında turist rehberleri üzerine bir araştırma. *Turist rehberliği dergisi (tured)*, 3(1), 59-73.
- Mercin, l. (2017). Müze eğitimi, bilgilendirme ve tanıtım açısından görsel iletişim tasarımı ürünlerinin önemi. *Milli eğitim dergisi*, 46(214), 209-237.
- Mieli, m. (2020). Tourist information channels as consumer choice: the value of tourist guidebooks in the digital age. *Scandinavian journal of hospitality and tourism*, 20(1), 28-48.
- Mueck, r. (2019). Gerçekliğin gerçek görüntüsünün yeniden yorumlanması. In 3th international art symposium (p. 1942).
- Mutlu, m. (2019). Oluşumundan günümüze dijital sanat ve öğrencilerin dijital sanatla ilgili görüşleri . Doctoral dissertation, necmettin erbakan university.
- Nacak, e. (2020). Kültürel miras bağlamında dijital interaktif öyküleme yöntemlerinin kullanımı. Master's thesis.
- Oğan, o. (2022). Covid-19 ile değişen müze deneyimlerinin turizm coğrafyası yaklaşımıyla değerlendirilmesi:: dünya'dan ve türkiye'den örnekler. *Ege coğrafya dergisi*, 31(2), 337-353.
- Özalkan, s. Ö. (2022). Turist rehberleri bakış açısıyla dijitalleşme ve robot rehberler (a study of. *Journal of tourism and gastronomy studies*, 10(2), 1415-1435.
- Özcan, a. (2019). Grafik tasarımcının özgün üretim sürecinde yaratıcılık sorunu . Master's thesis, sosyal bilimler enstitüsü.
- Özkan, h. N. (2010). Müzelerde pazarlama ve istanbul müzelerinin interaktif pazarlama uygulamaları . Doctoral dissertation, marmara universitesi (turkey).
- Pękowska, r. (2022). Embodied cognition and the limits of digital museum experience. *Museum international*, 74(1-2), 192-214.
- Petit, o. V. (2019). Digital sensory marketing: integrating new technologies into multisensory online experience. *Journal of interactive marketing*, 45(1), 42-61.
- Pınarcık, p. (2023). Covid-19 pandemi sürecinin konuralp müzesi örneği üzerinden değerlendirilmesi. *Uluslararası müze eğitimi dergisi*, 5(cumhuriyetin 100. Yılında türkiye'de müzecilik ve müze eğitimi" özel sayısı), 52-61.
- Pirollo, l. & nasta, l. (2020). The changing face of museum tour guides. İçinde massi, m., vecco, m. & lin, y. (ed.), *digital transformation in the cultural and creative industries*. Routledge, london, ss: 61-78.

- Polat, t. (2001). Seyahat işletmelerinde profesyonel turist rehberliği, rehberlik mesleğinin sorunları ve çözüm önerileri üzerine bir alan araştırması. Master's thesis, anadolu university.
- Rabotić, b. (2010). Çağdaş turizmde turist rehberleri. Uluslararası turizm ve çevre konferansı, 353-364.
- Saçan, z. (2010). Kültürel turizm işletmeciliği ve konya-şırnak illeri karşılaştırılması . Master's thesis, sosyal bilimler enstitüsü.
- Sağır, a. (2016). Ölüm sosyolojisi bağlamında yemek, cenaze ve ölümün sofraya pratikleri üzerine. Türkiye sosyal araştırmalar dergisi, 20(1), 271-298.
- Samis, p. (2001). Points of departure: curators and educators collaborate to prototype a" museum of the future". In *ıchım* (1), 623-637.
- Sarıgül, h. (2021). Fen bilimleri öğretmenlerinin okul dışı öğrenme ortamlarına gerçekleştirilen gezilere yönelik deneyimleri . Master's thesis, aksaray üniversitesi fen bilimleri enstitüsü.
- Sariyar, h. (2019). Dijital çağda kimliğin kavramsallaştırması ve gerçeklik: twitter parodi hesapları . Master's thesis, sosyal bilimler enstitüsü.
- Sezikli, y. (2023). Artırılmış gerçeklik ile vücut sistemleri üzerinde öğrenmeyi sağlayan bir yazılımın gerçekleştirilmesi . Master's thesis, istanbul gelişim üniversitesi lisansüstü eğitim enstitüsü.
- Shang, j. Y. (2011). A mobile guide system framework for museums based on local location-aware approach. In 2011 international conference on computer science and service system (csss) , pp. 1935-1940.
- Sirek, s. (2022). Covid-19 sürecinde muhasebe ve finans sektöründe dijital dönüşümün önemi . Doctoral dissertation, international dublin university.
- Skov, m. (2009). The reinvented museum: exploring information seeking behaviour in a digital museum context. Danmarks biblioteksskole.
- Somyürek, s. (2014). Öğretim sürecinde z kuşağının dikkatini çekme: artırılmış gerçeklik. Eğitim teknolojisi kuram ve uygulama, 4(1), 63-80.
- Stone, m. (2000). Tanrılar kadinken. İstanbul: payel yayınevi.
- Styliani, s. F. (2009). Virtual museums, a survey and some issues for consideration. Journal of cultural heritage, 10(4), 520-528.
- Şahiner, e. (2013). Sinema dilinin yapım sonrası süreçte tekniğin olanaklarıyla yeniden yapılandırılması . Master's thesis, sosyal bilimler enstitüsü.
- Tağ, k. Ş. (2022). Bilim kurgu sineması alt türü siberpunkın simülasyon (hipergerçeklik) kuramı perspektifinde değerlendirilmesi . Master's thesis, sosyal bilimler enstitüsü.
- Tanrıseven, c. B. (2019). Dünyada turist rehberliği eğitimi. Turist rehberliği dergisi (tured), 2(1), 44-56.
- Taşkıran, ö. (2019). Deneyimsel pazarlama kapsamında sanal turların müze ziyaretlerine etkisi: panorama 1453 örneği. Uygulamalı sosyal bilimler dergisi, 3(1), 1-19.
- Teker, n. (2016). Sanal müze sanal tur memnuniyet ölçeğinin türkçe'ye uyarlanması: geçerlik ve güvenirlik çalışması. Milli eğitim dergisi, 45(209), 314-335.

- Tercan, e. (2012). Sanal model ölçme ve canlandırma . Master's thesis, fen bilimleri enstitüsü.
- Tezcan, ö. (2019). Modern müze iç mekânlarında kavramsal tasarım kriterleri kapsamında interaktif uygulamaların incelenmesi. Master's thesis, güzel sanatlar enstitüsü.
- Topsakal, y. (2024). Tüketici davranışı ve dijital pazarlama. Tüketici davranışları 4-güncel akademik çalışmalar, 91., 91.
- Tozlu, e. M. (2012). Çanakkale'nin engelli turizmine ilişkin durumunun belirlenmesine ve planlanmasına yönelik bir çalışma. Aksaray üniversitesi iibf dergisi.
- Trunfio, m. L. (2022). Innovating the cultural heritage museum service model through virtual reality and augmented reality: the effects on the overall visitor experience and satisfaction. Journal of heritage tourism, 17(1), 1-19.
- Tuncer, b. &. (2019). Arkeo-turizm potansiyeli açısından çatalhöyük. Journal of international social research, 12(64).
- Tunç, g. (2019). Çok katmanlı kentlerde arkeolojik alanların yakın çevresinde yaşayanların arkeolojik varlıklar üzerine değerlendirmeleri: izmir örneği. Master's thesis, fen bilimleri enstitüsü.
- Turner, d. W. (2010). Qualitative interview design: a practical guide for novice investigators. The qualitative report, 15(3), 754-760.
- Tüfekçi, ş. (2015). Yazınsal çalışmalarda dijital yönelimler. Monograf, (4).
- Türker, a. K. (2020). Yeni tip koronavirus (covid-19) salgını sonrası turizm ve turist rehberliği. Turist rehberliği nitel araştırmalar dergisi, 1(1), 1-19.
- Türkmen, m. T. (2016). Turist rehberlerinin duygusal zeka yetenekleri ile liderlik davranışları arasındaki ilişkinin belirlenmesine yönelik bir araştırma . Master's thesis, balıkesir üniversitesi sosyal bilimler enstitüsü.
- Tüt, k. T. (2022). Turizm ekseninde somut kültürel mirasın sürdürülebilirliğinin incelenmesi. Journal of humanities and tourism research, 12(4), 782-797.
- Ünal, a. &. (2023). Profesyonel turist rehberlerinin iş sağlığı güvenliği sorunları ve mesleki yükümlülükleri. Sosyal, beşeri ve idari bilimler dergisi, 1066-1079.
- Vargün, ö. (2022). Teknolojinin belirleyiciliğinde müzelerde dijitalleşme süreci ve insan odaklı tasarım yaklaşımları. İdil sanat ve dil dergisi, 11(92), 565-584.
- Veal, a. J. (2006). Research methods for leisure and tourism (3rd edition). Prentice hall. Uk.
- Wands, b. (2021). Dijital sanat sergi küratörlüğünün 25 yılı: 1993–2018. Sanat dergisi, (37), 375-382.
- Widtfeldt, m. J. (2018). Disruptive network innovation in free guided tours. Scandinavian journal of hospitality and tourism, 18(3), 303-318.
- Yaralı, c. (2023). Dijital süreçlerin doğal ve kültürel miras turizminin gelişimine etkisi. Nevşehir hacı bektaş veli üniversitesi sbe dergisi, 13(ihtisaslaşma), 245-264.
- Yıldız, s. (2018). Profesyonel turist rehberlerinin teknolojik rehber algısını belirlemeye yönelik bir araştırma: istanbul örneği. International journal of social and humanities sciences research (jshsr), 5(31), 4686-4697.

Yum, m. S. (2020). Eğitilence kavramı ve bu kavramın müze ve merkezlerdeki eğitim ekseninde kullanıcı deneyimi ile etkileşim odaklı disiplinlerarası tasarım kriterleri. Acikbilim.yok.gov.tr.

Zencir, h. (2023). Türkiye ve dünya arkeoloji müzelerinde çağdaş sergileme modelleri üzerinden uygulamaların dijital ortamlara taşınması. Yüksek lisans tezi.

Zeybek, b. (2022). Turizm diplomasisi kapsamında kent markalama: dijital çağda müzeler bir kentin markalaşmasına nasıl katkı sağlar? İletişim ve diplomasi, (7), 165-184.

Zülfikar, a.b. ve ediz, ö. (2020). Değişen müze ve müzecilikte sergilemenin teknoloji boyutunun incelenmesi: bursa panorama müzesi örneği. Lycus dergisi.



## Sivas İnterdisipliner Turizm Araştırmaları Dergisi

ISSN: 2651-2742

2024 - Cilt: 7 Sayı: 2

Sayfa: 338-349

Dergi Web Sitesi: <http://sita.cumhuriyet.edu.tr/tr/>

Gönderilme Tarihi: 17.12.2024

Kabul Tarihi: 24.12.2024

### Araştırma Makalesi (Research Article)

## TÜRKİYE VE KUZEY MAKEDONYA KÜLTÜR VE TURİZM İLİŞKİLERİ ÜZERİNE BİR DEĞERLENDİRME

A Review On The Cultural And Tourism Relations Between Turkey And North Macedonia

Mustafa IŞKIN\* 

Sivas Cumhuriyet Üniversitesi  
Turizm Fakültesi

### ÖZ

Günümüzde Kuzey Makedonya devletinin bulunduğu bölge Osmanlı Devleti tarafından 1448 yılında II. Kosova Savaşı sonrasında kendi topraklarına katılmıştır. Söz konusu bölgede uzun yıllar boyunca Osmanlı Devleti hüküm sürmüştür. Osmanlı Devleti 1912-1913 Balkan savaşları sonrasında bu bölgedeki hâkimiyetini kaybetmiştir. Kuzey Makedonya devletinin bulunduğu bölge Balkan Savaşları sonrasında sırasıyla Sırp ve Bulgar hâkimiyetine girmiştir. Kuzey Makedonya Bulgar hâkimiyeti altındayken 1945 yılında Yugoslavya'nın kuruluşunda kurucu devlet olarak yer almıştır. Kuzey Makedonya 1991 yılında Yugoslavya'dan ayrılarak bağımsızlığını ilan etmiştir. Yugoslavya ve Bulgar hakimiyeti ile geçen yılların dışındaki dönemler dikkate alındığında, Osmanlı ve Türkiye Cumhuriyeti devletleri ile günümüzde Kuzey Makedonya Cumhuriyeti devleti içerisinde yer alan kurumlar, işletmeler ve insanlar arasında yoğun bir etkileşim olduğu görülmektedir. Ayrıca Osmanlı Devletinin hakimiyeti döneminde söz konusu etkileşim çok daha yoğun yaşanmıştır denilebilir. Görüldüğü üzere iki ülke arasında geçmişten gelen ilişkiler ve bağlar günümüzde de devam etmekte ve varlığını devam ettirmektedir. Türkiye ve Kuzey Makedonya devletleri gerek hükümetler ve devlet kurumları düzeyinde gerekse işletmeler ve bireyler düzeyinde sıkı ilişkilere sahiptirler. Bu çalışmada söz konusu ilişkilerden kültür ve turizm üzerinde durulacaktır. Çalışmada öncelikle Türkiye Cumhuriyeti ve Kuzey Makedonya Cumhuriyeti arasında gerçekleşen kültürel işbirlikleri ve faaliyetler ele alınacaktır. Kültürel işbirliklerinde ve faaliyetlerinde rol oynayan kurumlara ilişkin değerlendirmeler yapılacaktır. Söz konusu kurumların yapmış olduğu faaliyetlere yer verilerek söz konusu faaliyetlerin etkileri değerlendirilecektir. Ayrıca çalışma kapsamında Türkiye Cumhuriyeti ve Kuzey Makedonya Cumhuriyeti arasındaki turizm hareketleri, söz konusu hareketlerin yoğunluğu ve turizm hareketlerinin yönüne

\* Sorumlu Yazar: [mustafaiskin@cumhuriyet.edu.tr](mailto:mustafaiskin@cumhuriyet.edu.tr)

Önerilen Atıf: Işkın, M. (2024). Türkiye ve Kuzey Makedonya Kültür ve Turizm İlişkileri Üzerine Bir Değerlendirme, Sivas İnterdisipliner Turizm Araştırmaları Dergisi, 7(2), 338-349.

ilişkin değerlendirmeler de yapılacaktır. Diğer taraftan turizm alanında iki ülke arasında gerçekleşen yatırımlarda ele alınacaktır. Çalışmada söz konusu yatırımların yeterlilik düzeyine ilişkin değerlendirmeler yapılacaktır.

Çalışmada genel olarak Türkiye Cumhuriyeti Devleti kurumları, işletmeleri ve vatandaşları ile Kuzey Makedonya Cumhuriyeti Devleti kurum, işletme ve vatandaşları arasında gerçekleşen kültür ve turizm alanında ki ilişkiler üzerine odaklanılmıştır. Çalışma sonucunda iki ülkenin kültür ve turizm alanındaki ilişkilerinin yeterliliğine ilişkin tespitlere ve söz konusu ilişkilerin nasıl geliştirilebileceğine ilişkin önerilere yer verilecektir.

**Anahtar kelimeler:** Türkiye, Kuzey Makedonya, Turizm, Kültür.

## ABSTRACT

The region where the state of North Macedonia is located today was annexed by the Ottoman Empire in 1448 after the Battle of Kosovo II. The Ottoman Empire ruled in the region for many years. The Ottoman Empire lost its dominance in this region after the Balkan Wars of 1912-1913. After the Balkan Wars, the region where the state of North Macedonia is located fell under Serbian and Bulgarian rule respectively. While North Macedonia was under Bulgarian rule, it took part as a founding state in the establishment of Yugoslavia in 1945. North Macedonia declared its independence from Yugoslavia in 1991. Considering the periods other than the years of Yugoslavian and Bulgarian rule, it is seen that there is an intense interaction between the Ottoman and Turkish states and the institutions, businesses and people in the Republic of North Macedonia today. In addition, it can be said that this interaction was much more intense during the period of Ottoman rule. As can be seen, the relations and ties between the two countries from the past continue and continue to exist today.

The states of Turkey and North Macedonia have close relations both at the level of governments and state institutions and at the level of businesses and individuals. This study will focus on culture and tourism among these relations. First of all, cultural cooperation and activities between the Republic of Turkey and the Republic of North Macedonia will be discussed. Evaluations will be made regarding the institutions that play a role in cultural cooperation and activities. The activities carried out by these institutions will be included and the effects of these activities will be evaluated.

In addition, within the scope of the study, evaluations will be made regarding the tourism movements between the Republic of Turkey and the Republic of North Macedonia, the intensity of these movements and the direction of tourism movements. On the other hand, the investments realized between the two countries in the field of tourism will be discussed. In the study, evaluations will be made regarding the adequacy level of these investments.

In general, the study focuses on the relations in the field of culture and tourism between the institutions, enterprises and citizens of the Republic of Turkey and the institutions, enterprises and citizens of the Republic of North Macedonia. As a result of the study, determinations regarding the adequacy of the relations of the two countries in the field of culture and tourism and suggestions on how these relations can be improved will be included.

**Keywords:** Türkiye, North Macedonia, Tourism, Culture.

## 1. GİRİŞ

Günümüzde Kuzey Makedonya devletinin bulunduğu bölge Osmanlı Devleti tarafından 1448 yılında II. Kosova Savaşı sonrasında kendi topraklarına katılmıştır. Söz konusu bölgede uzun yıllar boyunca Osmanlı Devleti hüküm sürmüştür. Osmanlı Devleti 1912-1913 Balkan savaşları sonrasında bu bölgedeki hâkimiyetini kaybetmiştir. Kuzey Makedonya devletinin bulunduğu bölge Balkan Savaşları sonrasında sırasıyla Sırp ve Bulgar hâkimiyetine girmiştir. Kuzey Makedonya Bulgar hâkimiyeti altındayken 1945 yılında Yugoslavya'nın kuruluşunda kurucu devlet olarak yer almıştır. Kuzey Makedonya 1991 yılında Yugoslavya'dan ayrılarak bağımsızlığını ilan etmiştir. Yugoslavya ve Bulgar hakimiyeti ile geçen yılların dışındaki dönemler dikkate alındığında, Osmanlı ve Türkiye Cumhuriyeti devletleri ile günümüzde Kuzey Makedonya Cumhuriyeti devleti içerisinde yer alan kurumlar, işletmeler ve insanlar arasında yoğun bir etkileşim olduğu görülmektedir. Ayrıca Osmanlı Devletinin hakimiyeti döneminde söz konusu etkileşim çok daha yoğun yaşanmıştır denilebilir. Görüldüğü üzere iki ülke arasında geçmişten gelen ilişkiler ve bağlar günümüzde de devam etmekte ve varlığını devam ettirmektedir.

Türkiye ve Kuzey Makedonya devletleri gerek hükümetler ve devlet kurumları düzeyinde gerekse işletmeler ve bireyler düzeyinde sıkı ilişkilere sahiptirler. Bu çalışmada söz konusu ilişkilerden kültür ve turizm üzerinde durulacaktır. Çalışmada öncelikle Türkiye Cumhuriyeti ve Kuzey Makedonya Cumhuriyeti arasında gerçekleşen kültürel işbirlikleri ve faaliyetler ele alınacaktır. Kültürel işbirliklerinde ve faaliyetlerinde rol oynayan kurumlara ilişkin değerlendirmeler yapılacaktır. Söz konusu kurumların yapmış olduğu faaliyetlere yer verilerek söz konusu faaliyetlerin etkileri değerlendirilecektir.

Ayrıca çalışma kapsamında Türkiye Cumhuriyeti ve Kuzey Makedonya Cumhuriyeti arasındaki turizm hareketleri, söz konusu hareketlerin yoğunluğu ve turizm hareketlerinin yönüne ilişkin değerlendirmeler de yapılacaktır. Diğer taraftan turizm alanında iki ülke arasında gerçekleşen yatırımlarda ele alınacaktır. Çalışmada söz konusu yatırımların yeterlilik düzeyine ilişkin değerlendirmeler yapılacaktır.

## 2. TÜRKİYE VE KUZEY MAKEDONYA KÜLTÜR VE TURİZM İLİŞKİLERİ ÜZERİNE BİR DEĞERLENDİRME

2021 Nüfus Sayımı verilerine göre Kuzey Makedonya'da 1 milyon 836 bin 713 kişinin yaşamaktadır. Bu kişilerin 1 milyon 73 bin 299'u Makedon, 446 bin 245'i Arnavut, 70 bin 961'i Türk (yüzde 3,86), 46 bin 433'ü Roman, 23 bin 847'si Sırp, 16 bin 42'si Boşnak, 8 bin 714'ü Ulah, 3 bin 504'ü ise Bulgar'dır RNM SSO, (2024).

1448-1913 yılları arasında Kuzey Makedonya'nın yer aldığı bölgede 465 yıl Osmanlı Devleti hüküm sürmüştür. Türkiye'nin mirasını üstlendiği Osmanlı devletinin uzun yıllar Kuzey Makedonya'nın bulunduğu bölgede hüküm sürmüş olması kültürel bağların yoğun olmasını sağlamıştır. Diğer taraftan Osmanlı döneminde Kuzey Makedonya'ya yerleşen Türk'lerin hala bölgede yaşadıkları bilinmektedir. Bu durum kültürel bağları güçlendirmektedir. Toplam nüfusun 70 bin 961'i diğer bir ifadeyle yüzde 3,86 Türk'tür RNM SSO, (2024).

Kuzey Makedonya'nın Vasilevo şehrinde, Türkçe ikinci resmi dil ilan edilmiştir. Türkçe; Gostivar, Vrapçište, Jupa, Plasnitsa, Çayır, Studeničan, Kırçova ve Doyran belediyelerinde de Makedoncanın yanı sıra resmi dil olarak tanınıyor. Altıncı sınıfa kadar Türkçe sınıflarda eğitim verilebiliyor. Bu durum kültürel ilişkilerin yoğunluğunu görmek açısından önemlidir.

Diğer yandan Türkiye Cumhuriyeti devletinin yakın kültürel ilişkiler kurmak amacıyla faaliyetleri yoğun olarak TİKA'nın Kuzey Makedonya'da ki operasyonları ile devam etmektedir.

Diğer yandan Osmanlı döneminde Kuzey Makedonya sınırları içerisinde kalan bölgelerde yoğun somut kültürel varlık inşası gerçekleşmiştir. Osmanlı döneminde söz konusu bölgelerde somut kültürel varlıklar inşa edilmiştir. Ancak söz konusu somut kültürel varlıkların birçoğu yok olmuş veya işlevsiz hale getirilmiştir. Söz konusu somut kültürel varlıklardan bazıları aşağıdaki gibidir (Kültür Envanteri, 2024);

### Üsküp

© Muradiye Cami; Muradiye Camii, Kuzey Makedonya'nın başkenti Üsküp'te Osmanlı döneminden kalma önemli bir camidir. Bu cami, 15. yüzyılda inşa edilmiş olup Osmanlı mimarisinin bölgedeki en güzel örneklerinden biridir. Adını Sultan II. Murad'dan aldığı düşünülmektedir. Genelde Osmanlı klasik mimarisi tarzında bir plana sahiptir. Kare tabanlı yapısı ve kubbesi dikkat çeker. Tek şerefeli minaresiyle tipik Osmanlı camilerinden biridir. Caminin iç mekanında yer alan zarif kalem işi süslemeler ve Osmanlı dönemi hat sanatı örnekleri özgünlüğünü korumaktadır. Muradiye Cami, Osmanlı İmparatorluğu'nun Balkanlar'da bıraktığı zengin kültürel mirasın bir parçasıdır. Zaman içinde çeşitli onarımlar geçirmiş ve halen ibadete açık durumdadır.

© İbn Payko Cami (Kaybolan Kültür Varlıkları); İbn Payko Camii, Kuzey Makedonya'nın başkenti Üsküp'te yer alan Osmanlı dönemine ait önemli bir yapıdır. Bu cami, 15. yüzyılda inşa edilmiş olup Osmanlı İmparatorluğu'nun Balkanlar'daki dini ve kültürel mirasının değerli bir örneğidir. Cami, adını muhtemelen banisi olan İbn Payko'dan almıştır. İbn Payko hakkında sınırlı bilgi olsa da, bu isim muhtemelen bir aile ya da yerel bir şahsiyete atıfta bulunur. Cami, Üsküp'ün Osmanlı yönetimi altındaki en parlak dönemlerinden birinde, 15. yüzyılda inşa edilmiştir. Osmanlı mimarisinin karakteristik özelliklerini yansıtan bu cami, aynı zamanda bölgedeki Müslüman topluluğun önemli bir ibadet merkezi olmuştur. Osmanlı mimarisinin sade ve işlevsel tarzını yansıtan bir planı vardır. Genellikle bu dönemde yapılan camilerde olduğu gibi, ince ve zarif bir minaresi bulunmaktadır. Caminin iç süslemeleri, dönemin sanat anlayışını yansıtır. Ancak cami günümüzde tahrip olmuş ve kaybolan kültür varlığı durumundadır.

© Faik Paşa Cami (Kaybolan Kültür Varlıkları); Üsküp'te (günümüzde Kuzey Makedonya'nın başkenti Üsküp olarak bilinmektedir) bulunan Faik Paşa Cami, şehrin merkezinde yer alan önemli bir camidir. Cami 15. yüzyılda Osmanlı döneminde inşa edilmiştir ve adını muhtemelen bir Osmanlı valisi veya bölgeyle ilişkili önemli bir şahsiyet olan Faik Paşa'dan almıştır. Bu cami, büyük bir merkezi kubbe, bir minare ve zarif bir ibadet salonu da dahil olmak üzere dönemin tipik özellikleriyle Osmanlı mimarisinin mükemmel bir örneğidir. Birçok Osmanlı camisi gibi Faik Paşa Cami de sadece dini bir merkez olarak değil, aynı zamanda cemaatin bir araya geldiği bir yer olarak tasarlanmıştır.

© Fatih Sultan Mehmet Köprüsü; Üsküp'te bulunan önemli bir köprüdür ve şehri simgeleyen yapılar arasında yer alır. 2011 yılında tamamlanmış olan bu köprü, Makedonya'nın başkenti Üsküp'te Vardar Nehri üzerinde inşa edilmiştir. Köprü, adını Osmanlı İmparatorluğu'nun yedinci padişahı olan Fatih Sultan Mehmet'ten almaktadır. Fatih Sultan Mehmet Köprüsü, modern bir tasarıma sahip olmakla birlikte Osmanlı mimarisine ve kültürüne atıfta bulunan unsurlar da taşır. Bu nedenle, köprü sadece ulaşım sağlamakla kalmaz, aynı zamanda tarihi



ve kültürel bir sembol olarak da önemlidir. Vardar Nehri'ni geçerek, şehrin merkezindeki önemli noktalarla bağlantıyı sağlar. Köprü, şehre modern bir görüntü kazandırırken, aynı zamanda Makedonya ve Osmanlı geçmişi arasındaki bağlantıyı vurgular. Köprü, şehri daha iyi bir şekilde birbirine bağlamak ve ulaşım ağını güçlendirmek amacıyla yapılmıştır. Köprü, şehrin manzarasına önemli bir katkı sağlamakla birlikte, Fatih Sultan Mehmet'in Türk tarihindeki büyük önemini de hatırlatmaktadır. Makedonya'nın Osmanlı dönemine olan bağlarını simgeleyen bu köprü, hem yerel halk hem de turistler için dikkat çekici bir yapıdır.

© Üsküp Kalesi; Kuzey Makedonya'nın başkenti Üsküp'te yer alan tarihi bir yapıdır ve şehir merkezinin en yüksek noktasında, Vardar Nehri'nin kuzey kıyısında konumlanmaktadır. Kale, tarihsel olarak şehri savunmak amacıyla inşa edilmiş olup, çeşitli medeniyetlere ve imparatorluklara ev sahipliği yapmış bir yapıdır. Günümüzde, Üsküp'ün simgelerinden biri haline gelmiştir. Üsküp Kalesi, Helenistik döneme kadar uzandığı tahmin edilen bir geçmişe sahiptir. Ancak kale, esas olarak Roma, Bizans ve Osmanlı İmparatorlukları tarafından onarılmış ve genişletilmiştir. Osmanlı döneminde kale, askeri bir üs olarak önemli bir rol oynamıştır ve şehri savunma amacıyla kullanılmıştır. 1963'teki büyük depremden sonra kalenin bazı bölümleri hasar görmüş olsa da, birçok kısmı sağlam kalmıştır. Kale, taş duvarlar ve savunma kuleleriyle çevrilidir. Şehir manzarasına hakim bir konumda yer alması, ona stratejik bir avantaj sağlamıştır. Kalede, Osmanlı dönemine ait bazı yapılar da bulunmaktadır. Kalenin içinde ve çevresinde, eski surların ve kısmi olarak restore edilmiş yapılar yer alır. Ayrıca kale duvarlarının iç kısmında bazı tarihi yapılar ve kalıntılar görülebilir. Üsküp Kalesi, turistler için hem tarihi hem de görsel bir cazibe merkezi olmuştur. Kaleye tırmanarak, Üsküp'ün panoramik manzarasını görmek mümkündür. Kale aynı zamanda, bölgedeki en eski yapılarla, modern şehir dokusunun ilginç bir birleşimini sunar. Ayrıca kalenin çevresindeki parklar ve yeşil alanlar, ziyaretçilere rahatlatma ve dinlenme imkanı sunar. Üsküp Kalesi, hem tarihi bir sembol hem de Makedonya'nın zengin kültürel mirasının bir parçasıdır. Osmanlı döneminin etkilerini, Bizans ve Roma kalıntılarını bir arada barındırarak, farklı kültürlerin izlerini taşıyan bir yapıdır. Bugün, Üsküp'deki en önemli turistik noktalardan biridir ve şehri gezmek isteyenler için vazgeçilmez bir yerdir. Kale, geçmişten günümüze ulaşan en önemli simgelerden biri olup, şehri keşfeden her turist için ziyaret etmesi gereken bir mekandır.

© Mustafa Paşa Camii; Kuzey Makedonya'nın başkenti Üsküp'te yer alan önemli bir Osmanlı dönemi camidir. 1492 yılında, dönemin Üsküp valisi olan Mustafa Paşa tarafından yaptırılmıştır. Bu cami, Üsküp'ün en eski ve en güzel Osmanlı camilerinden biri olarak kabul edilir. Mustafa Paşa Camii, geleneksel Osmanlı camisi mimarisinin izlerini taşır. Mimarisi, özellikle zarif ve ince işçilikleriyle dikkat çeker. Cami, büyük bir avluya sahiptir ve caminin yapısal düzeni, dönemin Osmanlı camilerine özgü olan merkezi planlı düzende tasarlanmıştır. Cami, büyük bir kubbe ile örtülü olan merkezi bir mekân içerir. Caminin iç mekânı geniş ve ferah olup, yüksek sütunlar ve kemerlerle çevrilidir. Camiye özgü olan minare, zarif bir şekilde inşa edilmiştir ve caminin önemli bir simgesidir. İç mekânında ve avlusunda Osmanlı dönemi süslemeleri, hat sanatı ve kaligrafik yazılar dikkat çeker. Ayrıca caminin duvarları, zarif çini işçilikleriyle bezenmiştir. Mustafa Paşa Camii, Üsküp'ün merkezine oldukça yakın bir konumda yer alır ve şehri gezmek isteyenler için erişimi oldukça kolaydır. Cami, Üsküp'ün eski şehri bölgesine yakın olan bir bölgede bulunmaktadır.

Cami, 1492'de Osmanlı İmparatorluğu'nun Üsküp'teki hakimiyetinin erken dönemlerine tarihlenir. Osmanlı yönetiminin izlerini taşıyan bir diğer önemli yapıdır ve bu yapı, hem dini

hem de kültürel açıdan önemli bir rol oynamaktadır. Ayrıca, cami çevresindeki alan da zaman içinde önemli bir sosyal ve ticari merkez haline gelmiştir. Mustafa Paşa Camii, günümüzde de aktif olarak kullanılmakta olup, hem yerel halk tarafından hem de turistler tarafından ziyaret edilmektedir. Bu cami, hem Osmanlı mimarisinin hem de Üsküp'ün tarihi geçmişinin önemli bir örneğidir.

© Alaca Cami; Üsküp'ün önemli Osmanlı dönemi yapılarından biridir. Bu cami, 15. yüzyılın sonlarına doğru inşa edilmiştir ve Osmanlı döneminin izlerini taşıyan çok önemli bir yapıdır. Adını, dış yüzeyindeki renkli (alaca) taşlardan alır. Alaca Cami, hem mimarisi hem de tarihiyle Üsküp'ün kültürel mirasında önemli bir yer tutmaktadır. Alaca Cami, klasik Osmanlı camisi mimarisinin örneklerinden biri olarak dikkat çeker. Caminin yapısal düzeni, Osmanlı camilerinde görülen merkezi planlı mimari düzeni takip eder. Ancak Alaca Cami'nin dikkat çeken en önemli özelliği dış cephesinde kullandığı renkli taşlar ve iç mekanındaki süslemelerdir. Cami, dış duvarlarında kullanılan renkli taşlar nedeniyle "Alaca" (renkli) olarak adlandırılmıştır. Bu taşlar, caminin hem estetik hem de mimari değerini artıran unsurlardır. Caminin yapısında büyük bir kubbe yer alır ve bu kubbe, iç mekâna geniş ve ferah bir alan sunar. Caminin içerisinde altıgen planlı sütunlar ve kemerler bulunur. Ayrıca caminin avlusunda da Osmanlı dönemine özgü öğeler mevcuttur. Cami, iç mekanında zarif süslemelere sahiptir. Duvarlarda, Osmanlı dönemine ait çini işçilikleri ve kaligrafik yazılar yer alır. Ayrıca camideki mihrap ve minber de dikkatle işlenmiş olup, dönemin sanat anlayışını yansıtır. Alaca Cami, Üsküp'ün merkezine oldukça yakın bir bölgede yer alır. Eski şehir bölgesinde yer alması nedeniyle, şehirdeki diğer tarihi yapılarla birlikte gezilebilecek bir konumda bulunur. Camiyi ziyaret etmek isteyenler için ulaşım oldukça kolaydır.

Alaca Cami, 1492 yılında inşa edilmiştir ve Osmanlı döneminin Üsküp'teki hakimiyetinin erken yıllarına dayanır. Üsküp'ün Osmanlı dönemindeki sosyal ve kültürel hayatını yansıtan önemli yapılardan biri olan cami, aynı zamanda dönemin sanat anlayışının da bir örneğidir. Cami, aynı zamanda hem dini hem de sosyal bir merkez olarak halk tarafından kullanılmaktadır. Hem camiyi hem de çevresindeki alanları ziyaret etmek, Üsküp'ün tarihi ve kültürel geçmişine dair önemli ipuçları sunmaktadır. Günümüzde Alaca Cami aktif olarak kullanılmaya devam etmektedir ve ziyaretçilere açıktır. Hem yerel halkın dini ibadetleri için kullandığı bir alan hem de turistlerin ilgisini çeken tarihi bir yapıdır.

© Çifte Hamam; Üsküp'ün önemli Osmanlı dönemine ait yapılarından biridir ve şehre özgü tarihi bir kültürel mirası yansıtır. Bu yapının inşası, 15. yüzyıla dayanmaktadır ve hem mimarisi hem de fonksiyonu açısından dikkat çeker. Yapım Tarihi: Çifte Hamam, Osmanlı İmparatorluğu döneminde, 15. yüzyılın sonlarına doğru inşa edilmiştir. Yapının ismi, "çifte" yani "iki" anlamına gelir, çünkü hamam, iki ayrı bölümden oluşur. Çifte Hamam, iki ayrı kısımdan oluşan yapısına ithafen bu adı almıştır. Bu yapı, hem erkekler hem de kadınlar için ayrı bölümler sunan bir hamam olarak inşa edilmiştir. Osmanlı döneminde hamamlar sosyal hayatın önemli bir parçasıydı, bu nedenle erkekler ve kadınlar için ayrı alanlar gereklidir. Çifte Hamam'ın dış yapısı, geleneksel Osmanlı hamamlarının izlerini taşır. Yüksek taş duvarlar ve kubbe, yapının sağlam ve etkileyici bir görünüm kazanmasını sağlar. Hamamın dış cephesi, tarihi Osmanlı mimarisine özgü elementler taşıyan sade ancak zarif bir yapıdır. Çifte Hamam'ın iç kısmı, geleneksel hamam yapılarında görülen sıcaklık, ılıklik ve soğukluk bölümleriyle organize edilmiştir. Bu yapıda, sıcak suyun bulunduğu bölümler, genellikle taş zeminler ve sütunlar ile çevrilidir. Hamamın iç kısmı, zarif işçilikle bezenmiş olup, bazı kısımlarında Osmanlı dönemine ait süslemeler ve motifler yer alır. Hamam, iki ana bölümden

oluşur. Erkekler ve kadınlar için ayrı alanlar bulunur ve her biri kendine ait odalarla ayrılmıştır. Bu düzen, Osmanlı döneminin sosyal yaşamını ve geleneklerini yansıtan önemli bir özelliktir.

Çifte Hamam, Osmanlı döneminde şehir halkının sosyal, kültürel ve dini yaşamının bir parçası olarak önemli bir rol üstlenmiştir. Hamamlar, sadece temizlik amacıyla değil, aynı zamanda sosyal buluşmalar, dinlenme ve sağlık amaçlarıyla da kullanılırdı. Üsküp'teki Çifte Hamam da, bu geleneksel işlevin bir örneğidir.

Hamam, zaman içinde farklı işlevlere de hizmet etmiştir. Özellikle 20. yüzyıldan sonra terk edilmiş ve bir süre kullanılamaz hale gelmiştir. Ancak son yıllarda yapılan restorasyonlarla, tarihî değeri korunarak yeniden halkın hizmetine sunulmuştur. Bugün Çifte Hamam, turistik bir mekan olarak ziyaretçilere açıktır. Yapının iç kısmı, eski hamam kültürünün yansımalarını sergileyen bir müze veya kültürel bir alan olarak kullanılmaktadır. Ziyaretçiler, Osmanlı dönemine ait bu tarihi yapıyı gezerek dönemin mimarisi ve sosyal yaşamı hakkında bilgi edinebilirler. Çifte Hamam, aynı zamanda Üsküp'ün tarihi ve kültürel mirasını keşfetmek isteyenler için önemli bir ziyaret noktasıdır. Şehre gelen turistler ve yerel halk, bu tarihi yapıyı gezerek Osmanlı İmparatorluğu'nun etkileyici kültürel mirasını daha yakından keşfetme fırsatı bulmaktadır. Üsküp'teki Çifte Hamam, Osmanlı döneminin sosyal yaşamını, mimarisini ve kültürel mirasını yansıtan önemli bir yapıdır. Bugün, hem tarihi bir yapı olarak hem de kültürel bir alan olarak kullanılmakta olan Çifte Hamam, ziyaretçilere hem görsel hem de kültürel bir deneyim sunar.

Ayrıca Üsküp'te kültürel miras olarak nitelendirilebilecek Yelen Kapan Cami (Kaybolan Kültür Varlıkları), Vilayet Konağı, Karlı-İli Beyi Mehmet Bey Camii (Kaybolan Kültür Varlıkları), Islahane (Kaybolan Kültür Varlıkları), Hüseyin Şah Cami bulunmaktadır.

### *Kalkandelen (Tetevo)*

© Alaca Cami ve Alaca Türbe (Kalkandelen-Tetevo); Kuzey Makedonya'nın Tetovo şehrinde bulunan önemli bir Osmanlı dönemi camidir. Cami, şehrin en bilinen ve en eski camilerinden biri olup, özellikle dış cephesindeki renkli (alaca) taşlardan dolayı bu ismi almıştır. Osmanlı İmparatorluğu'nun izlerini taşıyan yapıları arasında yer alan Alaca Camii, mimarisi, tarihî önemi ve sanatsal dokunuşlarıyla dikkat çekmektedir. Alaca Camii, 1438 yılında inşa edilmiştir. Yapım tarihi, camiye Osmanlı İmparatorluğu'nun erken dönemlerinde yapılan önemli dini yapılardan biri haline getirir. Bu cami, Tetovo'da Osmanlı İmparatorluğu'nun etkisini gösteren bir diğer önemli örnek olarak kabul edilmektedir.

"Alaca", Türkçede "renkli" veya "çeşitli renklerde" anlamına gelir. Cami, dış cephesinde kullanılan renkli taşlarla dikkat çeker. Alaca taşlar, camiye hem estetik bir değer katmış hem de ona karakteristik bir görünüm kazandırmıştır. Bu nedenle camiye bu isim verilmiştir. Alaca Camii'nin dış cephesi, özellikle kırmızı, beyaz ve sarı taşların kullanımıyla renkli bir görünüme sahiptir. Dış yüzeydeki renkli taşlar, yapının hem görsel hem de yapısal özelliklerini belirler. klasik Osmanlı camisi planına sahip olup, merkezi bir kubbe ve çevresindeki sütunlarla çevrili bir avluya sahiptir. Caminin mimarisi, Osmanlı dönemi camilerinin genel özelliklerini yansıtır, ancak Alaca Camii'nin dış cephesi ve renkli taşları ona özgün bir karakter kazandırmıştır. İç mekan, Osmanlı camilerine özgü şekilde geniş ve ferah bir alan sunar. Camiye girildiğinde, iç mekânda zarif hat sanatları ve Osmanlı dönemi süslemeleri görülür. Ayrıca, mihrabın ve minberin detaylı işçiliği dikkat çeker. Tetovo Alaca Camii, Makedonya'da Osmanlı dönemi izlerini taşıyan en önemli yapılar arasında yer alır.

Yapının inşa tarihi, 15. yüzyıla dayanır ve bu, camiyi bölgedeki erken Osmanlı yapılarından biri yapar. Cami, Tetovo'nun sosyal ve dini yaşamında önemli bir yere sahiptir ve tarih boyunca bölgedeki Müslüman topluluk için bir ibadet merkezi olmuştur.

Tetovo Alaca Camii, günümüzde aktif olarak kullanılmaktadır ve hem yerel halk hem de ziyaretçiler için önemli bir dini merkezdir. Hem Makedonya'daki hem de yurt dışındaki turistler, caminin tarihi ve mimari zenginliğini görmek için Tetovo'ya gelmektedirler. Camii, aynı zamanda Tetovo'nun kültürel ve tarihi mirasını yansıtan önemli bir yapı olarak, bölgeyi gezenler için mutlaka görülmesi gereken yerlerden biridir. Tetovo Alaca Camii, hem mimari hem de kültürel olarak büyük öneme sahip bir yapıdır. Dış cephesindeki renkli taşlar, Osmanlı dönemine ait zarif süslemeler ve tarihi kökeniyle Tetovo'nun en dikkat çekici camilerinden biridir. Ziyaretçilere, bölgenin tarihini ve kültürünü derinlemesine keşfetme imkânı sunar. Ayrıca Kalkandelen'de Tek Kemerli Taş Köprü, Çifte Hamam, Harabati Baba Tekkesi, Kalkandelen Kalesi gibi kültürel varlıklarda bulunmaktadır.

### *Debre*

© Kaçanıklı Mehmet Paşa Köprüsü; Kuzey Makedonya'nın Üsküp şehri yakınlarında Debre'de, Vardar Nehri üzerinde bulunan tarihi bir köprüdür. Köprü, Osmanlı dönemi mimarisinin önemli bir örneğidir ve şehre tarihi bir değer katmaktadır. Köprü, adını, inşa ettiren kişi olan Kaçanıklı Mehmet Paşa'dan alır. Kaçanıklı Mehmet Paşa Köprüsü, 15. yüzyılda Mehmet Paşa tarafından yaptırılmıştır. Köprünün yapım tarihi, Osmanlı İmparatorluğu'nun Üsküp'ü fethetmesinin ardından, bölgedeki altyapı çalışmalarının hız kazandığı döneme dayanır. Köprünün adı, köprüyü yaptıran kişi olan Kaçanıklı Mehmet Paşa'dan alınmıştır. Mehmet Paşa, köprüyü yaptırmakla, Vardar Nehri'ni geçmenin kolaylaştırılmasına büyük katkı sağlamıştır. Kaçanıklı Mehmet Paşa, Osmanlı döneminin önde gelen devlet adamlarından biriydi. Yapı: Kaçanıklı Mehmet Paşa Köprüsü, taş yapım teknikleriyle inşa edilmiştir ve kemerli köprü tarzında bir yapıdır. Bu tip köprüler, suyun akışını engellemeksizin taşıma işlevi görmek için geniş kemerlerle inşa edilir. Köprü, 9 kemerden oluşur ve her biri, köprünün sağlamlığını artırmak için özel olarak tasarlanmıştır. Köprüde kullanılan taşlar oldukça dayanıklıdır ve zaman içinde neredeyse hiç zarar görmemiştir. Bu da köprünün yapısal gücünü ve Osmanlı mühendisliğinin kalitesini gösterir. Köprünün yapımında yerel taşlar kullanılmıştır. Köprü, uzun ve geniş bir yapıdır, Vardar Nehri üzerinde güvenli bir geçiş sağlar. Bugün bile, köprü hala geçiş sağlamak amacıyla kullanılmaktadır, ancak modern yolların inşa edilmesiyle, ana ulaşım yolları başka yerlere kaymıştır. Osmanlı Dönemi: Kaçanıklı Mehmet Paşa Köprüsü, Osmanlı döneminde önemli bir ulaşım yolu olarak kullanılıyordu. Hem ticaret hem de günlük yaşam açısından büyük bir rol oynayan köprü, Vardar Nehri'nin iki yakasını birbirine bağlayarak, şehirler arası ulaşımı kolaylaştırıyordu. Köprü, zaman içinde birkaç kez tamir edilmiştir. Özellikle 19. yüzyılda köprünün bazı kısımlarında restorasyonlar yapılmıştır. Ancak, köprü hala orijinal yapısını büyük ölçüde korumaktadır. Debre'de ayrıca Bayram Bey Cami, Hünkâr Cami ve Martaneş Tekkesi gibi kültürel varlıklar bulunmaktadır.

### *Ohri*

© Ohri Saat Kulesi; Kuzey Makedonya'nın Ohri şehrinde bulunan tarihi bir yapıdır ve şehir merkezinin önemli simgelerinden biridir. Bu saat kulesi, hem mimarisi hem de tarihiyle şehre özgü önemli bir kültürel mirası yansıtmaktadır. Saat Kulesi, Ohri'nin tarihi şehir

merkezine oldukça yakın bir konumda yer alır. Şehrin merkezindeki Eski Çarşı bölgesinde, şehrin önemli meydanlarından birinde bulunur. Bu stratejik konum, hem şehrin sakinlerine hem de ziyaretçilere kolay ulaşım sağlar. Ohri Saat Kulesi, 16. yüzyılda inşa edilmiştir. Osmanlı İmparatorluğu dönemine ait olan bu kule, dönemin şehir yapıları ve mühendislik anlayışını yansıtan önemli bir yapıdır. Kule, zamanın bir işaretçisi olarak işlev gördüğü gibi, aynı zamanda şehri ziyaret edenler için bir yön belirleyicisi olmuştur.

Saat Kulesi, taş ve tuğla karışımıyla inşa edilmiştir. Kule, geleneksel Osmanlı mimarisinin izlerini taşır ve zarif bir şekilde tasarlanmıştır. Kule, kare planlı olup, dört katlıdır. Üst kısmı ise bir çatıyla kapatılmıştır. Saat Kulesi, üzerinde büyük bir saat bulunan, şehre zaman hakkında bilgi veren bir yapıdır. Kuledeki saat mekanizması, Ohri halkının günlük yaşamında önemli bir rol oynamıştır. Bu saat, hem zaman ölçümü hem de bölgedeki sosyal organizasyon açısından merkezi bir öge olmuştur. Kule, dönemin sanat anlayışını yansıtan süslemelere sahiptir. Mimarisi sade fakat zariftir, ve kulenin yüksekliği, şehre hakim olmasını sağlamaktadır. Kulenin alt kısmında ise, zamanında tüccarların ve halkın geçiş yapabileceği bir alan bulunmaktaydı. Ohri Saat Kulesi, şehrin Osmanlı dönemindeki kültürel ve ticari önemini vurgulayan bir simge haline gelmiştir. Saat kulesi, özellikle şehri çevreleyen sosyal ve ticari hayatın merkezi bir ögesi olarak kullanılmıştır. Ayrıca, Ohri'nin Osmanlı dönemindeki şehir planlamasının ve mühendisliğinin örneklerinden biri olarak kabul edilir. Kule, aynı zamanda Ohri'nin tarihi ve kültürel kimliğinin bir parçasıdır ve şehri gezenlerin ilgi odağıdır. Günümüzde, Ohri Saat Kulesi, Ohri'nin en tanınmış tarihi yapılarından biridir ve bölgedeki en önemli turistik mekanlardan birini oluşturur. Ziyaretçiler, şehrin tarihi merkezini gezdiklerinde bu kuleyi görmeden geçmemektedirler. Ayrıca, saat kulesi çevresi, şehrin kültürel yaşamına dair ipuçları sunan bir alan olarak kullanılmaktadır. Ohri Saat Kulesi, hem mimarisi hem de tarihiyle Ohri şehri için büyük bir öneme sahiptir. Osmanlı İmparatorluğu'ndan kalan bu yapının zarif yapısı ve işlevi, şehri keşfedenler için önemli bir durak olmuştur. Hem kültürel hem de tarihi açıdan büyük değer taşıyan bu saat kulesi, Ohri'nin simgelerinden biridir. Ayrıca Ohri şehrinde İmaret Cami (Kaybolan Kültür Varlıkları) geçmişte varlığını sürdürmüş ama günümüze kadar varlığını taşıyamamıştır. Diğer taraftan Ohri şehrinde Sinaneddin Yusuf Çelebi Türbesi, Ali Paşa Cami, Haydar Paşa Cam ve Hacı Turgut Cami gibi kültürel varlıklar bulunmaktadır.

### *Manastır*

© Manastır Askerî İdadisi; Manastır Askerî İdadisi, Osmanlı İmparatorluğu döneminin sonlarında, Manastır (şimdiki Bitola, Kuzey Makedonya) şehrinde kurulmuş olan önemli bir eğitim kurumudur. Bu okul, dönemin askeri ve sivil bürokrasisinin yüksek eğitimini sağlamak amacıyla kurulmuş ve modern Türkiye'nin kuruluş yıllarına kadar önemli bir eğitim merkezi olmuştur. Manastır Askerî İdadisi, 1880 yılında Osmanlı İmparatorluğu tarafından kurulmuştur. Bu okul, dönemin eğitim reformları çerçevesinde, Osmanlı topraklarında askeri okulların sayısının arttırılması gerektiği düşüncesiyle hayata geçirilmiştir. Manastır, o dönemde Osmanlı'nın batıya açılan kapısı olarak önemli bir şehir olduğundan, askeri ve idari eğitim için stratejik bir yerdi. "Askerî İdadi" terimi, Türk eğitim sisteminde, askeri okulların bir türünü ifade eder. Bu okullar, askeri personel yetiştirmenin yanı sıra, aynı zamanda bürokratik görevlerde çalışacak sivil memurlar yetiştirmek amacıyla da kullanılmıştır. Manastır Askerî İdadisi, öğrencilerine askeri ve idari eğitimin yanı sıra, Fen ve Sosyal Bilimler gibi farklı alanlarda da dersler sunmaktaydı. Okulda, Osmanlı İmparatorluğu'nun askeri ve idari yapısına uygun eğitim verilmeye çalışılıyordu. Okulda eğitimin büyük bir kısmı

Osmanlıca olarak verilmekteydi, ancak Fransızca ve diğer yabancı diller de öğretiliyordu. Ayrıca, Batı tarzı eğitim sistemine benzer şekilde modern bilim ve matematik dersleri de okula dâhil edilmiştir.

Manastır Askerî İdadisi, Osmanlı İmparatorluğu'nun son yıllarında eğitim reformlarının önemli bir parçasıydı. Bu okul, özellikle genç subaylar ve devlet memurları için stratejik bir eğitim merkezi olarak büyük öneme sahipti. Okulun açılmasından sonra birçok önemli Osmanlı subayı ve devlet adamı burada eğitim aldı. Ayrıca, okuldaki eğitimin Batılılaşma ve modernleşme hareketleriyle uyumlu olarak şekillendirilmesi, Osmanlı'dan Cumhuriyet Türkiye'sine kadar olan süreçteki önemli gelişmeleri etkiledi. Manastır Askerî İdadisi'nde eğitim alan önemli isimlerden biri Mustafa Kemal Atatürk'tür. 1880'lerin sonlarına doğru burada öğrenim gören Atatürk, Manastır Askerî İdadisi'nde geçirdiği zamanın ardından, askeri kariyerinde büyük başarılar elde etmiştir. Atatürk'ün bu okuldan almış olduğu eğitim, onun ilerideki liderlik kariyerine önemli ölçüde katkı sağlamıştır. Manastır Askerî İdadisi, I. Dünya Savaşı sonrasında Osmanlı İmparatorluğu'nun çöküşüyle birlikte, eğitim sisteminde yaşanan değişikliklerle kapanmıştır. Osmanlı İmparatorluğu'nun dağılmasının ardından, Manastır'daki okul da kapanmış, ancak buradaki eğitim geleneği, daha sonra kurulacak olan Cumhuriyet dönemi askeri okullarına ve diğer eğitim kurumlarına yansımıştır. Günümüzde Manastır Askerî İdadisi'nin mevcut binası, hala tarihi bir yapı olarak varlığını sürdürmektedir. Binanın olduğu alan, Manastır'ın önemli kültürel ve tarihi bölgelerinden biri olarak kabul edilir. Okulun tarihî önemi ve özellikle Atatürk'ün burada eğitim görmüş olması nedeniyle, bu bina ve okul, kültürel miras olarak büyük bir öneme sahiptir. Manastır Askerî İdadisi, hem Osmanlı hem de Cumhuriyet dönemi için önemli bir eğitim kurumu olmuştur. Osmanlı'nın son yıllarında, askeri ve bürokratik kadrolar yetiştirmek amacıyla kurulan bu okul, bir dönem bölgedeki en prestijli okullardan biri haline gelmiştir. Günümüzde ise, okulun tarihi, hem Osmanlı İmparatorluğu'nun son yıllarının hem de Türkiye Cumhuriyeti'nin temellerinin atıldığı bir dönemin önemli bir parçasıdır.

© Yeni Cami; Manastır Yeni Camii, Kuzey Makedonya'nın Manastır şehrinde yer alan önemli bir Osmanlı dönemi camidir. Şehirdeki en dikkat çeken camilerden biri olan Yeni Camii, hem tarihi hem de mimari açıdan büyük bir öneme sahiptir. Konum: Manastır Yeni Camii, Manastır şehir merkezine yakın bir konumda bulunur. Şehirdeki diğer önemli Osmanlı yapılarıyla birlikte, Yeni Camii de şehrin kültürel ve dini mirasının bir parçasıdır. Yeni Camii, 1558 yılında Osmanlı padişahı Kanuni Sultan Süleyman döneminde inşa edilmiştir. Yapımının ardından kısa süre içinde Manastır bölgesindeki önemli camilerden biri haline gelmiştir. İnşası, o dönemin Osmanlı mimarisine uygun bir şekilde gerçekleştirilmiştir. Yeni Camii, klasik Osmanlı camisi mimarisi ile inşa edilmiştir. Yapının planı kareye yakın bir alana sahiptir ve büyük bir kubbe ile örtülüdür. Caminin iç mekanında geniş ve ferah bir alan sunulmaktadır. Caminin duvarları ve iç mekanında Osmanlı dönemine ait süslemeler ve hat sanatları yer alır. Caminin dış cephesi sade bir şekilde tasarlanmıştır. Bununla birlikte, klasik Osmanlı camilerinin karakteristik özelliklerini taşıyan zarif bir yapıdadır. Dış duvarlarında taş ve tuğla kullanılmıştır, ve çevresindeki avlu da oldukça geniştir. Yeni Camii'nin minaresi, caminin ayrılmaz bir parçasıdır. Yüksekliği ile şehrin farklı bölgelerinden görülebilen minare, Osmanlı mimarisinin klasik minare tasarımlarını yansıtır. İnce uzun yapısı ve taş işçiliğiyle dikkat çeker. Yeni Cami, Osmanlı İmparatorluğu'nun Manastır bölgesindeki dini yapılarından biridir ve bölgenin kültürel ve dini hayatında önemli bir rol oynamıştır. Camii, aynı zamanda Manastır'ın Osmanlı İmparatorluğu'na bağlı olduğu dönemdeki sosyal ve kültürel hayatın bir parçasıydı. Osmanlı'dan önce, Manastır'da bölgedeki halkın büyük çoğunluğu için bir cami

bulunmadığı için, bu cami büyük bir ihtiyaca cevap vermiştir. Manastır Yeni Cami, günümüzde hala aktif bir şekilde kullanılmaktadır. Ancak cami günümüzde sanat galerisi olarak kullanılmaktadır.. Caminin tarihi, mimari yapısı ve Manastır'daki kültürel mirasa katkısı, onu hem yerel halk hem de turistler için önemli bir ziyaret noktası yapmaktadır. Ayrıca, caminin çevresi, sosyal ve kültürel etkinlikler için de kullanılan bir alan haline gelmiştir. Manastır Yeni Camii, hem mimari hem de tarihi açıdan Manastır şehri için önemli bir yapıdır. Osmanlı dönemi mimarisini yansıtan bu cami, aynı zamanda şehre kültürel bir derinlik katan tarihi bir simge haline gelmiştir. Yeni Camii, bölgedeki dini yaşamın ve Osmanlı'nın kültürel etkilerinin izlerini taşıyan önemli bir yapıdır. Ayrıca Manastır şehrinde Koca Kadı Camii, İshak Çelebi Cami ve Hacı Mahmud Bey Cami gibi kültür varlıkları bulunmaktadır. Diğer taraftan Kuzey Makedonya'nın farklı yerleşim birimlerinde çok sayıda Osmanlı dönemi kültür varlıklarına rastlamak mümkündür. Pirpele'de Kurşunlu Han, Evrenosoğlu Ahmed Bey Hamamı, Pirlepe Saat Kulesi, Çarşı Camii ve Ak Mescid gibi kültür varlıkları bulunmaktadır. İştıp'de Hüsameddin Paşa Camii, Radanya'da Mahmut Ağa Camii ve Kratova'da Mahmut Ağa Camii gibi kültür varlıkları ön plana çıkmaktadır.

2023 yılında Kuzey Makedonya'yı 734.139 turist ziyaret etmiştir. Söz konusu turistler toplam 1.407.298 geceleme sahiplerdir. 2023 yılında Kuzey Makedonya'yı 195.448 Türk turist ziyaret etmiştir. Söz konusu turistler toplam 280.809 geceleme sahiplerdir. 2023 verilerine göre Türk turistler Kuzey Makedonya'yı ziyaret eden turistlerin toplamı içerisinde %26'lık paya sahiplerdir. 2023 yılında Türkiye'yi ziyaret eden Kuzey Makedonyalı turist sayısı ise 251.066'dır (RNM SSO, (2024).

## SONUÇ

Osmanlı Devleti 1912-1913 Balkan savaşları sonrasında bu bölgedeki hâkimiyetini kaybetmiştir. Kuzey Makedonya devletinin bulunduğu bölge Balkan Savaşları sonrasında sırasıyla Sırp ve Bulgar hâkimiyetine girmiştir. Kuzey Makedonya Bulgar hâkimiyeti altındayken 1945 yılında Yugoslavya'nın kuruluşunda kurucu devlet olarak yer almıştır. Kuzey Makedonya 1991 yılında Yugoslavya'dan ayrılarak bağımsızlığını ilan etmiştir. Yugoslavya ve Bulgar hakimiyeti ile geçen yılların dışındaki dönemler dikkate alındığında, Osmanlı ve Türkiye Cumhuriyeti devletleri ile günümüzde Kuzey Makedonya Cumhuriyeti devleti içerisinde yer alan kurumlar, işletmeler ve insanlar arasında yoğun bir etkileşim olduğu görülmektedir. Ayrıca Osmanlı Devletinin hakimiyeti döneminde söz konusu etkileşim çok daha yoğun yaşanmıştır denilebilir. Görüldüğü üzere iki ülke arasında geçmişten gelen ilişkiler ve bağlar günümüzde de devam etmekte ve varlığını devam ettirmektedir. 1448-1913 yılları arasında Kuzey Makedonya'nın yer aldığı bölgede 465 yıl Osmanlı Devleti hüküm sürmüştür. Türkiye'nin mirasını üstlendiği Osmanlı devletinin uzun yıllar Kuzey Makedonya'nın bulunduğu bölgede hüküm sümüş olması kültürel bağların yoğun olmasını sağlamıştır. Diğer taraftan Osmanlı döneminde Kuzey Makedonya'ya yerleşen Türk'lerin hala bölgede yaşadıkları bilinmektedir. Bu durum kültürel bağları güçlendirmektedir. Toplam nüfusun 70 bin 961'i diğer bir ifadeyle yüzde 3,86 Türk'tür.

Kuzey Makedonya'nın Vasilevo şehrinde, Türkçe ikinci resmi dil ilan edilmiştir. Türkçe; Gostivar, Vrapçište, Jupa, Plasnitsa, Çayır, Studeničan, Kırçova ve Doyran belediyelerinde de Makedoncanın yanısıra resmi dil olarak tanınıyor. Altıncı sınıfa kadar Türkçe sınıflarda eğitim verilebiliyor. Bu durum kültürel ilişkilerin yoğunluğunu görmek açısından önemlidir. Diğer yandan Türkiye Cumhuriyeti devletinin yakın kültürel ilişkiler kurmak amacıyla faaliyetleri yoğun olarak TİKA'nın Kuzey Makedonya'da ki operasyonları ile devam etmektedir.

Türkiye ve Kuzey Makedonya arasında kültürel ilişkiler oldukça eskiye dayanmaktadır. Kültürel ilişkiler oldukça yoğundur. Kuzey Makedonya'da yaşayan Türk sayısı önemli düzeydedir. Türkçenin resmi dil olarak kabul edildiği belediye sayısı önemli düzeydedir. Osmanlı döneminde yapılan kültürel eserlerin sayısı oldukça fazladır. Bu eserlerin büyük çoğunluğu korunmuştur. Ancak kaybolan ve işlevsiz olan kültürel eserlerde bulunmaktadır. Kuzey Makedonya turizmi için Türkiye'den gelen Türk turistler önemli bir yere sahiptir. Türkiye'den gelecek Turistlere ilişkin tanıtım etkinlikleri önemlidir. Kosova, Arnavutluk, Karadağ ve Kuzey Makedonya'yı kapsayan turlar planlanarak Türk turist sayısı artırılabilir.

#### KAYNAKLAR

- Kültür Envanteri, (2024). Kuzey Makedonya Kültür Envanteri, <https://kulturenvanteri.com/tr/bolge/kuzey-makedonya/>
- RNM SSO, (2024). Aktif Nüfus İstatistikleri, [https://www.stat.gov.mk/PrikaziSoopstenie\\_en.aspx?rbtxt=98](https://www.stat.gov.mk/PrikaziSoopstenie_en.aspx?rbtxt=98)
- RNM SSO, (2024). İş Dünyası İstatistikleri, [https://www.stat.gov.mk/OblastOpsto\\_en.aspx?id=22](https://www.stat.gov.mk/OblastOpsto_en.aspx?id=22)
- RNM SSO, (2024). Kültür İstatistikleri, [https://www.stat.gov.mk/OblastOpsto\\_en.aspx?id=4](https://www.stat.gov.mk/OblastOpsto_en.aspx?id=4)
- RNM SSO, (2024). Dış Ticaret İstatistikleri, [https://www.stat.gov.mk/OblastOpsto\\_en.aspx?id=23](https://www.stat.gov.mk/OblastOpsto_en.aspx?id=23)
- RNM SSO, (2024). Eğitim ve Bilim İstatistikleri, [https://www.stat.gov.mk/OblastOpsto\\_en.aspx?id=5](https://www.stat.gov.mk/OblastOpsto_en.aspx?id=5)
- RNM SSO, (2024). İş Eğilimleri İstatistikleri, [https://www.stat.gov.mk/OblastOpsto\\_en.aspx?id=36](https://www.stat.gov.mk/OblastOpsto_en.aspx?id=36)
- RNM SSO, (2024). İşgücü Gelirleri İstatistikleri, [https://www.stat.gov.mk/PrikaziSoopstenie\\_en.aspx?rbtxt=113](https://www.stat.gov.mk/PrikaziSoopstenie_en.aspx?rbtxt=113).
- RNM SSO, (2024). İşgücü Piyasası İstatistikleri, [https://www.stat.gov.mk/OblastOpsto\\_en.aspx?id=14](https://www.stat.gov.mk/OblastOpsto_en.aspx?id=14)
- RNM SSO, (2024). Mesleki Eğitim İstatistikleri [https://www.stat.gov.mk/PrikaziSoopstenie\\_en.aspx?rbtxt=135](https://www.stat.gov.mk/PrikaziSoopstenie_en.aspx?rbtxt=135)
- RNM SSO, (2024). Nüfus İstatistikleri, [https://www.stat.gov.mk/OblastOpsto\\_en.aspx?id=2](https://www.stat.gov.mk/OblastOpsto_en.aspx?id=2)
- RNM SSO, (2024). Ticari Kapasite İstatistikleri, [https://www.stat.gov.mk/OblastOpsto\\_en.aspx?id=34](https://www.stat.gov.mk/OblastOpsto_en.aspx?id=34)
- RNM SSO, (2024). Turizm ve Yiyecek- İçecek İşletmeleri [https://www.stat.gov.mk/OblastOpsto\\_en.aspx?id=25](https://www.stat.gov.mk/OblastOpsto_en.aspx?id=25)
- RNM SSO, (2024). Ülke İstatistikleri, [https://www.stat.gov.mk/Default\\_en.aspx](https://www.stat.gov.mk/Default_en.aspx)