



Kesit Akademi Dergisi

The Journal of Kesit Academy

ISSN: 2149 - 9225

Yıl: 3, Sayı: 9, Eylül 2017, s. 271-284

Bedir ÇİFTÇİ

Eyyübiye Belediyesi, bedirciftci@hotmail.com

Doç. Dr. Mehmet Sait ŞAHİNALP*

Harran Üniversitesi Fen-Edebiyat Fakültesi Coğrafya Bölümü, sahinalp@harran.edu.tr

Doç. Dr. Veysi GÜNAL

Harran Üniversitesi, Fen-Edebiyat Fakültesi Coğrafya Bölümü, vgunal@harran.edu.tr

DİZİ TURİZMİ BAĞLAMINDA KARAGÜL TELEVİZYON DİZİSİ'NİN ESKİ HALFETİ'Yİ ZİYARET EDEN TURİSTLERİN ZİYARET KARARLARI ÜZERİNDEKİ ETKİSİ**

Özet

Dizi/film turizmi en kısa ifadeyle TV dizileri veya sinemalardaki filmlerden etkilenerek, izleyicilerin dizi/filmlerde gördükleri doğal, tarihi mekânları, kültürel ortamı, dizi seti ve stüdyolarını, oyuncularını görmek amacıyla gerçekleştirdikleri bir kültür turizmi çeşididir. Araştırmanın konusunu Karagül TV dizisinin Eski Halfeti'yi ziyaret eden turistler üzerindeki etkisi oluşturmaktadır. Dizinin gelen turistlerin karar verme süreci üzerindeki etkisi, dizinin turistleri etkileyen özelliklerin ortaya konulması araştırmanın temel amacını oluşturmaktadır. Eski Halfeti'ye gelen turistlere raslantısal olarak anket uygulanmış, elde edilen veriler istatistikî yöntemlerle analiz edilmiş ve sonuçlara ulaşılmıştır. Elde edilen bulgular, birçok ziyaretçinin dizi sayesinde Eski Halfeti'yi tanıdığı, dizinin konusu ve karakterlerinin, gösterilen tarihi ve doğal mekânlar ile sosyal yaşamın izleyicilerde merak uyandırdığı ve Eski Halfeti'yi ziyaret etmede motive edici olduğunu ortaya koymuştur.

Anahtar Kelimeler: Turizm, Dizi Turizmi, Turizm Coğrafyası, Şanlıurfa, Halfeti.

* Sorumlu Yazar.

** Bu makale "Turizm Coğrafyası Açısından Dizi Turizmi: Karagül Dizi Örneği (Halfeti)" başlıklı yüksek lisans tezinden üretilmiştir. (Çiftçi B., 2016, Turizm Coğrafyası Açısından Dizi Turizmi: Karagül Dizi Örneği (Halfeti), Harran Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Coğrafya Anabilim Dalı (Basılmamış Yüksek Lisans Tezi), Şanlıurfa).

**THE IMPACT OF KARAGUL (BLACKROSE) TV SERIES ON VISIT DECISION
OF TOURISTS VISITING OLD HALFETI TOWN, IN TERMS OF SERIES
TOURISM**

Abstract

Series/film tourism, with the shortest description, is a kind of cultural tourism realized by viewers aim to see natural and historical places, cultural environment, series sets and studios, series stars they viewed in TV series or movies. The main subject of this paper is the impact of Karagül (Blackrose) TV series on decision of tourists visited Old Halfeti Town. This paper aims to find out how Karagül series affected visitors' decision making process and which features of this series impressed visitors. To get visitors' opinions, Random Survey Methods were used and the results obtained from questionnaires are analyzed by statistical methods. The findings of analyses show that many people have had knowledge about Old Halfeti thanks to Karagül series. The theme of Karagül series and characters portrayed in, natural and historical places, lifestyle shown in this series have also aroused curiosity in people and played an important role on decision to visit Old Halfeti Town.

Keywords: Tourism, Series Tourism, Tourism Geography, Sanliurfa, Halfeti.

1-Giriş

Turizm kavramı kısaca, "bir bölgenin turizm değerleri olan mekânlarının, ortaya çıkardığı gezi, eğlence, dinlenme serüvenlerinin, gerekli yollarla ilan edilmesidir" (Taşkın ve Güven, 2004: 54). Turizm, coğrafyanın bilimsel tanımındaki gibi mekânsal farklılıkların yarattığı bir olgudur. Turizmin bir yerleşmeyi nasıl etkileyip değişime uğrattığı, bu değişim sırasında yerleşmede nasıl toplumsal-ekonomik-mekânsal etkiler yaratabileceği, turizmin mevsimlik özelliğinin nüfusa nasıl yansıdığı, ulaşım ile ilişkisi turizm ve coğrafyayı birleştirmekte ve turizm coğrafyasının ortaya çıkmasına neden olmaktadır. Beşeri coğrafyanın alt inceleme dallarından olan turizm coğrafyası; insan topluluklarının içinde yaşadığı, doğa ile birlikte oluşturdukları doğal ve kültürel varlıkları turizme yönelik incelemekte, insanlığın ortak mirası olan doğal ve kültürel çevre değerlerinin turizm amaçlı kullanılması, korunması ve gelecek kuşaklara aktarılmasında etkin görevler üstlenmektedir (Özgüç, 1997). Tanıtım turizm olgusunun ana temellerinden bir tanesidir. Tanıtımla istenilen toplulukların bilgi sahibi edilmesi ve dolaylı yöntemlerle turizm satışlarının yüksek bir marja ulaştırılması plânlanır. Bu yöntemle, "turizm isteğini, ihtiyaç duyan toplumların tahmini biçimde yüzde ellisinin pazarlama taktikleri ve tanıtım etkinliklerinin etkisiyle daha çok kitlelerin turizm alanlarına gelmesi hedefi olduğunu söylemek doğru olur. Bu sebeple pazarlama yöntemleri ve reklamların görsel etkisinin, tatil yapılacak mekânın seçiminde önemli bir unsur olduğu tespit edilmiştir" (Tolungüç, 1999: 48). Bu nedenle, uluslararası turizmde aşırı bir rekabet ve birçok yeni satış yöntem-teknikleri görülmektedir.

Dizi veya film turizmi kültür turizminin bir çeşidi olarak ele alınmaktadır. Televizyon ve sinemalarda gösterime giren veya DVD, CD vb. elektronik ortamlarda izlenebilen filmlerin çekilmiş oldukları doğal mekânların, film setleri veya stüdyoların, dizilerde rol alan oyuncuların, dizi-

lerde gösterilen köy veya kasabalar, kullanılan ev veya otellerin, çevredeki diğer tarihi yapıların görülüp gezilmesi amacıyla yapılan ziyaretler, dizi veya film turizmi olarak tanımlanmaktadır (Hudson ve Ritchie, 2006a; Tuclea ve Nistoreanu, 2011)

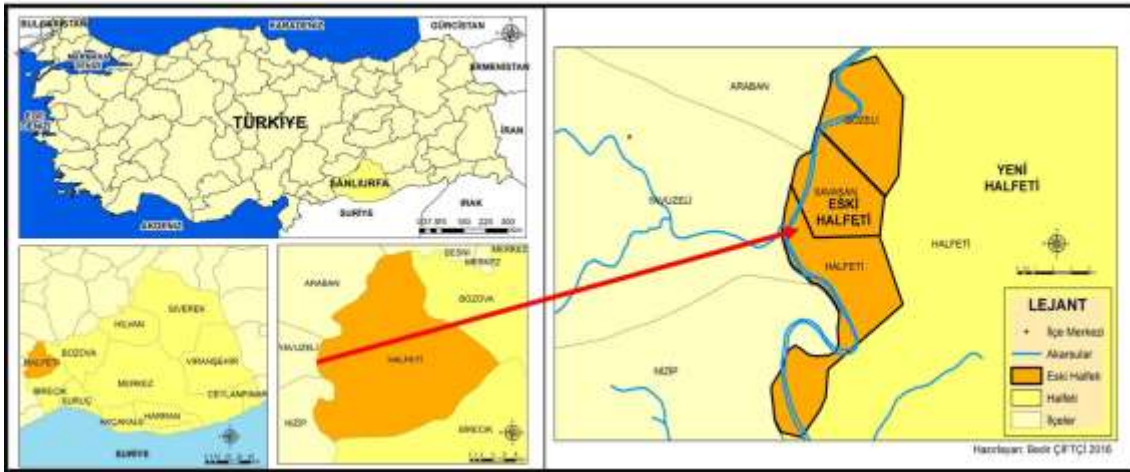
Günümüzde popüler kültürün getirdiği önemli oluşumlardan biri olan dizi kültürü, günümüz izleyicileri üzerinde oldukça etkili olabilmektedir. Bu da beraberinde dizi turizmi kavramının gelişmesine ortam sunmaktadır. Merak duygusunun had safhada geliştiği bu durumda dizilerin konusu, oyuncularını, müzikleri ve dizinin çekildiği destinasyon da izleyenlerin dikkatini cezp etmektedir (Yanmaz, 2011). Hedef kitlenin ne istediğini bilen yapım şirketleri, dizilerin çekim mekânları olarak insanların meraklarını cezbeden yerleri tercih etmektedirler. Bu sayede izleyiciler üzerinde “dizinin çekildiği yer neresi?”, “bu yerin özellikleri, coğrafi güzellikleri nelerdir?” gibi sorular oluşmaya başlamıştır (Özcanlı ve Güzel, 2015). Buna bağlı olarak pazarlama yöntemlerinin gelişimi, destinasyon alanlarının gelişimi üzerine etki etmektedir (Doğan, 2004).

Film sektörünün oluşturduğu bu sektörden en büyük paya sahip olmak için çeşitli yöntemler sergilenmektedir. Bu kıyasıya yaşanan turizm satış pazarında Türkiye'nin istediği büyüklükteki payı elde etmeyi sağlayabilmesi ve tüm turizm unsurlarını değerlendirerek hazırda bulunan isteği yükseltebilmesi için pazarlama ve reklama gerekli ehemmiyetin verilmesi gerekmektedir. Bu açıdan bakıldığında Türkiye, tanınırlılığının artırılması ve olumlu bir algı oluşturulması bakımından pazarlama ve görsel tanıtım yönünden önemli bir potansiyele sahiptir (Avcıkurt, 2003).

Araştırmanın amacı, Eski Halfeti yerleşmesinde 2013 yılından itibaren çekimleri yapılan ve ulusal bir kanalda yayınlanan Karagül dizisinin turizm faaliyetlerini ne şekilde etkilediğini ortaya koymaktır. Dizilerle ilgili televizyon programlarının ve sosyal medyanın, Eski Halfeti yerleşmesini ziyaret eden turistlerin sahip olduğu Halfeti algısını etkileyip etkilemediğini, Halfeti'ye gelme kararlarında ne kadar etkili olduğunu ortaya koymak ve turistlerin zihinlerindeki imajın belirli değişkenlere göre farklılık gösterip göstermediğini tespit etmek de araştırmanın amaçları arasında yer almaktadır.

Araştırmanın amacına ulaşmak için Eski Halfeti yerleşmesinde 2015 yılının Haziran, Temmuz ve Ağustos aylarında gelen turistlere rastlantısal olarak, kişisel görüşme yolu ile 136 kişiye anket çalışması yapılmıştır. Anket yapılacak denek sayısı 200 olarak saptanmış, ancak anketlerin bir kısmı cevaplanmadığından ya da boş bırakıldığından 136 kişi değerlendirilmeye alınmıştır. Hazırlanan anket soruları rastlantısal olarak seçilen 50 kişiye uygulanmış ve böylece anket ön elemenden geçirilerek elde edilen görüşler doğrultusunda ankette bazı küçük değişiklikler yapılarak yeniden düzenlenmiştir. Eski Halfeti yerleşmesinde uygulanan bu anketlerin değerlendirilmesi “SPSS 17.00 Statistics” programı kullanılarak yapılmıştır. Araştırma alanının mekânsal analizleri ve haritaları CBS programlarından biri olan ARCGIS'te hazırlanmış olup ARCGIS'in alt dallarından biri olan ARCGIS MAPS kullanılarak turistlerin Eski Halfeti yerleşmesine gelmiş oldukları illerin dağılım haritası hazırlanmıştır.

Araştırma alanı, Halfeti ilçesinin eski Halfeti yerleşmesidir. Halfeti ilçesi, Güneydoğu Anadolu Bölgesi'nin Orta Fırat Bölümü'nde yer alan Şanlıurfa iline bağlı bir ilçedir. Araştırma alanı olarak belirlenen Eski Halfeti, Birecik Barajı'nın su tutmasıyla birlikte önemli bir kısmı baraj göleti suları altında kalan Halfeti ilçesinin eski idari merkezidir. Eski Halfeti, Birecik Baraj Göleti'nin doğu kıyısında yer almaktadır ve Türkiye'nin 14 yavaş şehriden (citta slow) biridir.



Harita 1: Araştırma Alanının Lokasyon Haritası

2-Karagül Dizisi

Karagül Dizisi; başrol olarak Ece Uslu, Özcan Deniz, Mesut Akusta, Hilal Altınbilek ve Şerif Sezer'in rol aldığı, çekimleri Avşar Film-Yapım tarafından yapılan ve Türkiye'nin ulusal TV kanallarından olan FOX özel televizyon kanalında yayına başlayan (29 Mart 2013) bir televizyon dizisidir. Bu dizi filmi, 4 sezon ve 125 bölümlük çekimin ardından 10 Haziran 2016'da yayınlanan son bölümüyle sona ermiştir. Ekran aktarıldığı ilk dönemlerde 3-4 gibi izlenme puanı elde ederken ilerleyen bölümlerde izlenme oranı derecesi on yedi'ye (17) kadar yükselmiştir. Dört sezon sonunda senaryosunu Erkan Birgören'in kaleme aldığı, yönetmenliğini Murat Saraçoğlu ve yardımcı yönetmenliğini Günay Günaydın yaptığı dizi, 8 izlenme oranı ortalamasıyla final yapmıştır.

Karagül dizisi toplam 40 ülkede gösterime girmiştir. Ayrıca, dünyaca tanınmış "Global Agency" gibi birçok pazarlama şirketi, dizinin yayın haklarına sahip olmak istemişlerdir. Avşar Film-Yapım'ın en çok ilgi gören yapımlarından biri olan Karagül dizisi, Türkiye'de çekimleri esnasında kullanılan aksesuarlar, arabalar ve efektler bakımından en pahalı Türk dizi filmlerinden biridir ve ulaşılan 17 izlenme oranı ile isminden oldukça söz ettiren dizi filmlerden biri olmuştur. Dizinin konusunu Halfeti'den başlayarak İstanbul'a uzanan, aşiret ve geleneksel yaşam biçimi etkisinde bir ailenin hikâyesi oluşturmaktadır.

3- Televizyon Dizileri ve Sinema Filmlerinin Turizm Aktivitelerine Etkisi

Eski Halfeti yerleşmesinde Karagül dizisinin çekimlerinin başlamasından sonra Halfeti ilçesindeki turizm hareketliliğini oldukça arttırmıştır. Genel olarak televizyon dizileri ve sinema filmlerinin çekildikleri yerlerin turist/ziyaretçi sayısını arttırdığı bilinen bir gerçektir. Ülkemizde bu etkiye sahip birçok dizi ve sinema filmi çekilmiş ve hâlâ yayında olan birçok dizi bulunmaktadır. Günümüzde çekilen dizi filmleri ve sinemalar sosyal medya ve TV aracılığı ile milyonlarca kişiye ulaşabilmektedir. Çekilen televizyon dizileri de aynı şekilde büyük bir izleyici kitlesine ulaşarak, çekildikleri yerlerin doğal ve beşeri özelliklerini tanıtarak turizm aktivitesini önemli oranlarda yükseltmektedir. (Hudson ve Ritchie, 2006b). Televizyon dizileri ve sinema filmleri insanların seyahat etme isteklerini artırma ve seyahat tercihlerini etkileye bildiklerinden, mekânların turizm aktivitesini arttırmada kullanılan önemli birer tanıtıcı reklam olma özelliğine sahip, kitle iletişim araçlarından faydalanan birer sektör haline gelmiştir.

Televizyon dizileri ve sinema filmleri ile turistik faaliyetler ve izleyicilerin alguları arasında önemli bir bağlantı olduğunu birçok araştırma ortaya koymuştur. Dizi veya filmlerin çekilmiş olduğu alanlardan uzakta yaşayan farklı sosyo-ekonomik özelliklere sahip insanlarda, dizilerde veya filmlerde gösterilen yerlerin sosyo-ekonomik özellikleri, doğal özellikleri, o alanda yaşayan insanlar hakkında olumlu veya olumsuz imaj ve bir takım önyargılar oluşturduğu gibi, bazı ön yargıları yıktığı da ortaya çıkmıştır (Busby ve Klug, 2001). Her hangi bir alanda çekilen sinema filmleri ve tv dizilerinin diğer bir etkisi de yayınlandığı ülkelerde, çekilen yerin kültürünü ve imajını tanıtması ve çekime ev sahipliği yapan yerleşmede yaşayan insanların farkındalık seviyesini artırmasıdır. Bu da olumlu bir bakış açısı oluşturmasıdır (Kim vd., 2007; O'Connor, vd, 2008). Örneğin; "Brad Pitt'in başrolünde oynadığı "Truva" filminde kullanılan at heykelinin getirilmesinin etkisiyle Çanakkale'nin turist sayısında %73'lük bir artış gözlenmiştir. Ayrıca Türk dizilerinin satıldığı ülkelerden gelen turist sayısında %15 civarında artış gerçekleşmiştir. Son yıllarda Türk dizi sektörü dünya çapında başarılı projelere imza atmıştır. Dünyada 102 ülkeye binlerce saatlik dizi satan Türk dizi sektörü, Balkan ve Arap ülkelerinden ülkemize yönelen turist sayısını arttırmıştır (Özdemir, 2010). Örneğin 2011 yılında yaklaşık 35 bin Arap turist ziyaret ettiği Doğu Karadeniz'i, 2013 yılı itibarıyla 170 bin Arap turist ziyaret etmiştir.

4- Eski Halfeti Yerleşmesine Gelen Turistlerin Demografik, Sosyal ve Ekonomik Özellikleri

Çalışmanın sağlıklı olabilmesi için insanların diziyi izleyip izlemediği sorusu sorularak dizinin etki derecesi öğrenilerek bu bağlamda turizm aktivitesine etkisi ortaya çıkartılmıştır. Yapılan anket çalışmasında:

Halfeti'de çekilen Karagül dizisini izliyor musunuz? Sorusuna katılımcıların %33,8'i sürekli olarak takip ediyorum. Katılımcıların %53,7'si ara sıra izliyorum, katılımcıların %12,5'i ise izlemiyorum şeklinde cevap vermiştir. Ankete katılan turistlerin önemli bir kısmı (%53,68) ara sıra veya denk geldiklerinde izledikleri ifade etmişlerdir. Ankete katılanların diğer bir önemli çoğunluğu (%33,82) ise Karagül dizisini hiç kaçırmadan takip ettiğini beyan etmiştir. Araştırmaya katılan turistlerin yüzde 55,15'i bayan, yüzde 44,85'i erkektir. Cinsiyet oranlarına bakıldığı zaman kadınların daha fazla olduğu görülmektedir.

Dizi Turizmi Bağlamında Karagül Televizyon Dizisi'nin Eski Halfeti'yi Ziyaret Eden Turistlerin Ziyaret Kararları Üzerindeki Etkisi

Ankete katılan turistlerden 15-20 yaş grubunda olan katılımcı sayısı 15 olup %11,0 oranına, 21-25 yaş grubundan katılımcı sayısı 43 olup %31,62, 26-30 yaş grubundakilerin sayısı 19 olup %13,97, 31-35 yaş grubundakilerin sayısı 24 olup %17,65, 36-40 yaş grubundakilerin sayısı 15 olup % 11,03, 41-45 yaş grubundakilerin sayısı 11 olup % 8,09, 46+ yaş grubu katılımcı sayısı 9 olup %6,62'lik orana sahiptir. Buna göre Halfeti'ye gelen turistler içinde en büyük yaş grubunu %31,6'lık oranla 21-25 yaş grubunda yer alan gençler oluşturmaktadır (Tablo 1).

Ankete katılan turistlerin eğitim düzeylerine baktığımızda ilköğretim mezunlarının %13,97, ortaöğretim mezunlarının %29,4, üniversite mezunlarının %49,26, lisansüstü mezunlarının %7,35'lük oranlara sahip olduğu görülmektedir. Görüldüğü üzere Halfeti'ye turistik amaçla gelenler içinde eğitim düzeyine göre en büyük grubu üniversite mezunları oluşturmaktadır (Tablo 1).

Tablo1: Eski Halfeti Yerleşmesine Gelen Turistlerin Demografik, Sosyal ve Ekonomik Özellikleri

	Katılımcı sayısı	Yüzde (%)		Katılımcı sayısı	Yüzde (%)
Turistlerin Cinsiyet Durumlarına Göre Dağılımı			Turistlerin Mesleki Durumuna Göre Dağılımı		
Kadın	61	44,9	İşçi	16	11,8
Erkek	75	55,1	Memur	19	14,0
Toplam	136	100,0	Emekli	17	12,5
			Ev hanımı	13	9,6
			Öğrenci	37	27,2
			Tüccar	15	11,0
			Serbest Meslek	19	13,2
			Toplam	136	100,0
Turistlerin Yaş Durumlarına Göre Dağılımı			Turistlerin Gelir Düzeyine Göre Dağılımı (TL)		
15-20	15	11,0	0-1000	56	41,2
21-25	43	31,6	1000-2000	43	31,6
26-30	19	14,0	2000-3000	27	19,9
31-35	24	17,6	3000+	10	7,4
36-40	15	11,0			
41-45	11	8,1			
46+	9	6,6			
Toplam	136	100,0	Toplam	136	100,0
Turistlerin Eğitim Düzeylerine Göre Dağılımı			Eski Halfeti Yerleşmesine Ulaşım Türü		
İlköğretim	19	14,0	Tur Organiz.	50	36,8
Ortaöğretim	40	29,4	Özel araç	67	49,3
Üniversite	67	49,3	Motosikletle	4	2,9
Lisansüstü	10	7,4	İlçe seviyesiyle	15	11,0
Toplam	136	100	Toplam	136	100,0

Eski Halfeti yerleşmesine gelen turistlerin meslek gruplarına göre turizme katılma oranların değiştiği görülmektedir. Turizm aktivitesine en az katılan meslekler işçiler ve çiftçilerdir. Bu meslek gurubundaki bireylerin tatile çıkacak zamanlarının olmaması ve ekonomik durumlarının iyi olmaması turizm faaliyetine katılmalarında en büyük olumsuz etkiyi oluşturmaktadır. Bunun yanında bu meslek grubundaki bireylerde sosyo-ekonomik nedenlerle tatil alışkanlıklarının da olmadığı bilinmektedir. Buna karşın kamu çalışanları, üst düzey görevliler, serbest meslek sahipleri, öğretmen ve öğrenciler turizme daha fazla katılmaktadırlar (Emekli, 2001). Turizme bakışın belirleyicilerinden olan meslek durumuna bakıldığında, ankete katılanların büyük çoğunluğunu öğrenciler (%27,21), sonra da memurlardır oluşturmaktadır (%14,0). Halfeti'yi ziyaret eden turistler içinde emeklilerin %12,5, serbest mesleksahiplerinin %13,2 tüccarların %11, işçilerin %11,8'lik bir orana sahip oldukları tespit edilmiştir. En az katılım %9,6'lık oranla ev hanımlarına aittir (Tablo 1).

Eski Halfeti'yi ziyaret eden turistler arasında eğitim ve yaş gruplarında olduğu gibi ekonomik düzeylerinde de önemli farklılıklar bulunmaktadır. Turistler arasında gelir seviyesi 0-1000 TL arasında olan grup en büyük grubu oluşturmaktadır (%41,2). Bir başka ifadeyle aylık geliri en az olan grup, oransal olarak en büyük grubu oluşturmaktadır. En az paya sahip olan ise 3000+TL grubu olup, %7,4'lik bir paya sahiptir. Ekonomik faaliyeti düşük olan yani 0-1000 arasında olan insanların eski Halfeti yerleşmesini yoğunlukla ziyaret ettiğini göstermektedir. Bir başka ifadeyle Eski Halfeti yerleşmesi henüz üst gelir grubuna sahip olanlar tarafından turistik amaçla ziyaret edilmemektedir (Tablo 1).

Sosyo-ekonomik özelliklerden biri de destinasyon alanlarına gelirken tercih edilen ulaşım aracı ve şeklidir. Eski Halfeti yerleşmesine neyle geldiniz?' sorusuna gelenlerin %36,76'sı tur organizasyonu cevabını vermiştir. Özel arabalarıyla geldiklerini söyleyenler %49,26'lık bir orana sahiptir. Bunu yanında motosikletle gelenler %2,9, ilçe servisiyle gelenler ise %11'lik oranına sahiptir (Tablo 1). Bu nedenle Halfeti'nin turistlerce ziyaret edilmesinde özel araç kullanımının yoğunlukla tercih edildiği ortaya çıkmaktadır. Ancak destinasyon alanına ulaşımın sağlanmasında tur organizasyonlarının ne denli bir öneme sahip olduğu da aşikârdır. Yine gelen turistler arasında Gaziantep veya Şanlıurfa şehirleriyle bağlantılı ilçe servislerinin ez tercih edilmesi de bu konudaki önemli bir sorunu ortaya koymaktadır. Bu, ilçe servislerinin turistlerin ihtiyacına cevap verecek konfora sahip olmadığı bir göstergesidir.

5-Dizinin İzlenme Nedenleri

Dizi veya filmlerin izlenme nedenleri ile turistlerin motive olmaları arasında da önemli bir ilişki bulunmaktadır. Dizilerde yansıtılan sosyo-ekonomik ortam, ele alınan konu, dizi oyuncularını vb birçok neden izleyicileri çekmektedir. Bu çekim genel olarak izleyicilerin ilgi alanlarına ve algılarına bağlı olduğu gibi çok yabancı olduğu bir duruma şahit olup izleme merakı da dizilerin izleyici kitlesi üzerinde önemli bir etki oluşturmaktadır. Yukarıda belirtilen nedenlerle bir dizi veya sinema filmi, izleyenler üzerinde izledikleri konu ve mekânla ilgili harekete geçirici bir rol oynayabilir ve izleyicilerde filmde gördüğü alanları ziyaret etme isteğinin uyanmasına neden

olabilir. Eski Halfeti'yi ziyaret eden turistlere uygulanan anketlerde, Karagül dizisinin izlenme nedenleri ile ilgili farklı sorular sorulmuş, fakat genel olarak alınan cevaplara göre başlıca iki grupta toplanmıştır.

a-Karagül Dizinin Bölgenin Geleneksel Kültürünü Yansıtması

Yapılan ankette Eski Halfeti yerleşmesine gelen turistlere sorulan eski Halfeti yerleşmesinde çekilen Karagül dizisini izleme nedeni olarak "bölgenin geleneksel kültürünü yansıtması" görüşüne katılıp katılmadıkları sorulmuştur. Deneklerin %20,6'sı (28) çok katılıyorum, %37,5'i (51) katılıyorum, %25'i (34) az katılıyorum, ve %16,9'u (23) da hayır katılmıyorum cevabını vermiştir. Elde edilen sonuçlara göre katılımcıların %82,9'u olumlu görüş bildirmişlerdir (Tablo 2). Bu durum, dizide yörenin kültürünün yansıtılmasının izleyiciler için çekici bir özellik olduğunu göstermektedir. Bu çekici özelliklerin dizide izlenmiş olması, aynı zamanda Eski Halfeti'nin ziyaret edilmesi için de önemli bir neden olmuştur.

b-Halfeti'de Çekilen Karagül Dizisi Konusunun İlginç Olması

Dizi veya filmlerde ele alınan konu da, izleyici kitlesi üzerinde önemli bir rol oynamaktadır. Konunun izleyicinin ilgi ve algısına hitap etmesi olumlu bir etki oluştururken, aksi halde de olumsuz bir etki oluşturmaktadır. Karagül dizisinde bir ailenin ve özellikle de kadının, yörenin gelenek ve görenekleri altında şekillenen ve Halfeti'den İstanbul'a uzanan hikâyesi ile yaşam tarzı konu edilmektedir. Dizide ele alınan bu konu birçok izleyici için yabancı olduğu ve hiç yaşamadığı olaylar zinciridir. Konunun ilginç oluşu da dizi ve filmlerin izlenmesinin nedenleri arasında önemli bir yer tutmaktadır. Bu nedenle Karagül dizisinde ele alınan konu da birçok insan için merak ettiği, yabancı olduğu ve dikkatini çeken bir konudur. Eski Halfeti'yi ziyaret eden turistlerin hangi nedenlerle diziyi izlediklerinin ortaya çıkarılması için sorulan sorulardan biri de diziyi izleme nedeni olarak "Karagül dizisinin konusunun ilginç olması" görüşüne katılıp katılmadıklarıdır. Deneklerin %16,2'si (22) çok katılıyorum, %27,9'u (38) katılıyorum, %32,4'ü (44) katılıyorum ve %23,5'i (32) ise hayır katılmıyorum şeklinde görüş ifade etmişlerdir. Buna göre diziyi izleyenlerin %61'i dizinin konusunu az veya çok ilginç bulmaktadır (Tablo 2). Dizinin konusunun ilginç bulunması şüphesiz ki, izleyici kitlesinin artmasına ve çoğu kişinin bu sayede Eski Halfeti'den haberdar olmasına neden olmuştur. Daha önceden Eski Halfeti hakkında hiçbir fikri olmayanlar, böylelikle az veya çok Eski Halfeti'yi tanır hale gelmiş ve Eski Halfeti'nin tanınırlığı artmıştır.

6-Karagül Dizisinin Turistlerin Eski Halfeti'yi Tercih Etmelerindeki Etkisi

Eski Halfeti'de çekilen Karagül dizisinin turistleri ne şekilde motive ettiği önemli bir konudur. Yapılan alan araştırması göstermiştir ki daha önce Halfeti ve hatta bölge hakkında çok az bilgiye sahip olanlar veya ön yargısı olanlar, dizinin izlenmesiyle birlikte yöreyi merak etmeye başlamış ve Eski Halfeti'yi, oradaki doğal ve kültürel ortamı, çekim mekânlarını, dizi oyuncularını görmek ve kendini oyuncularla özdeşleştirmek yönünde motive olmuşlardır.

Tablo 2. Karagül Dizisinin Eski Halfeti'nin Ziyaret Edilmesindeki Etkileri.

	Katılımcı sayısı	Oran (%)		Katılımcı sayısı	Oran (%)
Karagül Dizisi Halfeti Hakkında Merak Uyan-dırmaştır.			Eski Halfeti Yerleşmesine Gelen Turistlerin Gelme Nedenleri		
Çok Katılıyorum	38	27,9	Halfeti'yi Merak Etme	67	49,3
Katılıyorum	52	38,2	Film Setini Görmek	10	7,4
Az Katılıyorum	31	22,8	Rekrasyon Amaçlı	10	7,4
Hayır Katılmıyorum	15	11,0	Dinlenme, Film Se-tini ve Oyuncuları Gör.	33	24,3
			Tatil Amaçlı	16	11,8
Toplam	136	100,0	Toplam	136	100,0
Eski Halfeti Yerleşmesinde Çekilen Karagül Di-zisinin İzlenme Nedeni Bölgenin Geleneksel Kültürünü Yansıtmaktadır			Eski Halfeti'de Çekilen Karagül Dizisinin İzlenme Nedeni Dizi Konusunun İlginç Ol-masıdır		
Çok Katılıyorum	28	20,6	Çok Katılıyorum	22	16,2
Katılıyorum	51	37,5	Katılıyorum	38	27,9
Az Katılıyorum	34	25,0	Az Katılıyorum	44	32,4
Hayır Katılmıyorum	23	16,9	Hayır Katılmıyorum	32	23,5
Toplam	136	100,0	Toplam	136	100,0
Eski Halfeti Yerleşmesine Gelmenin Tek Nedeni Karagül Dizisidir.			Karagül Dizisi Eski Halfeti Yerleşmesinin Zihinlerde ki İmajını Olumlu Yönde Etkile-miştir.		
Çok Katılıyorum	29	21,3	Çok Katılıyorum	40	29,4
Katılıyorum	21	15,4	Katılıyorum	61	44,9
Az Katılıyorum	33	24,3	Az Katılıyorum	18	13,2
Hayır Katılmıyorum	53	39,0	Hayır Katılmıyorum	17	12,5
Toplam	136	100	Toplam	136	100,0
Kendini, Dizideki/Filmdeki Oyuncuların Can-landırıldığı Karakterler Gibi Hissetmek, Eski Hal-feti Yerleşmesini Ziyaret Etmeye Neden Olmuş-tur.			Dizideki Doğal, Tarihi ve Dinlenme Alanları-nı Görmek, Eski Halfeti Yerleşmesini Ziyaret Etmeye Neden Olmuştur.		
Çok Katılıyorum	18	13,2	Çok Katılıyorum	70	51,5
Katılıyorum	22	16,2	Katılıyorum	40	29,4
Az Katılıyorum	35	25,7	Az Katılıyorum	11	8,1
Hayır Katılmıyorum	61	44,9	Hayır Katılmıyorum	15	11,0
Toplam	136	100,0	Toplam	136	100,0

Anketlerden elde edilen sonuçların analiz edilmesiyle, Karagül dizisinin turistlerin Eski Halfeti'yi ziyaret etmelerinde önemli bir etki oluşturduğu görülmüştür. Daha önce yöreye ilgisi olmayan veya dizide gördükleriyle Eski Halfeti'ye ilgi duyup ziyaret edenlerin hayli yüksek oranlara sahip olduğu ortaya çıkmıştır. Dizinin motive edici etkileri aşağıdaki şekildedir:

a-Eski Halfeti Yerleşmesinin Ziyaret Edilme Nedenleri İçinde Karagül Dizinin Yeri

Eski Halfeti yerleşmesinde yapılan araştırmada gelen turistlere Halfeti'ye gelme nedenleri sorulmuş olup, alınan cevaplar şu şekildedir: Ankete katılan deneklerin sayısı 136 olup, sırf Halfeti'yi merak ettiği için gelenlerin sayısı 67 (%49.26), film setini görmek için gelenlerin sayısı 10 (%7.35), rekreasyon amaçlı gelenlerin sayısı 10 (%7.5), film setini ve oyuncularını görmek için gelen turistlerin sayısı 33 (%24.26) ve tatil amaçlı gelen turistlerin sayısı ise 16 (%11.76)'dır. Elde edilen sonuçlar göstermektedir ki, turistlerin eski Halfeti yerleşmesine gelme nedenlerinin başında % 49.24 ile eski Halfeti yerleşmesinin merak edilmesi gelmektedir. İkinci sırada ise, film setini ve oyuncularını görmek için ziyaret etme gelmektedir. Tatil amaçlı gelişler ise %11,8'lik oranla 3. Sırada yer almaktadır. Gelen turistler içinde film setini, oyuncularını görmek amaçlı gelenlerin oranı toplamda %31,7 gibi azımsanmayacak bir orana sahiptir (Tablo 2).

Anket uygulamasıyla ölçülmek istenen diğer bir sonuç ise, Eski Halfeti'yi ziyaret eden turistlerin ne kadarının sadece ve sadece Karagül dizisinin etkisiyle motive olup geldiğidir. Deneklerin "Eski Halfeti yerleşmesine gelmemin tek nedeni seyrettiğim film ve dizilerdir" görüşüne çok katılıyorum diyenlerin oranı %21,3'tür. Katılıyorum diyenlerin oranı %15,4 ve az katılıyorum diyenlerin oranı %24,3'tür. Hayır, katılmıyorum diyenlerin sayısı oranı ise % 39'a tekabül etmektedir. Verilen cevaplar bir bütün olarak değerlendirildiğinde Karagül dizisinin motive etmediği turistlerin oranı %39 olarak karşımıza çıkmaktadır. Öte yandan Eski Halfeti'yi ziyaret etmelerinde Karagül dizisinin yegâne etki olduğunu olumlu olarak ifade edenlerin oranı %61'lik payla hayli yüksektir (Tablo 2). Bu durum Karagül dizisinin Eski Halfeti'nin ziyaret edilmesinde ne kadar motive edici bir faktör olduğunu ortaya koymaktadır.

b- Merak Uyandırma

Eski Halfeti yerleşmesinde çekilen dizinin yöre hakkında merak uyandırıp uyandırmadığı sorusuna katılımcıların, %27,94'ü (38 kişi) çok katılıyorum, %38,24'ü (52 kişi) katılıyorum, %22,79'u (31 kişi) az katılıyorum ve %11,03'ü (15 kişi) hayır katılmıyorum cevabı vermiştir. Elde edilen verilere göre, dizinin insanlar üzerinde merak etkisi yarattığı açıkça görülmektedir. Çünkü dizi, ankete katılan 136 kişiden 90'ı üzerinde yöreyi merak etme etkisi oluşturmuştur. Buna az katılanlar da eklenilirse bu sayı 116 (% 89) ya çıkmaktadır. Dizinin merak uyandırmadığı turist kitlesinin oranı %11 gibi düşük bir oran göstermektedir (Tablo 2).

c-Olumlu İmaj Oluşturma

Karagül dizisinin izleyicilerin zihinlerinde Eski Halfeti hakkında hayli olumlu bir imaj oluşturduğu görülmektedir. Daha önceden sahip olunan bir takım önyarguların, dizinin izlenmesiyle birlikte zayıfladığı veya ortadan kalktığı görülmektedir. Deneklere "dizinin Eski Halfeti hakkında zihinlerdeki düşünceleri olumlu yönde değiştirdiği" görüşüne katılıp katılmadıkları sorulmuştur. Deneklerin % 29,41'i (40 kişi) çok katılıyorum, % 44,85'i (61 kişi) katılıyorum, %13,24'ü (18 kişi) az katılıyorum ve % 12,50'si (17 kişi) ise hayır katılmıyorum cevabını vermiştir. Çok katılıyorum, katılıyorum ve az katılıyorum şeklinde yanıt verenlerin toplam oranı

%83,1 olarak karşımıza çıkmaktadır (Tablo 2). Bu durum herhangi bir yöre hakkında zihinlerdeki imajın değiştirilmesinde dizi veya filmlerin ne derece etkili bir rol oynadığını göstermektedir.

d- Dizi/Filmde Canlandırılan Karakterlerle Özdeşleşme Hissi

Dizi veya filmlerin izleyici üzerindeki diğer bir etkisi de, izleyicilerin zaman zaman kendilerini canlandırılan karakterle özdeşleştirmeleridir. Bu özellik de izleyicileri, oyuncuların canlandığı karakterlerin hayat hikâyelerinin geçtiği mekânları ziyaret etme yönünde motive etmektedir. Anket uygulamasında deneklere Eski Halfeti'ye gelme nedeni olarak "Kendimi Dizideki/Filmdeki Oyuncuların Canlandığı Karakterler Gibi Hissetmek İstedğim İçin Geldim" görüşüne katılıp katılmadıkları sorulmuştur. Deneklerin %13,2'si (18) çok katılıyorum, %16,2'si (21) katılıyorum, %25,7'si (35) az katılıyorum ve %44,9'u (61) hayır katılmıyorum cevabını vermiştir. Farklı derecelerde de olsa deneklerden olumlu görüş beyan edenlerin oranı %55,1'dir (Tablo 2). Bu oran göz önünde bulundurulduğunda, izleyicilerin kendisini dizi veya filmlerde canlandırılan karakterlerle özdeşleştirerek, konunun geçtiği mekânları ziyaret etme yönünde motive oldukları açıkça görülmektedir.

e-Dizide Gösterilen Doğal, Tarihi ve Rekreasyon Alanlarını Görmek

Günümüzde dizilerin birçoğu stüdyolar dışında doğal mekânlarda çekilmektedir. Bu nednelerde çekimlerin yapılmış olduğu yörelerin doğal ortamı, tarihsel ve hatta rekreasyon alanları gibi birçok görsel özellikleri, dizi veya filmler tarafından izleyicilere ulaştırılmaktadır. Bahsedilen özellikler yönünden çok farklı alanlarda yaşayan izleyiciler için bu durum dikkati çekmekte ve yabancı olduğu bu ortamı görme isteği uyanmaktadır. Karagül dizisi de gerek tarihi-kültürel ve gerekse doğal ortam özellikleri itibarıyla Türkiye'nin yavaş şehirlerinden biri olan Eski Halfeti'de çekilmiştir. Bu nedenle Eski Halfeti ve yakın çevresinin birçok geleneksel evleri, camisi, cadde ve sokakları gibi tarihi; geleneksel kıyafetler, konuşma üslubu, yaşam tarzı vb. gibi kültürel ve Fırat Nehri, Fırat Vadisi, vadinin dik yamaçları ve kanyonları gibi birçok doğal özellikleri dizi vasıtasıyla izleyicilere aktarılmıştır. Bunun yanında Birecik Baraj Göleti'nin su tutmasıyla birlikte Eski Halfeti'nin büyük bir kısmının sular altında kalmış hali de önemli bir çekici özellik oluşturmaktadır. Dizide gösterilen tarihi, kültürel ve doğal özelliklerin yerinde görülmesinin, turistleri ne derece motive ettiğini belirlemek amacıyla, turistlere "Eski Halfeti'ye Dizideki Doğal, Tarihi ve Dinlenme Alanlarını Kendi Gözlerimle Görmek İçin Geldim" görüşüne katılıp katılmadıkları sorulmuştur. Bu görüşe çok katılıyorum diyenlerin oranı %51,5 (70), katılıyorum diyenlerin oranı %29,4 (40), az katılıyorum diyenlerin oranı %8 (11)'dir. Hayır, katılmıyorum diyenlerin oranı ise %11 (15)'dir (Tablo 2). Buna göre dizide gösterilen mekânları yerinde görmek amacıyla gelenlerin oranı %89 gibi hayli yüksek bir değere sahiptir. Gelen turistler içinde sadece %11 gibi küçük bir orana sahip grubun geliş nedeni arasında, dizide gösterilen tarihi, kültürel ve doğal mekânları yerinde görmek nedeni yer almamaktadır.

7-Sonuç Ve Öneriler

Gün geçtikçe teknoloji ve ulaşım imkânlarının gelişmesine bağlı olarak her yıl milyonlarca insan gerek yaşadığı ülkede, gerekse yaşadığı ülke dışındaki diğer ülkelerde turizm aktivitelerine

katılmaktadır. Gezmek görmek, eğlenmek, dinlenmek, değişik kültürleri tanımak, değişik coğrafyaları öğrenmek maksadıyla turizm aktivitelerine katılan insan sayısı artmaya devam etmektedir. İlk olarak deniz, kumsal, güneş turizmi ile gelişme gösteren turizm aktiviteleri, günümüzde iç kesimlere, çok bilinmeyen doğal ortam ve kültürel zenginliklerin bulunduğu kısımlara doğru gelişme göstermektedir.

Eski Halfeti yerleşmesi, sahip olduğu doğal ortam ve tarihi, kültürel özellikleri ile turizm yatırımlarının artmaya ve turizm aktivitelerinin çekici hale gelmeye başladığı bir mekân konumuna gelmiştir. Turizmin gelişme gösterdiği eski Halfeti yerleşmesinde turizm etkinliklerinin de her geçen gün arttığı belirlenmiştir. Yerleşmede belirli bir turizm plânlamasının olmaması nedeniyle yılın bazı dönemlerinde taşıma kapasitesinin üzerinde yoğunluğun oluşmasına neden olmaktadır. Bu durum gelecekte eski Halfeti yerleşmesinde çevresel ve toplumsal sorunların ortaya çıkmasına neden olacaktır. Eski Halfeti yerleşmesinde yaşayan yerel halk, artan turizm aktivitesinden ekonomik bir fayda beklentisi içindeyken, değişik problemlerle karşı karşıya gelecektir. Mümkün olan en kısa sürede ilçenin turizm eylem plânının hazırlanarak hayata geçirilmesi büyük bir önem taşımaktadır. Eğer bu tedbirler alınmazsa Eski Halfeti yerleşmesinde önüne geçilemeyecek çevresel sorunlarla karşı karşıya kalınacaktır. Eski Halfeti'de plansız yapılaşma ve doğal çevrenin hor kullanımı gibi sorunların giderek yaygınlaşması bu tedbirleri öncelikli kılmaktadır. Bunların yanında eski Halfeti yerleşmesinde turizm aktivitesinin giderek artması sosyo-kültürel çatışma, toplumsal değerlerin yozlaşması gibi problemleri de beraberinde getirmektedir.

Türkiye'de dizi turizmi, kültür turizminin önemli bir türü olarak hızlı bir gelişme göstermektedir. 2013 yılında yayına giren Karagül Dizisi ulusal bir televizyon kanalı aracılığıyla büyük kitlelere ulaşmıştır. Halfeti ilçe merkezi, Birecik Baraj Göleti'nin su tutmaya başlamasıyla birlikte zorunlu olarak başka alana taşınmıştır. Sular altında kalan eski yerleşim alanı doğal set mekânı olarak kullanım imkânları sunmuştur. Eski Halfeti yerleşmesindeki dizinin çekildiği alanların tarihi, kültürel ve muazzam coğrafi güzellikleri insanların ilgisini çekmiştir.

Eski Halfeti yerleşmesinin turizm aktivitesini artıran Karagül Dizisi iç pazarda ek masraf oluşturmadan insanlara saklı bir cenneti anımsatan Eski Halfeti yerleşmesinin tanıtımını yapmıştır. Bu da beraberinde insanların bu saklı mekânı görme isteğini uyandırmıştır. Bu alana gezmeye ve dinlenmeye gelen insanların sayısı, bu dizi film aracılığıyla yaklaşık olarak iki katına çıkmıştır.

Karagül Dizisinin turistlerin Eski Halfeti yerleşmesini gezme ve görmede karar alma süreçlerini etkileyen önemli unsur olduğu ortaya çıkmıştır. Karagül dizisi izleyicileri üzerinde eski Halfeti yerleşmesi hakkında olumlu yönde bir etki bırakmıştır. Dolayısıyla Karagül dizisinin Eski Halfeti'ye gelen turistlerin doğal, sosyal ve tarihi yapıların, gezilecek ve görülecek yerlerin seçim süreçleri üzerinde etkili olduğu ortaya çıkmıştır.

Eski Halfeti yerleşmesine gelen turistlerin önemli bir kısmı Karagül dizisini, dizide gösterilen geleneksel kültürü ilgi çekici gördüklerinden izlemektedir. Kendisini dizide canlandıran karakterlerle özdeşleştirerek Eski Halfeti'ye gelenler de önemli bir orana sahiptir. Karagül dizisinde

gösterilen doğal, tarihi ve kültürel özellikler Eski Halfeti'yi ziyaret eden turistlerin motive olmasına önemli bir rol oynamıştır. Bu özelliklerin dizide gösterilmesi izleyiciler arasında merak uyandırmış; yörenin türküleri, yemekleri, geleneksel giyim-kuşamını ve doğal güzelliklerini merak ederek gelen turist sayısının artmasına neden olmuştur.

Bu çalışmada tespit edilen diğer özellik de Karagül dizisinin çekimlerinin başlamasından önce yılın 1 veya 2 ayında yaşanan turizm aktivitesinin, dizinin yayına girmesinden sonra yılın 5-6 ayına yayılmış olmasıdır. Bu potansiyel rasyonel bir şekilde kullanılabilirse, Eski Halfeti yerleşmesinde turizm aktivitesinin meydana getirdiği ekonomik canlılığı tüm yıla yayma olanağı doğabilir ve Eski Halfeti, Karagül Dizisi benzeri birçok dizinin çekilebileceği doğal bir film seti haline gelebilir. Dizi, sinema ve reklam filmi yapımcılarının Eski Halfeti'de çekim yapmak üzere teşvik edilmesi, özelde Eski Halfeti'nin ve Şanlıurfa'nın daha iyi tanıtılmasına sebep olurken, genelde ise Türkiye'nin dizi ve film turizmi sektörünü ileri bir seviyeye taşıyacak ve diğer turistik aktivite ve tesisleri harekete geçirerek önemli bir ekonomik getiri sağlayacaktır. Bu bağlamda Halfeti'nin mülkî ve yerel yönetim idarecilerinin ve Şanlıurfa'daki iş adamlarının televizyon dizisi ve sinema yapımcılarının projelerini Halfeti'de yapmalarına yönelik ikna edici ve kolaylaştırıcı çabalar içinde olmaları gerekmektedir. Eski Halfeti yerleşmesinin televizyon ve sosyal medyada daha fazla yer alabilmesi, Eski Halfeti'nin tanıtımının yeterince yapılması için stratejiler geliştirilmeli, özellikle TV programlarına yönelik projeler gerçekleştirilmelidir.

KAYNAKLAR

- Avcıkurt, C., (2003), *Turizm Sosyolojisi; Turist-Yerel Halk Etkileşimi*, Detay Yayınları, Ankara.
- Busby, G. ve Klug, J., (2001), "Movie-Induced Tourism: The Challenge Of Measurement And Other Issues", *Journal of Vacation Marketing*, 7 (4): 316-332.
- Doğan, H. Z., (2004), *Turizmin Sosyo – Kültürel Temelleri*, Detay Yayıncılık, Ankara.
- Hudson, S. ve Ritchie, J.R.B. (2006a), Promoting Destinations Via Film Tourism: An Empirical Identification Of Supporting Marketing Initiatives. *Journal Of Travel Research*, 44(4), 387-396.
- Hudson, S. ve Ritchie, J.R.B. (2006b), "Film Tourism And Destination Marketing: The Case Of Captain Corelli's Mandolin", *Journal of Vacation Marketing*, 12 (3): 256-268.
- Kim, H. ve Richardson, S.L. (2003), "Motion Picture Impacts On Destination Images", *Annals of Tourism Research*, 30 (1): 216-237.
- O'Connor, N., Flanagan, S. ve Gilbert, D. (2008), "The Integration Of Film-Induced Tourism And Destination Branding In Yorkshire, UK", *International Journal Of Tourism Research*, 10: 423-437.
- Özdemir, M., A., Şenkul, Ç., (2010), Tüfler İçerisinde Geçen Hayatlar, *TÜBİTAK Bilim Teknik Dergisi*, Eylül Sayısı, ss. 72-77, Ankara.
- Özcanlı, M., Güzel, A., (2015), "Şanlıurfa Şehrinin Alansal Gelişiminin Çevresindeki Tarım Araçlarına Etkisi", Ankara, *Turkish Studies*, ss.723-744.

- Özgüç, N., (1997), "Turizm Coğrafyası: Özellikler ve Bölgeler", Çantay Kitabevi, İstanbul.
- Taşkın, E. ve Güven Ö.Z., (2003), "Turizmde Bölgesel Tanıtım ve Pazarlama", *Pazarlama Dünyası Dergisi*, Temmuz-Ağustos, 12(4): 52-57.
- Tolungüç, A., (1999), Turizmde Tanıtım ve Reklam, MediaCat Yayınları, Ankara.
- Tuclea C. E. ve Nistoreanu P., (2011), "How Film And Television Programs Can Promote Tourism And Increase The Competitiveness Of Tourist Destinations", *Cactus Tourism Journal*, Vol. 2, Issue 2/2011, pp. 25-30, ISSN 2247-3297
- Yanmaz, P., (2011), "Turizm Tanıtımında Sinemanın Rolü", Gümüşhane, *İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, ss.112-139.

Çevrim İçi Yayınlar

- <http://marmaracografya.com/pdf/24.1.pdf>
- [http://tr.wikipedia.org/wiki/karagül_\(dizi\)](http://tr.wikipedia.org/wiki/karagül_(dizi))
- [http://tubitak.org/ÖZDEMİR, Mehmet Ali "Turizm ve turizmin etkileri konusunda yerel halkın yaklaşımlarının belirlenmesi: Afyonkarahisar örneği", TUBITAK,2011.](http://tubitak.org/ÖZDEMİR, Mehmet Ali)
- <http://www.okumak.org/haber/sinemavetelevizyonfilimlericekildigiyerinturizminiucuruyor//index.asp>
- <http://www.aristolog.com/reklamin-amaci/>
- <http://turizmmmm.blogspot.com/2014/10/turizm-ve-cevre.html>
- <http://docplayer.biz.tr/1269983-Yerel-halk-tarafından-algılanan-toplam-turizmetkisiileturizm-destegi-arasındaki-iliskiye-yonelik-yapisal-bir-model-onerisi.html>
- <http://cittaslowturkiye.org/>
- <http://www.avsarfilm.com/karagul/konu/oyuncu/>