



Alman Dili ve Kültürü Araştırmaları Dergisi

Zeitschrift für Forschungen zur deutschen Sprache und Kultur
The Journal of German Language and Culture Research

Cilt 5 Sayı 2 Aralık 2023/ Volume 5 Issue 2 December 2023

Geliş Tarihi: 05.10.2023- Kabul Tarihi: 27.11.2023 /Submitted: 05.10.2023- Accepted: 27.11.2023

Doi: 10.55143/alkad.1371866

Yaratıcı Endüstri Olarak Edebiyat Turizmi

Literary Tourism as a Creative Industry

Yağmur CAN GABERLİ*

Öz

Bu çalışmada edebiyat turizmi yaratıcı endüstri bağlamında değerlendirilmiştir. Yaratıcı öznenin, bireysel yetenek ve becerinin emek girdisi olarak kullanıldığı yaratıcı endüstriler ve edebiyat turizminin ortak noktaları tespit edilmiştir. Edebiyat turizmine konu olan edebi eserlerin ve bunların sembolik anlamlar taşıdığı ziyaret alanlarının sahip oldukları özellikler bakımından yaratıcı endüstriler kapsamında değerlendirilebileceği sonucuna ulaşılmıştır. Edebiyat turizminin hem ait olduğu ulusların kültürel ve tarihi değerlerini korumaya teşvik etmesi hem de turizmde sürdürülebilirliği sağlaması açısından desteklenmesi gerektiği sonucuna ulaşılmıştır. Bu bağlamda ülkelerin var olan edebiyat turizmi kaynaklarını koruması, kullanılması yönünde teşvik edilmesi ve uluslararası turizm piyasasında pazarlanabilmesi adına gerekli reklam ve tanıtım faaliyetlerinin yapılması önerilmektedir.

Anahtar sözcükler: Edebiyat Turizmi, Yaratıcı Endüstri, Yaratıcı Kültür Turizmi

Abstract

In this study, literary tourism was evaluated in the context of the creative industry. The common points of creative industries and literary tourism, where the creative subject, individual talent and skill are used as labor input, have been identified. It has been concluded that literary works that are the subject of literary tourism and the visiting areas where they carry symbolic meanings can be evaluated in the context of the creative industry in terms of their characteristics. It has been concluded that literary tourism should be supported both to encourage the preservation of the cultural and historical values of the nations to which it belongs and to ensure sustainability in tourism. In this context, countries need to protect their existing literary tourism resources, encourage their use, and carry out necessary advertising and promotional activities in order to market them in the international tourism market.

Keywords: Literary Tourism, Creative Industry, Creative Cultural Tourism

* Arş. Gör, Siirt Üniversitesi, Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu. e-posta: yagmurcan2009@gmail.com , ORCID: 0000-0002-0828-0954



Giriş

Sanayi Devrimi sonrası başlayan ve 1950’li yıllardan sonra tüm dünyada hızla yayılan kitle turizmi doğal kaynakların geri döndürülemez şekilde tahribine yol açmıştır. Değişen yaşam koşulları, zevk ve alışkanlıklar tüketicilere farklı alternatif turizm türleri sunulmasını zorunlu kılmıştır. Böylelikle kitle turizminin yarattığı tahribat ve sektörün mevsimsellik özelliği azaltılarak turizmin tüm yıla yayılan bir faaliyet olması amaçlanmıştır. Edebiyat turizmi sürdürülebilirlik açısından da alternatif bir turizm türü olarak karşımıza çıkmaktadır. Edebiyat turizmi tüm yıla yayılabilen ve mevsimsellik sorununu ortadan kaldıran bir turizm türüdür. Bunun yanı sıra edebiyat turizmi ulusların var olan edebi kaynak ve kültürel mirasın korunmasına teşvik edici bir unsurdur. Dolayısıyla ülkelerin var olan edebi destinasyonlarını korumaları ve uluslararası turizm pazarından daha fazla pay almak için reklam ve tanıtım faaliyetlerine önem vermeleri gerekmektedir.

Günümüzde birçok alanda giderek artan talep çeşitliliğini karşılayabilmek için yaratıcı fikirler hiç olmadığı kadar önem kazanmıştır. Yaratıcılık ve yaratıcı faaliyetler konusu psikoloji, sosyoloji, ekonomi, sanat ve kültür gibi birçok alanın araştırma konusudur. Yaratıcılık yeniliklerin ve girişimciliğin kaynağı olarak da kabul edilmektedir (Kumral, 2010). Ancak, ilgili alanı kapsayacak şekilde yapılan yaratıcılık tanımları her defasında alana özgü farklı tanımlar ortaya çıkarmaktadır (Gaberli, 2019).

Son yıllarda turizm sektörü hiç olmadığı kadar yaratıcılık kavramı ile içi içe geçmiştir. Elbette turizm ile yaratıcılık ilişkisi yeni bir olgu değildir. Zaman içinde farklı biçimlerde karşımıza çıkmaktadır (Al-Ababneh, 2019: 111). Yaratıcı turizm kavramını potansiyel bir turizm türü olarak ilk kez Pearce ve Butler (1993) kullanmıştır. Richards ve Raymond (2000) ise, yaratıcı turizmi ziyaretçilerin kurs ve öğrenme deneyimlerine aktif şekilde katılarak yaratıcı potansiyellerini geliştirdikleri bir fırsat olarak tanımlamıştır. UNESCO (2006) ise yaratıcı turizmi bir sanat, gelenek veya yere özgü karakteristik özellikler ile ilgili, katılımcı öğrenme yoluyla, ilgi çekici, özgün bir deneyim yaşamak için gerçekleştirilen seyahat sonucu söz konusu yer veya olgu ile bir bağ kurma ve yaşam kültürü yaratma olarak tanımlamaktadır. Bu tanım yaratıcı turizmi açıkça kültür turizmi ile ilişkilendirmektedir. Yaratıcı kültür turizmi kavramı ise, Richard’ın (1996) kişilerin kültürel ihtiyaçlarını karşılamak adına yeni bilgi ve deneyimler için ikamet yerlerinden uzaktaki kültürel faaliyetlere katılması olarak tanımladığı kültür turizmin çok ötesinde bir kavram olarak karşımıza çıkmaktadır. UNESCO’nun (2006) yaratıcı turizm tanımındaki bağ kurma ve yaşam kültürü oluşturma vurgusu kültür turizmi ve yaratıcı kültür turizmi kavramlarını birbirinden ayıran en önemli unsurdur.

Bu çalışmanın konusunu oluşturan kültür, edebiyat ve turizm ilişkisinin fonksiyonu olarak ortaya çıkan edebiyat turizmi ise, temelde hem bu kavramların ayrı ayrı hem de birlikte tanımlanmasını gerektirmektedir (Balci ve Dilek, 2023: 4). Bu nedenle, bu çalışmada edebiyat turizmi yaratıcı kültür turizmi kapsamında ele alınarak, söz konusu alanın bir yaratıcı endüstri olarak tanımlanıp tanımlanamayacağı araştırılmaktadır. Bu bağlamda, öncelikle kültürel ve yaratıcı ürün kavramları netleştirilerek, edebiyat turizmi uygulamalarının değerlendirildiği bölüme teorik bir altyapı hazırlanmıştır. Bir sonraki bölümde, literatür taramasına yer verilerek ilgili alanın daha kapsamlı incelenmesi sağlanmıştır. Edebiyat turizmi uygulamalarının değerlendirildiği kısımda ise, edebiyat turizmi faaliyetlerinin hangi açılardan kültür ürünü hangi açılardan yaratıcı ürün olduğu tartışılmaktadır. Bu tartışma ekseninde bir sonraki bölümde, yaratıcı endüstrinin özellikleri ortaya konarak edebiyat turizminin yaratıcı endüstri olma potansiyeli sorgulanmakta ve son bölümde yapılan tespitler değerlendirilerek edebiyat turizminin yaratıcı bir endüstri olarak tanımlanıp tanımlanamayacağı konusunda bir yargıya varılmaktadır.

Yaratıcı ve Kültürel Ürün Kavramları

Yaratıcı ürün, el yapımı ve üretiminde yüksek seviyede yaratıcılığa ihtiyaç duyulan ürün olarak tanımlanabilir. Sanat eseri, müzikal performans, edebiyat, film, televizyon programları ve video oyunları gibi ürünler de kültürel mal ve hizmetler olarak tanımlanmaktadır. Bu ürünlerin ortak özelliklerine

bakıldığında, üretim süreçlerinde beşeri yaratıcılık girdi olarak yer aldığı, satın alanlar için sembolik anlamlar taşıdıkları, fiili ya da potansiyel olarak fikri mülkiyet hakkı içerdikleri, ticari değerlerinin dışında para ile ölçülemeyen kültürel değerlere de sahip oldukları görülmektedir. Bu özellikler dikkate alındığında, kültürel mal ve hizmetlerin yaratıcı mal ve hizmetlerin bir alt grubu olduğunu söyleyebiliriz.

Tablo 1

Yaratıcı Ürünler Sınıflaması

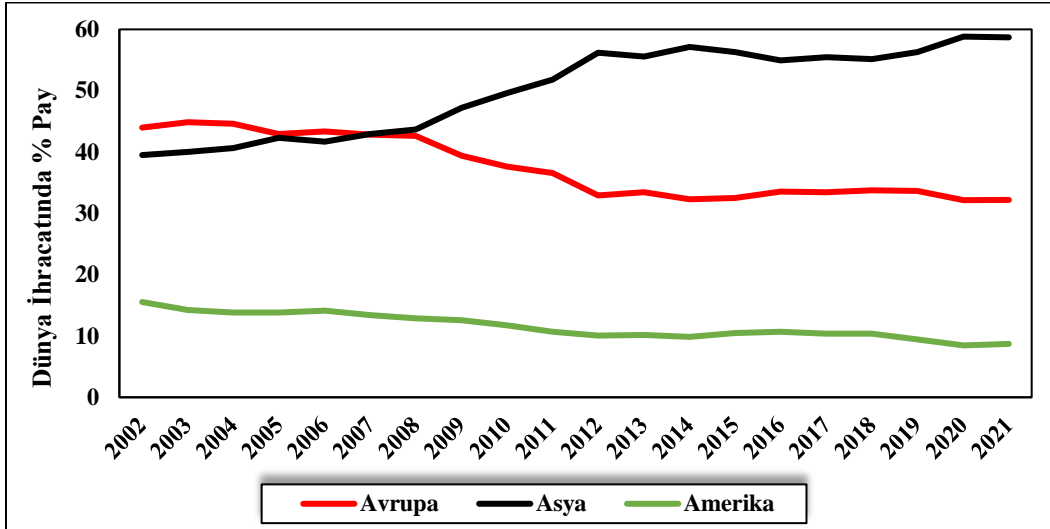
Sanat ve El Sanatları	Görsel-İşitsel Materyal ve Araçlar	Tasarım
<ul style="list-style-type: none">• Halılar• Kutlama• Diğer Sanat ve El Sanatları• Kâğıttan Yapılan Ürünler• Hasırdan Yapılan Ürünler• İplik	<ul style="list-style-type: none">• Film• CDler, DVDler ve Kasetler	<ul style="list-style-type: none">• Mimari• Moda• Züccaciye• İç Mekan• Ziyet Eşyaları• Oyuncaklar
Yeni Medya	Sahne Sanatları	Yayıncılık
<ul style="list-style-type: none">• Kayıtlı Medya• Video Oyunları	<ul style="list-style-type: none">• Müzik Aletleri• Basılı Müzik	<ul style="list-style-type: none">• Kitaplar• Gazeteler• Diğer Basılı Materyaller
Görsel Sanatlar		
<ul style="list-style-type: none">• Antikalar• Tablolar• Fotoğraf• Heykel		

Kaynak: UNCTAD, 2023.

Tablo 1 yaratıcı ürün sınıflamasını göstermektedir. Tabloda yer alan ürünler kültürel ürünlerin yaratıcı ürünlerin alt grubu olduğunu açıkça göstermektedir.

Şekil 1

Dünya'da Yaratıcı Ürün İhracatı



Kaynak: UNCTAD (2023) verileri ile yazar tarafından çizilmiştir.

Şekil 1 2002-2021 döneminde Avrupa, Asya ve Amerika kıtalarının dünya yaratıcı ürün ihracatı içindeki payını göstermektedir. Afrika kıtasının payı % 1'den küçük olduğu için grafikte gösterilmemiştir. Grafik incelendiğinde, 2008 sonrası dönemde Asya kıtasının yaratıcı ürün ihracatından aldığı payın hızla arttığını ve Avrupa'nın pazar payını Asya'ya kaptırdığı açıkça görülmektedir. Amerika kıtasından yapılan ihracatın payı ise, yıllar itibari ile % 15,5'ten % 8,5'e gerilemiştir. 2021 yılında Dünya'ya yapılan yaratıcı ürün ihracatının yaklaşık % 59'u Asya kıtasından yapılmaktadır.

Literatür Taraması

Kitap, gazete ve diğer basılı edebi materyaller yaratıcı ürünlerin yayıncılık sınıflandırmasında yer alan ve yaratıcı ürün ihracatında önemli paya sahip bir bölümünü oluşturmaktadır. Birleşmiş Milletler Ticari ve Kalkınma Konferansı verilerine göre yaratıcı hizmet ihracatı yaratıcı mal ihracatından daha fazladır. Salgın, iklim değişikliği, doğal afetler ve jeopolitik gerilimlerin yaşandığı bir çağda ekonomik kalkınma ve sürdürülebilirlik ancak yaratıcı ürün endüstrisiyle mümkün olabilir. 2020 yılında yaratıcı ürün ve hizmetlerin tamamı, toplam mal ihracatının %3'üne, toplam hizmet ihtiyacının %21'ine denk gelmektedir. 419 milyon dolar olan küresel yaratıcı ürün ihracatı 2020 yılında 524 milyon dolara yükselirken, yaratıcı hizmet ihracatı 487 milyar dolardan 1,1 trilyon dolara çıkmıştır (Birleşmiş Milletler Ticaret ve Kalkınma Konferansı, 2023). Yaratıcı ürün ve hizmet ihracatının payının gün geçtikçe artması bu endüstrinin ekonomik öneminin de arttığını göstermektedir.

Yıldan yıla hem ihracattaki payı hem de ekonomik önemi artan yaratıcı ürün endüstrisi edebiyat turizmi kapsamında değerlendirilen kitap, dergi, gazete gibi yayıncılık ürünlerini de içermektedir. Ayrıca edebiyat turizmi kapsamında değerlendirilen edebiyat yemeği, edebiyat temalı parklar ve yazar evi ziyareti gibi edebi geziler de yaratıcı ürün ve hizmet ihracatı kapsamında değerlendirilir.

Hoppen, Brown ve Fyall (2014), edebiyat turizmi kavramını ve edebiyat turizminin destinasyon pazarlamasında ve markalaşma stratejilerindeki rolünü incelemiştir. Çalışma edebiyat turizminin geliştirilmesine yönelik her paydaşın işbirlikçi olarak yer aldığı uzun vadeli ve sürdürülebilir bir politika önerisi sunmaktadır (Hoppen, Brown ve Fyall, 2014). Edebiyat turizminin kültürel değerini inceleyen Squire (1994), edebiyat turizminin çocukluk, özgünlük, kırsalın ve kültürel mirasın korunmasına yönelik değerleri sembolize ettiği sonucuna varmıştır (Squire, 1994).

Edebiyat turizminin kırsal ekonomiye katkısını inceleyen Yiannakis ve Davies (2012), edebiyat turizminin kırsal bölgelerdeki ekonomik refaha katkısı ve sosyal kimlik için önemine vurgu yapmıştır. Ekonomik faaliyetlerini çeşitlendirmeye çalışan kırsal toplulukların, kalkınma için daha önce tanınmayan ya da bilinmeyen edebi ürünleri kullanması önerilmektedir (Yiannakis ve Davies, 2012: 33). Edebiyat turizmiyle sürdürülebilir turizm ilişkisini inceleyen Squire (1996), örnek bir destinasyon üzerinden edebiyat turizmi için turistik ve ilgi çekici yerleri anlattığı makalesinde sürdürülebilirliğin niteliksel, sosyal ve kültürel boyutlarına da dikkat çekmiştir (Squire, 1996: 119). Edebiyat turizminin yapısını inceleyen Jia (2009) turist deneyiminin yanı sıra gezilen yerlerin özgünlüğüne vurgu yapmaktadır. Dolayısıyla hem gerçek hem de kurgunun yer aldığı ve farklı boyutlara sahip edebiyat turizminin geliştirilmesi ve desteklenmesi gerekmektedir (Jia, 2009).

Jiang ve Yu (2019) edebiyat turizminin tüketimini inceledikleri çalışmada insani değerlerin ve kültürel mirasın korunması için edebi turizm kaynaklarının geliştirilmesi ve yerel destinasyon markalaşmalarının desteklenmesi konusunda öneriler sunmaktadır (Jiang & Yu, 2019). Robinson (2022) turizm, turist ve edebiyat arasındaki ilişkiyi incelediği çalışmada iki ilişki dizisi olduğunu belirtmiştir. Bunlardan ilki okuyucuları edebiyat turizmine teşvik eden ve edebi eser metinlerinden çıkarım yapılarak ulaşılan, ikincisi ise metin ötesinde yer alıp okuyucuyu motive eden unsurlardır. İkinci dizide metin ötesi motivasyon; bir kitabın ödünç verilmesi, okuma sonrası tartışma, fikir paylaşımı gibi durumlarla ortaya çıkmaktadır (Robinson, 2022).

Edebiyat turizminin bölgesel etkilerini inceleyen çalışmalardan biri olan Müller (2006) edebiyat turizmi ve İsveç'in kırsal bölgelerindeki turizm planlamalarını analiz ettiği çalışmasında turizmin sürdürülebilir olması için planlamanın kırsal bölgelere entegre hazırlanması gerektiğini belirtmiştir (Müller, 2006). Bidaki ve Hosseini (2014) Tacikistan için modern ve yeni bir turizm türü olan edebiyat turizminin Tacikistan'ın kalkınmasına olan katkısına dikkat çekmektedir (Bidaki & Hosseini, 2014). Güney Afrika'nın edebiyat turizmi potansiyelini analiz eden Smith (2012), turizmin geliştirilmesi için kullanılabilir yer ve yazar önerileri sunmuştur. Çalışmada edebiyat turizminin maddi getirisinin yanısıra; bölgenin edebi mirasını tanıtmaya, eğitimsel yetenekleri geliştirme ve okumaya olan ilgiyi arttırmasına dikkat çekilmiştir (Smith, 2012). Hırvatistan'ın edebiyat turizmi potansiyelini ve mevcut turizm politikalarını değerlendiren Fox (2008), Dubrovnik doğumlu bir oyun yazardan yola çıkarak edebi bir figürün nasıl metalaştırılması ve destinasyon imajına eklenmesi gerektiğini anlatmıştır. Fox'a göre edebiyat turizminin geliştirilmesi Hırvatistan'ın turizm endüstrisi için yeni bir ideolojinin kurumsallaşmasına yönelik önemli bir adım olacaktır (Fox, 2008). Edebi ve kültürel mirasın bütünleşik ve dinamik bir yaklaşımla geliştirilmesi gerektiğine dikkat çeken Carson, Hawkes, Gislason ve Cantrell (2017); Avustralya'nın Brisbane kentinden yola çıkarak kültür ve turizm potansiyelini geliştirmek için farklı edebi kültür ve türleri bir araya getirmenin önemine dikkat çekmiştir (Carson ve diğ., 2017). Portekiz'deki edebiyat turizmi potansiyelini analiz eden Anjo, Sousa, Santos, Dias ve Valeri, (2021) şehirde dijital bir edebiyat haritası oluşturulması gerektiğine dikkat çekmiştir. Çalışmaya göre edebiyat turizmi özellikle edebiyat turistleri için turistik destinasyon ve kültürel ürünlerin tanıtımı açısından faydalı olmasının yanısıra dijital bir edebiyat haritası oluşturulmasını öneren ilk makale olma özelliği taşımaktadır (Anjo ve diğ., 2021).

Edebiyat Turizmindeki Uygulamalar

Edebiyat turizmi, tutkunun motivasyon kaynağı olduğu bir turizm türü olarak karşımıza çıkmaktadır. Bir yazarın veya ünlü bir edebi karakterin evi olan gerçek veya hayali bir ortamın edebi bağlantılarını deneyimlemeyi içermektedir (Butler, 2022: 79). Edebiyat turisti ise, okudukları ile ilgili bağlantıları güçlendirmek, arttırmak ve doğrulamak adına bir yazarın hayatı veya eserleri ile ilgili yerlere seyahat eden kişi olarak tanımlanabilir (Watson, 2022: 93). Edebiyat turizmi uygulamalarına tarihsel kanıtlar sunmak da mümkündür. Hendrix (2007) ve Watson (2022) 14. yüzyılda Petrarch'ın Arqua ve Vaucluse'teki evlerinin şöhretinin olduğunu fakat edebiyat turizminin matbaa ve okuryazarlığın yayılmasıyla ancak 1760'lardan itibaren ticari açıdan önem kazandığını ileri sürmektedir. Edebiyat turisti kavramı ise daha yeni bir kavram olarak 1990'lı yıllarda kültürel miras çalışmaları ile ortaya çıkmıştır (Watson, 2022).

Edebiyat turizmini araştırmada kullanılan temel metotlar metin, hikayenin geçtiği yer, yazarın hayatı, okuyucu ve gelen turistler tarafından yapılan ziyaretlerdir. Edebi çalışmalar ve dilbilim alanında uzman turizm araştırmacıları ziyaret edilecek yer ile roman arasındaki bağı kurmaktadır. Bu gerçekleştirilirken seyahat yazarlarının metinlerinden de yararlanılmaktadır (Mansfield, 2022). Edebiyat turizmi ürünü kapsamına alabileceğimiz birçok faaliyet ya da uygulama bulunmaktadır. Bunlara edebiyat müzeleri, edebi alanlar (yazar sokakları, eser bağlantılı alanlar, yazar mezarları, anıtlar), edebiyat otelleri, festivaller (edebiyat festivalleri, masal festivali, masal parkı, tiyatro festivalleri, tarihi tiyatro yapıları) kitap fuarları, kitap köyleri, mekan-yazar özdeşliği, film/sinema turları örnek verilebilir (Balcı & Dilek, 2023). Ayrıca, Dark Edebiyat Turizmi (Busby & Devereux, 2015), film etkili edebiyat turizmi (Busby & Laviolette, 2006; Balcı ve Dilek, 2023) şeklinde bazı kavramlaştırmalar da kullanılmaktadır¹.

Turizm destinasyonlarında edebiyat turizmine konu olan kitap, kütüphane ve edebiyat unsurlarıyla ilgili çokça örneğe rastlamak mümkündür. Sousa (2022), kitapçı ya da kitapevi turizmini, kitapseverlerin

benzersiz ve bağımsız kitapçıları ziyaret ederek deneyimledikleri bir turizm tecrübesi olarak tanımlamaktadır. Bu kavrama ilişkin farklı bir bakış açısı da insanların ziyaret ettikleri yerle ilgili kitap ya da yazarlara olan ilgisidir. Kitapevi turizmi yerel ve macro ekonomiye yaptığı katkıların ve turizmin cazibesini arttırmasının yanı sıra edebi ürünlerle, toplumların dialog ve ilişkilerini geliştirir. Dünya genelinde kitapevi ya da kitapçılarıdaki yayınların miktar ve çeşidinin etkileyici ve dikkat çekici şekilde artması kitapevi temasına olan ilginin de bir göstergesidir. Bu aktivite gezgin gruplarca kitapevlerini ziyaret etmek suretiyle yapılabileceği gibi, özel bir anlamı olan kitapçı, kütüphane ya da kitap mekanlarını aramak ve bunları ziyaret etmek şeklinde de gerçekleşebilir. Kitapevleri ya da kitapçıları bazen sadece gezginleri konuk etmekle kalmayan aynı zamanda tarihte estetik, politik ve sosyal tartışmalarla direnişin simgesi olan mekanlara dönüşebilir. Portekiz'in başkenti olan Porto'da yer alan Livraria Lello adlı kütüphane dünyanın en güzel kütüphanesi olarak anılmakta ve kültür turizminin önemli bir örneğini teşkil etmektedir. Sanatsal ve tarihi değerini koruyan kütüphane hala Portekiz'de ziyaretçilerini ağırlamaktadır (Sousa, 2022).

Görsel 1

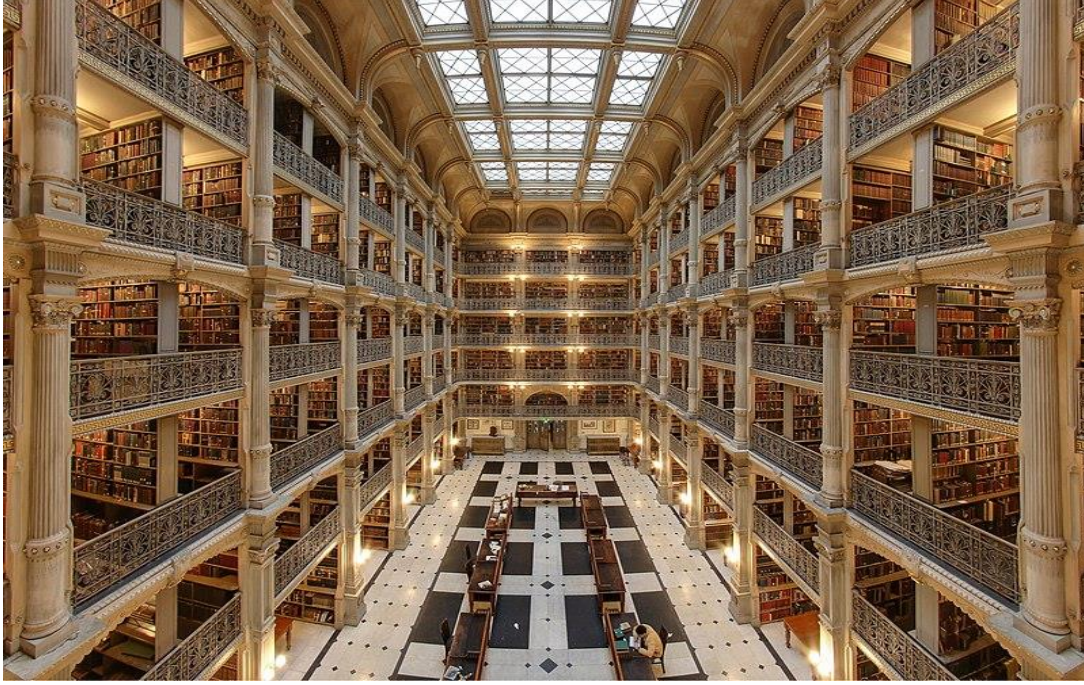
Livraria Lello Kütüphanesi (Portekiz)



Kaynak: Wikipedia

Görsel 2

George-peabody-library (ABD)



Kaynak: Wikipedia

Kitap konseptli unsurlar kitapevlerinin yanı sıra kütüphane otellerde de kullanılmaktadır. Silva (2022) kütüphane oteli teması kitap ve edebiyat olan, ziyaretçilere geçici konaklama imkanı sağlayan kuruluş olarak tanımlamaktadır. Kitap ve kütüphane sevenleri ağırlayan bu otellerde ziyaretçilere sunulmak üzere çok sayıda kitap bulundurulur. Bunu yanı sıra kitaplar okumayı teşvik etmek ve edebiyata olan ilgiyi arttırmak adına görünür yerlere konur. Oteldeki tüm alanlar edebi unsurlardan yola çıkılarak oluşturulur. Bu bazen otel koridorunda bazen de mönüde bir edebi eser ya da yazardan esinlenerek oluşturulan yemek listesinde görünür. Amerika Birleşik Devletleri'nin başkenti New York'da bulunan Library Hotel 24 saat açık okuma odalarının olduğu, kütüphane mimarisinden esinlenerek inşa edilmiştir. Otelde ayrıca yazarlara ithaf edilen salonlar vardır (Silva, 2022: 51; Library Hotel, 2023). Konuklarına bilgi ve hayal gücüyle dolu büyüleyici bir ortamda konaklama vaadi veren Portekiz'deki Obidos Oteli yerden tavana kadar kitapların bulunduğu, restoran, bar ve kokteyl isimlerinde bile yazar ve edebi eserlerin yer aldığı bir kütüphane oteldir (The literary man, 2023; Silva, 2022: 51). Londra'da bulunan LimeHouse Library Hotel 75 odasının her birine tarihteki önemli şahsiyetlerin adının verildiği kütüphane konseptli bir diğer oteldir (Tripadvisor, 2023). Duvar ve tavan tasarımında kitap kapaklarının kullanıldığı otelde yazar resim ve fotoğraflarına da yer verilmiştir (Booking, 2023).

Kitap evlerinin ve kütüphane otellerin yanı sıra yazar evleri de edebiyat turizminin arz unsurlarından biridir. Hendrix (2022) yazar evlerinin şair ve romancıların inşa ettiği ya da yaşadığı evlerin kültürel birer simge olduğunu belirtir. Goethe'nin Frankfurt ve Weimar'daki evinde olduğu gibi, bu evler yazarın doğum ve ölümünün simgesi haline gelmiştir. Bu evler aynı zamanda yazarın kariyerinde önemli bir döneme işaret ettikleri ve orada üretilen eserlerin bir parçası olduğu için de öne çıkar. Yazar evleri ziyaretçilerin bu evlerde var olan materyaller sayesinde yazarın çalışma ve yaşam koşullarına dair fikir

edinmelerini sağlar. Böylece hayranlık duyulan bir yazarla hem maddi hem de manevi olarak yakınlık kurulmuş olunur (Trubek, 2011; Hendrix, 2022).

Görsel 3

Goethe Evi (Frankfurt Am Main)



Kaynak: Wikipedia

Edebiyat turizminin diğer bazı uygulama ve örnekleri de edebiyatın; otel, festival, tema parkı, rota, mekan, manzara, yemek ve hac konseptinde kullanılmasıdır. Edebiyatın kendi kültürel ve ekonomik değerinin yansıdığı ve şehirle edebiyat arasında bağlantı kuran edebiyat şehirlerine Shakespeare ile özdeşen Stratford Upon Avon ve Kafka'nın sembolü Prag ya da Victor Hugo'ya ev sahipliği yapan Paris' te rastlanabilir (Sousa, 2022; National Geographic, 2022).

Görsel 4

Charles Dickens Müzesi (Londra)



Kaynak: Wikipedia

Görsel 5

Shakespeare Evi (Londra)



Kaynak: Wikipedia

Edebiyatın şehirlerin yanısıra otellerde kullanıldığı örnekler de mevcuttur. İspanya’da Grand Hotel La Perla, Portekiz’de Hotel Britania ve The Literary Man, Amsterdam’da Ambassade Hotel bunlardan bazılarıdır (Silva, 2022; Balcı & Dilek, 2023). Okur, yazar ve edebiyat severlerin buluşma noktası olan, interaktif bir deneyim sunan edebiyat festivallerinin en eskisi 1949 yılında yapılmaya başlanan, dünyanın en uzun festivali olma özelliğini taşıyan ve hala yılın belli aylarında İngiltere’de gerçekleştirilen Times Cheltenham Literature Festivali’dir (Mcguckin, 2022; British Arts and Festivals Association, 2023). Hikaye, peri masalı, anlatı ya da edebi mülkiyetin konu olduğu temalı parklara Rusya’daki Alexander Pushkin, ABD’deki Storyville Gardens Nashville, Fransa’da Disneyland Paris ve Florida’daki Wizing World of Harry Potter at Universal Studios örnek teşkil eder (Clave, 200; Lukas, 2022). Edebi hafıza için kutsal olan yerlerin ziyaretini kapsayan edebiyat haccı; yazarların doğum, ölüm yerleri, mezarları, edebi esere konu olan yerler olarak nitelenebilir. Dolayısıyla okuyucu ya da edebiyat severin zihninde eser ya da yazarla ilgili kutsal saydığı yer ziyaretçi için edebiyat haccı kapsamında değerlendirilebilir (Westover, 2022). Portekiz’de gerçekleştirilen Almeida Garrett, Eça de Queirós ve Maria Amália Vaz de Carvalho adlı yazarlara ithafen yapılan organizasyon bir yazar ya da esere atıfta bulunarak gerçekleştirilen ve edebiyat severleri bir araya getirmek amacıyla yapılan aynı zamanda mөнünün edebi bir eserle ilintili olarak hazırlandığı edebiyat yemeklerine örnek teşkil etmektedir (Silva, 2022).

Görsel 4

Wizing World of Harry Potter at Universal Studios (Florida)



Kaynak: Wikipedia

Metodoloji

Edebiyat turizminin yaratıcı endüstri bağlamında değerlendirildiği bu çalışmada literatür taraması yöntemi kullanılmıştır. Literatür taramasında başlık, içerik ya da konuda önceden belirlenen anahtar kelimelerin aranması yoluyla elde edilen çalışmalar irdelenir. Literatür taraması konuyla ilgili; makale, kitap, tez gibi kaynaklardan yararlanarak konuyla ilgili değerlendirme ve çıkarımların yapılmasıdır. Literatür taraması konuya, çalışmanın formatına ve teorik ya da uygulanabilir olma durumuna göre değişiklik gösterebilir (Demirci, 2014).

Literatür taraması araştırma probleminin sınırlarının tanımlanması, yeni araştırma konuları keşfedilmesi, daha önce denenmiş ve işe yaramayan yöntemlerin elenmesi, gelecek çalışmaların belirlenmesi ve kullanılacak yöntemler açısından fikir edinmeye katkı sağlar. Taramanın derinliği çalışmaya göre değişebilir. Anlatım kronolojik ya da tematik olarak sınıflandırılarak yapılabilir (Köroğlu, 2015). Bunun yanı sıra belirlenen konuyla ilgili çalışma yapıp yapılmadığı, yapıldıysa kimler tarafından yapıldığı, hangi açıdan ve nasıl bir yöntemle ele alındığı anlatılır. Literatür taraması yapılırken araştırma sorusuna ilişkin yöntemsel ve teorik çerçeveye hâkim olunur. Böylece yapılacak çalışma ile literatürdeki hangi yöntemsel veya teorik eksikliğin giderileceği anlaşılır (Akademik Kaynak, 2023).

Bulgular

Yaratıcılık içeren uygulama ve çıktıları ile edebiyat turizminin yaratıcı bir endüstri olarak değerlendirilip değerlendirilemeyeceği yaratıcı endüstri kavramının sınırlarının belirlenmesi ile mümkündür. Günümüzde yaratıcı endüstri hala tartışmalı bir kavramdır (Demir, 2014). Yaratıcı Endüstrilerin ayırt edici özellikleri:

1. Yaratıcı ürünlerin tüketicilerde soyut ve öznel tatmin yaratan “deneyim ürünleri” olması sebebiyle; talep ya da ürünün tüketim öncesinde tam anlamıyla belirlenmesi zordur.
2. Belirli bir formatta ya da farklı formatlar arası geçişlerle neredeyse sonsuz yaratıcı ürün kombinasyonu oluşturulabilir.
3. Yaratıcı ürünleri ortaya çıkaranların duydukları tatmin maddi olmasa bile, bu faaliyetleri devam ettirebilmek için muhasebe, pazarlama gibi iktisadi konularla uğraşmaları gerekir.
4. Nihai ticari ürünler genelde ekiplerle üretilmektedir.
5. Subjektif anlamda kısa ya da kısıtlı zamanda farklı yaratıcı aktivitelerin koordine edilmesi gerekmektedir.
6. Yaratıcı ürünler yapımçı ya da diğer içerik üreticiler tarafından yapılan değerlendirme sonucunda farklılaşan beceri düzeyine göre sınıflandırılır.
7. Yaratıcı aktivitenin çıktısı olan kültürel ürünler çoğu zaman telif gibi kazançlar sağlar.

Yukarıda ele alınan yedi madde göz önüne alındığında edebiyat turizminin tüm alt türleriyle birlikte yaratıcı endüstri bağlamında değerlendirilebileceğini göstermektedir. Çünkü edebiyat festivallerinden kitap fuarlarına, edebiyat müzelerinden açık edebi alanlara kadar her bir alt tür ilgili destinasyonlara ciddi bir ziyaretçi akını, bunun sonucunda da yüksek bir ekonomik girdi sağlamaktadır. Edebiyat turizminin yeni bir araştırma alanı olarak keşfedilmesi ve turizm alanına dahil edilip ekonomik girdi olarak görülmesi son zamanlarda bu alan ile ilgili yapılan akademik çalışmaların artmasıyla da bağlantılıdır. Nitekim Yardımcı ve Balcı (2023) edebiyat turizmine yönelik yaptıkları bibliyometrik çalışmada 2009’dan 2018’e kadarki on yıllık süreçte bu konuyla ilgili 13 çalışmanın, 2019’dan 2022’ye kadar 26 çalışmanın ve sadece 2023 yılında 9 çalışmanın yapıldığını tespit etmişlerdir.²

² Son iki yılda yayınlanan akademik çalışmalar için bkz. Aydın&Güdül&Özkan&Özkan Aydın, 2022; Koçak ve Koçak, 2022; Aktemur ve Balcı, 2022; Demiryay ve Balcı, 2022; Guliyeva, 2022; Öztürk, 2022; Pashı, 2022; Yamaç, 2022; Ütnü, 2023; Işık ve

Sonuç ve Değerlendirme

Edebiyat turizmi; yazar evleri, kitap konseptindeki otel ve kütüphaneler, edebi yemekler, edebi festivaller vb gibi çeşitli unsurları kapsayan çok yönlü bir turizm türüdür. Edebiyat turizmini diğer turizm türlerinden ayıran özellikler onun yaratıcı endüstri olmasını sağlayan niteliklerdir. Yaratıcı ürünleri ortaya çıkaran kişinin duyduğu tatmin maddi bir unsur olmamakla beraber bunları üreten kişi çeşitli ekonomik (pazarlama, muhasebe...) uygulamalar kullanmak zorundadır. Bu özellik edebiyat turizmine konu olan unsurlar için de geçerlidir. Diğer yandan yaratıcı aktivite çıktıları için telif gibi kazançlar mevcutken bu durum edebiyat turizminin unsurlarında da benzer şekildedir ve nihai ürününün ekipler halinde üretilmesi ve farklılaşan düzeylerine göre sınıflandırılması gerekmektedir. Yaratıcı ürünler de tıpkı edebiyat turizmi unsurları gibi tüketicilerde soyut ve öznel tatmin yaratan "deneyim ürünleri" olması sebebiyle; talep ya da ürünün tüketim öncesinde tam anlamıyla belirlenmesi zordur. Bu özellikler dikkate alındığında, kültürel mal ve hizmetlerin yaratıcı mal ve hizmetlerin bir alt grubu olduğunu söyleyebiliriz.

El yapımı ve üretiminde yüksek seviyede yaratıcılığa ihtiyaç duyulan ürün yaratıcı ürün olarak tanımlanabilir. Diğer yandan sanat eserleri, müzikal etkinlikler, edebiyat eserleri, film, televizyon programları ve video oyunları gibi ürünler de kültürel mal ve hizmetler olarak tanımlanmaktadır. Tüm bu ürünlerin ortak özellikleri, üretim süreçlerinde beşerî yaratıcılık girdi olarak yer alması, satın alanlar için sembolik anlamlar taşımaları, fiili ya da potansiyel olarak fikri mülkiyet hakkı içermeleri ve ticari değerlerinin dışında para ile ölçülemeyen kültürel değerlere de sahip olmalarıdır.

Edebi ürünler ve bunlarla ilgili kütüphane, kitapçı, kitapevi oteli, yazar mezarları, kitap köyleri, edebiyat sokak ve şehirleri gibi edebiyat severlerin gezi rotasını oluşturan destinasyonlar edebiyat turizmi kapsamında değerlendirilir. Tüm bu rotalar edebiyat severler için sembolik anlamı olan ve yaratıcı ürün kapsamında değerlendirilen mal ve hizmetlerde olduğu gibi fikri mülkiyet hakkı taşıyan, ticari değerlerinin dışında para ile ölçülemeyen kültürel değerlere sahiptir. Bunun yanı sıra edebiyat turizmi, yaratıcı endüstri için en önemli unsur olan bireysel yaratıcılık, yetenek ve beceriye dayanan ürünlerden oluşmaktadır. Edebiyat turizmine konu olan tüm destinasyon ve ürünler, ziyaretçi için kendi özel anlamını ve manevi değerini taşıyan varlıklardır. Bu bağlamda edebiyat turizmi yaratıcı endüstriler kategorisinde değerlendirilebilir.

Edebiyat turizmi pazarlama açısından değerlendirildiğinde iki açıdan ele alınabilir. İlki, bu destinasyonları edebiyatseverlerin ziyaret etmesi olarak değerlendirilebilir. Diğer açıdan ise bu destinasyonlarla herhangi bir bağ kurmadığı halde merak motivasyonu ile ziyaret eden insanların varlığıdır. Ziyaret edilen edebiyat destinasyonu kişide oluşturduğu görsel ya da benzeri estetik neticesinde ortama konu olan yazar ya da esere ilgi duymaya teşvik edebilir. Dolayısıyla edebiyat turizmi sadece edebiyat ilgililerine değil aynı zamanda daha önce böyle bir eğilimi ya da ilgisi olmayan kişileri de edebi eserlere teşvik etmesi açısından önem arz etmektedir.

Edebiyat turizmi; turizm pazarına sunacak arz unsuru olmayan şehir ya da bölgeler için de edebi değerleri kullanarak turizm pazarına dahil olma fırsatı sunmaktadır. Destinasyon çekiciliği bağlamında herhangi bir unsura sahip olmayan lokasyonlar ulusal edebi ürünlerini kullanarak bölgeye turist çekebilir. Kitap karakterleri, yazar ev ve anıtları, mezarlar, edebiyat festivalleri, edebiyat yemekleri, edebi köy ve şehirler gibi edebi unsurlarla bağlantılı tüm kavramlar turizm pazarında çekicilik unsuru olarak değerlendirilebilir. Bunun yanı sıra mezar, anıt, kütüphane gibi fiziksel olarak ihracı mümkün olmayan tüm bu sosyo- kültürel varlık ve değerler edebiyat turizmiyle döviz getiren kaynaklara dönüşmektedir.

Edebiyat turizmi pazara dahil olmak isteyen bölgelere arz unsuru yaratmasının yanı sıra, Sanayi Devrimi sonrası başlayan ve 1950'li yıllardan sonra tüm dünyada hızla yayılan kitle turizmine alternatif

olmaktadır. Doğal kaynakların geri döndürülemez şekilde tahribi ve değişen yaşam koşulları, zevk ve alışkanlıklar tüketicilere farklı alternatif turizm türleri sunulmasını zorunlu kılmıştır. Dolayısıyla kitle turizminin yarattığı tahribatı ve sektörün mevsimsellik özelliğini azaltacak yeni turizm türleri arayışına girilmiştir. Edebiyat turizmi sürdürülebilirlik açısından da alternatif bir turizm türü olarak karşımıza çıkmaktadır. Edebiyat turizmi tüm yıla yayılabilen ve mevsimsellik sorununu ortadan kaldıran bir turizm türüdür. Bunun yanı sıra edebiyat turizmi ulusların var olan edebi kaynak ve kültürel mirasın korunmasına teşvik edici bir unsurdur. Dolayısıyla ülkelerin var olan edebi destinasyonlarını korumaları ve uluslararası turizm pazarından daha fazla pay almak için reklam ve tanıtım faaliyetlerine önem vermeleri gerekmektedir.

Kaynaklar

- Akademik Kaynak (2023, 7 Kasım). <https://www.akademikkaynak.com/literatur-taramasi-nedir-ve-nasil-yapilir.html>
- Aksöz, M. & Balcı, U. (2023). Disiplinlerarası bir tür olarak gezi yazıları. 4. International Istanbul Current Scientific Research Congress, Proceedings Book, S. 333-338, İstanbul, Türkiye.
- Aktemur, C. & Balcı, U. (2022). Book fairs in the context of literary tourism: an example of Istanbul And Frankfurt Book Fairs. 13. International Congress on Current Debates in Social Science, İstanbul: Ijopce Publication. S. 43-49, İstanbul, Türkiye.
- Al-Ababneh, M. M. (2019). Creative cultural tourism as a new model for cultural tourism. *Journal of Tourism Management Research*, 6(2), 109-118.
- Ana Cláudia S. (2022). Library hotel. In: Sílvia Quinteiro & Maria José Marques (ed). Working Definitions in Literature and Tourism: A Research Guide (ss. 51-52).
- Ana Cláudia S. (2022). Literary hotel. In: Sílvia Quinteiro & Maria José Marques (ed). Working Definitions in Literature and Tourism: A Research Guide (ss. 63-64).
- Ana Cláudia S. (2022). Literary meal. In: Sílvia Quinteiro & Maria José Marques (ed). Working Definitions in Literature and Tourism: A Research Guide (ss. 67-68).
- Anjo, A. M., Sousa, B., Santos, V., Lopes Dias, Á., & Valeri, M. (2021). Lisbon as a literary tourism site: Essays of a digital map of Pessoa as a new trigger. *Journal of Tourism, Heritage & Services Marketing (JTHSM)*, 7(2), 58-67.
- Arslan, Z. & Balcı, U. (2023). Edebiyat turizmi bağlamında kitap köylerine genel bir bakış. İçinde: Ed. Balcı, T. & Öztürk, A. O. & Aksöz, M. Schriften zur Sprache und Literatur VII, Konya; Çizgi Kitabevi, S. 345-362.
- Aydın, A. U., Gündül, A., Özkan, A. & Aydın Özkan, I. (2022). Edebiyat temalı oteller: Topsis İncelemesi . *Uluslararası Toplum Bilimler Dergisi* , 6 (3) , 182-196 .
- Balcı, U. & Yiğitoğlu, B. (2023). Auf den Spuren der Dichter-Straßen als literaturräume im öffentlichen Bereich. In: Ed: Nihan Demiryay; *International Research in Education Sciences V*, İstanbul: Eğitim Yayınevi. S. 113-125.
- Balcı, U. & Dilek, S. E. (2023). Edebiyat turizmi: kavramlar, türler, örnekler. 2. Baskı, Detay Yayıncılık, Ankara.
- Bidaki, A. Z., & Hosseini, S. H. (2014). Literary tourism as a modern approach for development of tourism in Tajikistan. *Journal of Tourism and Hospitality*, 3(1), 120-?
- Birleşmiş Milletler Ticaret ve Kalkınma Konferansı (2023, 10 Temmuz). <https://unctad.org/news/creative-economy-offers-countries-path-development-says-new-unctad-report>.

- Booking (2023, 6 Kasım). <https://www.booking.com/hotel/gb/limehouse-library.tr.html?activeTab=photosGallery>
- British Art and Festivals Association (2023, 15 Temmuz). <https://www.artsfestivals.co.uk/festivals-directory/festivals/cheltenham-festivals/the-times-and-the-sunday-times-cheltenham-literature-festival/>.
- Busby, G. & Devereux, H. (2015). Dark tourism in context: the diary of Anne Frank. *European Journal of Tourism, Hospitality and Recreation*, 6(1), 27-38.
- Busby, G. & Laviolette, P. (2006). Narratives in the net: fiction and cornish tourism, in Payton, Philip (ed.), *Cornish studies*, 14, 142-163. Exeter: University of Exeter Press.
- Butler (2022). Literary tourism. In: Sílvia Quinteiro & Maria José Marques (ed). *Working Definitions in Literature and Tourism: A Research Guide* (ss. 79-80).
- Carson, S., Hawkes, L., Gislason, K., & Cantrell, K. (2017). Literature, tourism and the city: writing and cultural change. *Journal of Tourism and Cultural Change*, 15(4), 380-392.
- Clavé, S. A. (2007). *The global theme park industry*. Cabi.
- Demir, E. (2014). Yaratıcı endüstriler. *İlef Dergisi*, 1(2): 87-107.
- Demirci, A. (2014). Literatür taraması. *Coğrafya araştırma yöntemleri*, 73, 108.
- Demiryay, N. & Balcı, U. (2022). Alman Demokratik Cumhuriyeti Edebiyatı bağlamında “yazar ve edebiyat müzeleri” . *Alman Dili ve Kültürü Araştırmaları Dergisi* , 4 (8) , 70-81.
- Fox, R. (2008). Marin Držić: A case for Croatian literary tourism. *Journal of Heritage Tourism*, 3(2), 138-153.
- Gaberli, Ü. (2019). Hizmetler sektöründe yenilik: turizmde inovasyonun doğası. In: İktisadi ve Sosyal Yönleriyle İnovasyon (ss. 117-140). İKSAD Publishing House.
- Ginigen, D. & Balcı, U. (2023). “Sözcüklerin Rotası” edebiyat festivali: katılımcılarının festivale dair kalite ve değer algıları. In. Ed. Muharrem Tsosun ve Coşkun Doğan. *Kültürlerarasılık ve Dil, Çanakkale: Paradigma Yayınevi*. S. 79-96.
- Ginigen, D. (2023). *Gemlik Kitap Limanı “Sözcüklerin Rotası” edebiyat festivali katılımcılarının festivale dair kalite ve değer algıları* (Master's thesis, Batman Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü).
- Guliyeva, D. (2022). “İçerik turizmi’ (content tourism) veya anlatı turizmi kavramlarının analizi”, *Journal of Social, Humanities and Administrative Sciences*, 8(50):347-353.
- Harald H. (2022). Writers houses’. In: Sílvia Quinteiro & Maria José Marques (ed). *Working Definitions in Literature and Tourism: A Research Guide* (ss. 149-150).
- Hendrix, Harald (ed.) (2007). *Writers’ houses and the making of memory*. London: Routledge.
- Hoppen, A., Brown, L., & Fyall, A. (2014). Literary tourism: opportunities and challenges for the marketing and branding of destinations?. *Journal of Destination Marketing & Management*, 3(1), 37-47.
- Işık, M. & Balcı, U. (2023). Mezarlık turizmi bağlamında yazar mezarları: bir rota önerisi. *Journal of Current Debates in Social Sciences*, 6(Special Issue-1), 1-19.
- Jia, H. (2009). The construction of literary tourism site. *Tourism: An International Interdisciplinary Journal*, 57(1), 69-83.
- Jiang, L., & Yu, L. (2019). Consumption of a literary tourism place: a perspective of embodiment. *Tourism Geographies*, 22(1), 127-150.

- Koçak, Z. & Koçak, E. (2022). Edebi eserlerin dil, edebiyat ve turizm bağlamında incelenmesi: Ali Emiri Efendi Örneği. *Journal of Current Debates in Social Sciences*, 5(2), 157-173.
- Koroğlu, S. A. (2015). Literatür taraması üzerine notlar ve bir tarama tekniği. *GiDB Dergi*, (01), 61-69.
- Kumral, N. (2010). Yaratıcılık ve İzmir Üzerine (No. 1001).
- Library Hotel (2023, 1 Ağustos). https://libraryhotel.com/?_gl=1*ctrdo5*_ga*MTQ1NjY5MjMwOC4xNjk1NTc3MDYx*_ga_XT3LN31GS1*MTY5NTU3NzA2MS4xLjEuMTY5NTU3NzMwMy41OS4wLjA
- Mary McGuckin (2022). Literary festivals. In: Sílvia Quinteiro & Maria José Marques (ed). Working Definitions in Literature and Tourism: A Research Guide (ss. 59-60).
- Müller, D. K. (2006). Unplanned development of literary tourism in two municipalities in rural Sweden. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 6(3), 214-228.
- National Geographic (2023, 3 Ağustos). <https://www.nationalgeographic.com/travel/article/literary-cities>
- Öztürk, Z. (2022). The literary geography of İstanbul and The Ahmet Hamdi Tanpınar in the framework of the narration and tourism relationship. In *Global Perspectives On Literary Tourism And Film-Induced Tourism* (Pp. 116-138). Igi Global.
- Paslı, M. M. (2022). Edebiyat turizmi kapsamında Ankara Mehmet Akif Ersoy Edebiyat Müze Kütüphanesinin değerlendirilmesi. *Ordu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi*, (Özel Sayı, Yüreklere Akif, Dillerde Hürriyet)), 63-72.
- Paul Westover (2022). Literary pilgrimage. In: Sílvia Quinteiro & Maria José Marques (ed). Working Definitions in Literature and Tourism: A Research Guide (ss. 69-70).
- Pearce, D.G. & Butler, R.W. (1993). *Tourism Research: Critiques and Challenges*. (ss. 492-494). London: Routledge.
- Richards, G. & Raymond, C. (2000). Creative tourism. *ATLAS News*, 23(1): 16-20.
- Robinson, M. (2002). Between and beyond the pages: literature-tourism relationships. In: Robinson, M.; Andersen, H. C. .Literature And Tourism: Reading And Writing Tourism Texts, 463-465.
- Sara Rodrigues de S. (2022). Bookshop Tourism. In: Sílvia Quinteiro & Maria José Marques (ed). Working Definitions in Literature and Tourism: A Research Guide (ss. 13-14).
- Sara Rodrigues de S. (2022). Literary Cities. In: Sílvia Quinteiro & Maria José Marques (ed). Working Definitions in Literature and Tourism: A Research Guide (ss. 55-56).
- Scott A. Lukas (2022). Literary Theme Parks. In: Sílvia Quinteiro & Maria José Marques (ed). Working Definitions in Literature and Tourism: A Research Guide (ss. 77-78).
- Smith, Y. (2012). *Literary tourism as a developing genre: South Africa's potential* (Doctoral dissertation, University of Pretoria).Pretoria, South Africa.
- Squire, S. J. (1994). The cultural values of literary tourism. *Annals of Tourism Research*, 21(1), 103-120.
- Squire, S. J. (1996). Literary tourism and sustainable tourism: promoting'Anne of Green Gables' in Prince Edward Island. *Journal of Sustainable Tourism*, 4(3), 119-134.
- The literary man (2023, 10 Eylül). <http://www.theliteraryman.pt/>.
- Tripadvisor (2023, 6 Kasım). https://www.tripadvisor.com/Hotel_Review-g186338-d23391840-Reviews-Limehouse_Library_Hotel-London_England.html

- Trubek, A. (2011). *A skeptic's guide to writers' houses*. University of Pennsylvania Press.
- UNESCO (2006). Towards sustainable strategies for creative tourism discussion report of the planning meeting for 2008. International Conference on Creative Tourism Santa Fe, New Mexico, USA.
- UNCTAD (2023, 13 Eylül). <https://unctadstat.unctad.org/EN/>
- Ütnü, G. & Balcı, U. (2023). Turizm ve yabancı dil bağlamında hazırlanan akademik yayınların sistematik literatür analizi. İçinde: Ed. Balcı, T. & Öztürk, A. O. & Aksöz, M. *Schriften zur Sprache und Litratür VII*, Konya; Çizgi Kitabevi, S. 345-362.
- Ütnü, G. (2023). Turizm ve yabancı dil bağlamında hazırlanan akademik yayınların sistematik literatür analizi. (Master's thesis, Batman Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü).
- Watson, N. J. (2022). Literary Tourist. In: Sílvia Quintero & Maria José Marques (ed). *Working Definitions in Literature and Tourism: A Research Guide* (ss. 93-94).
- Wikipedia (2023, 7 Kasım). https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Frankfurt_Am_Main-Goethe-Haus-Ansicht_am_Grossen_Hirschgraben.jpg
- Wikipedia (2023, 7 Kasım). https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Diagon_Alley3.jpg
- Wikipedia (2023, 7 Kasım). https://commons.wikimedia.org/wiki/File:A_Livraria_Lello_e_Irm%C3%A3o-A_ponte_de_encanto.jpg
- Wikipedia (2023, 8 Kasım). https://en.wikipedia.org/wiki/Charles_Dickens_Museum#/media/File:Charles_Dickens_Museum_London.jpg
- Wikipedia (2023, 8 Kasım). [https://en.wikipedia.org/wiki/Shakespeare%27s_Birthplace#/media/File:Shakespeare's_Birthplace_\(rear_view\)_Stratford-upon-Avon2.jpg](https://en.wikipedia.org/wiki/Shakespeare%27s_Birthplace#/media/File:Shakespeare's_Birthplace_(rear_view)_Stratford-upon-Avon2.jpg)
- Wikipedia (2023, 8 Kasım). https://en.wikipedia.org/wiki/George_Peabody_Library#/media/File:George-peabody-library.jpg
- Yamac E. Z. (2022). Concretizing the fictional places in literary works and bringing them to tourism: Zeyniler Village Calikusu House. *University Of South Florida (Usf) M3 Publishing*, 16(9781955833103), 8.
- Yardımcı, A. & Balcı, U. (2023). Edebiyat turizmi konulu akademik yayınların bibliyometrik analizi. 14. International Congress on Current Debates in Social Science, İstanbul: Ijopec Publication. S.
- Yiannakis, J. N., & Davies, A. (2012). Diversifying rural economies through literary tourism: A review of literary tourism in Western Australia. *Journal of Heritage Tourism*, 7(1), 33-44.