



Turizm Akademik Dergisi

Tourism Academic Journal

www.turizmakademik.com



Kültür Turizmi ve Etkileri Konusunda Turizm Öğrencilerinin Algılarının Belirlenmesi

Melihat YILDIRIM SAÇILIK^a, Aytaç TOPTAŞ^a

^a Bandırma Onyedü Eylül Üniversitesi, Erdek Meslek Yüksekokulu, BALIKESİR

Öz

Dünya Turizm Örgütü (UNWTO) verilerine göre kültür turizmi, en fazla gelişme gösteren turizm çeşitleri arasında yer almaktadır. Kültür turizmi, bir toplumun alışkanlıklarını, kendi yaşam alanlarındaki soyut ve somut özelliklerini deneyimlemek için yapılan seyahatlerdir. Bu açıdan bir toplumun kültürünün korunması ve sürdürülebilirliğinin sağlanması için turizm sektörü aktörleri büyük önem arz etmektedir. Çalışmanın amacı, turizm sektöründe aktif bir şekilde görev alacak olan Turizm ve Otel İşletmeciliği bölümü önlisans öğrencilerinin, kendi kültürel değerlerinin farkında olup olmadıklarını tespit etmek ve gelecekte kültürel değerleri yayma konusundaki düşüncelerini belirlemektir. Çalışmada nitel araştırma desenlerinden "olgubilim" (fenomenoloji) deseni kullanılmıştır. Araştırmada veri elde etmek amacıyla Turizm ve Otel İşletmeciliği bölümü önlisans öğrencileri ile odak grup görüşmesi yapılmış ve elde edilen verilerin analizinde içerik analizi yöntemi kullanılmıştır. Analizler sonucunda görüşmeye katılan öğrencilerin % 25'inin yaşadıkları yörenin kültürel değerlerinin farkında olmadıkları ve kültür turizmi bilgilerinin yetersiz olduğu tespit edilmiştir. Görüşmeye katılan öğrencilerin % 75'inin yaşadıkları yörenin kültürel değerlerinin farkında olduğu ve çeşitli aktiviteler ile kültürlerini yayma düşüncelerinin olduğu belirlenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Kültür Turizmi, Kültürel Sürdürülebilirlik, Öğrenci Algısı.

Abstract

According to the World Tourism Organization, cultural tourism is among the most developed tourism varieties. Cultural tourism is a travel made to experience the habits of a community, the abstract and concrete features of their own living areas. In this respect, tourism sector actors are great importance for the preservation and sustainability of the culture of a society. The aim of the study is to determine whether the associate degree students of Tourism and Hotel Management Department who will actively act in the tourism sector, are aware of their cultural values and what their ideas about disseminating cultural values. In the study, phenomenology design which is one of the qualitative research methods was used. In order to obtain data in the research, focus group interview was made with the associate students of Tourism and Hotel Management Department and analysis method was used in the analysis of the obtained data. As a result of the analysis, it has been determined that 25% of the students who participated in the interview were not aware of the cultural values of the region they have lived and their information about cultural tourism, was inadequate. It has been determined that 75% of the interviewed students are aware of the cultural values of the region they lived and that they have some ideas of spreading cultures through various activities.

Keywords: World Tourism Organization Cultural Tourism, Associate Degree Students, Tourism.

JEL CODE: Z39

Makalenin Geçmişi:

Gönderim Tarihi : 14.08.2017

Düzeltilme : 27.10.2017

Kabul : 19.11.2017

GİRİŞ

İlk turizm seyahatlerinin merak unsuru içerdiği ve tamamen araştırmaya dönük yapıldığını söylemek mümkündür (Genim, 2002). Bu geziler diğer insanların nasıl yaşadığı, ne yediği, ne içtiği, ne giydiği, nasıl barındığı vb. merak unsurlarını içermektedir. Tamamen kültürel içeriklerin öğrenilmeye çalışıldığı bu gezilerin, ziyaret edilen destinasyonda meydana getirdiği etkiler çeşitlilik göstermekle birlikte, destinasyonun ekonomik ve sosyal gelişimine de büyük katkı sağlamaktadır. Toplumların bir örnek olmadığı yargısından yola çıkıldığında, farklı toplumlardaki insanların yaşam tarzları, yeme-içme alışkanlıkları, giyim tarzları kısaca folklorik yapıları, turizmin diğer bir ifadeyle kültür turizminin çıkış noktasını oluşturmaktadır. Kültür turizminin geliştirilmesinde topluma ait özelliklerin, yine toplumun bireyleri tarafından çeşitli etkinlikler aracılığıyla yaygınlaştırılması gerekir. Burada kilit noktada bulunan aktörler, özellikle genç kuşaklardır. Toplumun kültürel yapısının korunması, gelecek nesillere aktarılması ve sürdürülebildiğinin sağlanması, genç kuşakların bilinçlenmesi ve kültürel algılarının belirginleşmesi ile gerçekleşir. Yapılan bu çalışmada Turizm ve Otel İşletmeciliği öğrencilerinin, yaşadıkları toplumun kültürlerine hâkimiyetleri ölçülmeye ve sahip oldukları kültürel fonksiyonları yayma konusundaki fikirleri öğrenilmeye çalışılmıştır.

KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Kültür

Kültür kavramı antropologlar tarafından ilk defa 19. Yüzyılın sonlarında geliştirilmiştir. İlk ve açık tanımı İngiliz antropolog Sir Edward Burnett Tylor yapmıştır. Tylor kültürü kişinin, toplumun bir üyesi olarak kazandığı bilgi, inanç, sanat, hukuk, ahlak, adet, gelenek, alışkanlık ve yeteneklerin karmaşık bütünü olarak tanımlamıştır. Tylor'dan sonra yapılan tanımlarda genel olarak kültür, bir toplumun paylaştığı ve üyelerine yaydığı görüşler, değerler ve algılar şeklinde tanımlanmıştır (Haviland & Mcbride, 2008). Taylor'un tanımında kültürün öğrenilen bir değer, üst kuşaklardan devralınan bir miras olduğu vurgulanmaktadır. Kültür tanımlarını incelediğimiz zaman, üç ortak yön ortaya çıkmaktadır. Kültür üst kuşaklardan miras olarak devralınır, miras yaşanır ve sonraki kuşaklara yine bir miras olarak devredilir (Aktan & Tutar, 2007). Birbirinden farklı pek çok tanımı olmakla birlikte toplumların kendi içlerindeki birlikteliğin kurulmasında ve kuvvetlenmesinde bütünleştirici bir rol de üstlenen kültürün tarihsel, sürekli, toplumsal ve değişen bir olgu olduğu söylenebilir (Güvenç, 2005: Akt; Dikmen & Doruk, 2016). Bir insan topluluğunun becerileri, yetenekleri, gelenek ve görenekleri ile sanatlarını topyekûn ele alan

ve o toplumun yaşama şeklini oluşturan kavram, kültür olarak tanımlanabilir (Usal & Kuşluvan, 2002). 1982 yılında UNESCO tarafından düzenlenen Dünya Kültür Politikaları Sonuç Bildirgesi'nde kültür, bir toplumu ya da toplumsal bir grubu tanımlayan belirgin maddi, manevi, zihinsel ve duygusal özelliklerin bileşiminden oluşan bir bütündür. Kültür, sadece bilim ve edebiyat değil, aynı zamanda yaşam biçimlerini, insanın temel haklarını, değer yargılarını, gelenek ve inançlarını da kapsayan olgu olarak tanımlanmıştır (Uygur & Baykan, 2007). Bir kimlik ögesi olan kültür, toplumun gelenegini göreneğini, yaşama biçimini, adetlerini, alışkanlıklarını kapsayan bir kavramdır (Duran, 2009).

Kültür Türleri Tipolojisi

Kültür, genel olarak bir toplumun "maddi" ve "manevi" değerler bütünü olarak tanımlanır. İnsan bir kültüre hazır doğar ve çevresinde karşılaştığı her şey maddi ve manevi kültürün unsurlarıdır. İnsan bir kültür içinde büyür; bu yönüyle kültür, insan davranışının öğrenilen yönünü oluşturur (Özbek, 2000; Akt: Aktan & Tutar, 2007). Kültürü taşıyıcısına, egemenlik alanına, çıkış veya yaratılış kaynaklarına, görünüş ve biçimine göre sınıflandırmak mümkündür. Bu sınıflandırmada esas alınan kültür ölçütleri "*bireysel kültür ve toplumsal kültür, genel kültür, üst kültür ve alt kültür, maddi kültür ve manevi kültür, ulusal ve evrensel kültür*" olarak nitelendirilmektedir. Bireysel kültür, bireyin içine doğduğu genel kültürden aldığı somut ve soyut değerler bütünüdür. Toplumsal kültür, bir toplumu oluşturan bireylerin paylaştıkları duygu, düşünce, davranış ve inançlardan oluşan norm ve değerler toplamıdır. Kısaca toplumun yaşam biçimidir. Genel kültür, özel bir toplumun genel alışkanlıkları, değerleri, inançları, sanat ve mimari şekilleri, kısaca soyut ve somut tüm değerlerini ifade eder. Alt kültür, bir topluma hâkim olan genel kültür veya üst kültürden farklılık gösteren ve azınlık gruplarınca benimsenen kültürdür. Maddi kültür, insanların doğayla mücadelesi sonucunda ortaya çıkardığı fiziksel faktörleri içerirken, doğayı, evreni ve insanı anlamak için oluşturduğu inanç ve değerleri manevi kültürü oluşturmaktadır. Ulusal ve evrensel kültür, bir topluma veya bir millete özgüdür. Törenler, alışkanlıklar, mimari ve sanat eserleri, barınma ve giyinme biçimleri toplumlara has olgulardır (Aktan & Tutar, 2007).

Kültürel Miras

Kültürel miras insanoğlunun binlerce yıllık yaşam deneyiminin, aklının ve yaratıcılığının günümüze ulaşmış somut ve somut olmayan değerleridir (Ünsal ve Pulhan, 2012). UNESCO'nun 17 Ekim 2003 tarihinde kabul ettiği, Türkiye'nin de 27 Mart 2006 tarihinde resmen taraf olduğu "Somut Olmayan Kültürel Mirasın Korunması Sözleşmesi"nin önemli amaçlarından biri,

bu mirasın önemi konusunda yerel, ulusal ve uluslararası düzeyde duyarlılığı ve farkındalığı artırmaktır. Diğer yandan küreselleşmenin getirdiği “tek tip”leştirici etkilerle yok edilmekte olan kültürel çeşitliliği ve kültürel mirası korumaya, kültürlerarası itişme ve kutuplaşmanın yaşandığı bir dünyada bunun sıkıntılarını aşmaya çalışan SOKÜM Sözleşmesi'nin “somut olmayan kültür” kavramı ve bu alanı tanımlayan yaklaşımı, koruma, yaşatma ve geliştirme amacı altında önemli fırsatlar yaratmaktadır (Kutlu, 2009).

Kültür Turizmi

Sosyo-kültürel değerlerin ve doğal çevresel özelliklerin korunması ve sürdürülebilirliğinin sağlanmasında en etken araç turizmdir. Uygur & Baykan (2007)'e göre kültür, doğal tarihi ve kültürel varlıklar, sanat eserleri, sosyo-ekonomik olgular turistik bir ürün biçiminde gezginlerin hizmetine sunulan bir turizm anlayışıdır.

Turizmin başlangıcının tatil amaçlı yapılan gezi olmadığını belirten Genim (2002), ilk gezilerin bilinmeyi, görülmeyi görme ve öğrenme içgüdüleriyle yapılan kültürel geziler olduğunu belirtmiştir. Kültür turizmi, “bir bölgede yaşayan bir insan grubuna özgü somut ve soyut özelliklerinin, ziyaretçinin ilgi ve amacına göre gerçek ortamında deneyimlenmesi için yapılan seyahat” olarak tanımlamak mümkündür (Bahçe, 2009). Arınç'a (2002) göre kültürel amaçlı seyahat eden insanlar, eski medeniyetlerin ya da kültürlerin izlerini görme isteğinin yanı sıra kendi kültürleri dışındaki kültürlere de ilgi duymaktadırlar. Silberberg (1995), kültür turizmini bir toplumun, bölgenin, grubun veya kurumun tarihine, sanatına, bilimine, yaşam tarzına/mirasına tamamen veya kısmen motive olmuş ev sahibi topluluk dışındaki insanların ziyaretleriyle ilişkilendirmiştir. Ryan (2002), kültür turizmini, yerel kültür ve değerlere saygılı; entelektüel ve nitelikli bir etkinlik biçimi olarak ele almaktadır. Beeho & Prentice (1996) göre, kültür turizmi, “bireylerin her zaman ikamet ettikleri yerlerden ayrılarak, kültürel ihtiyaçları tatmin etmek ve başka kültürler hakkında bilgi edinmek amacıyla kültürel çekiciliklere seyahat etmeleridir.

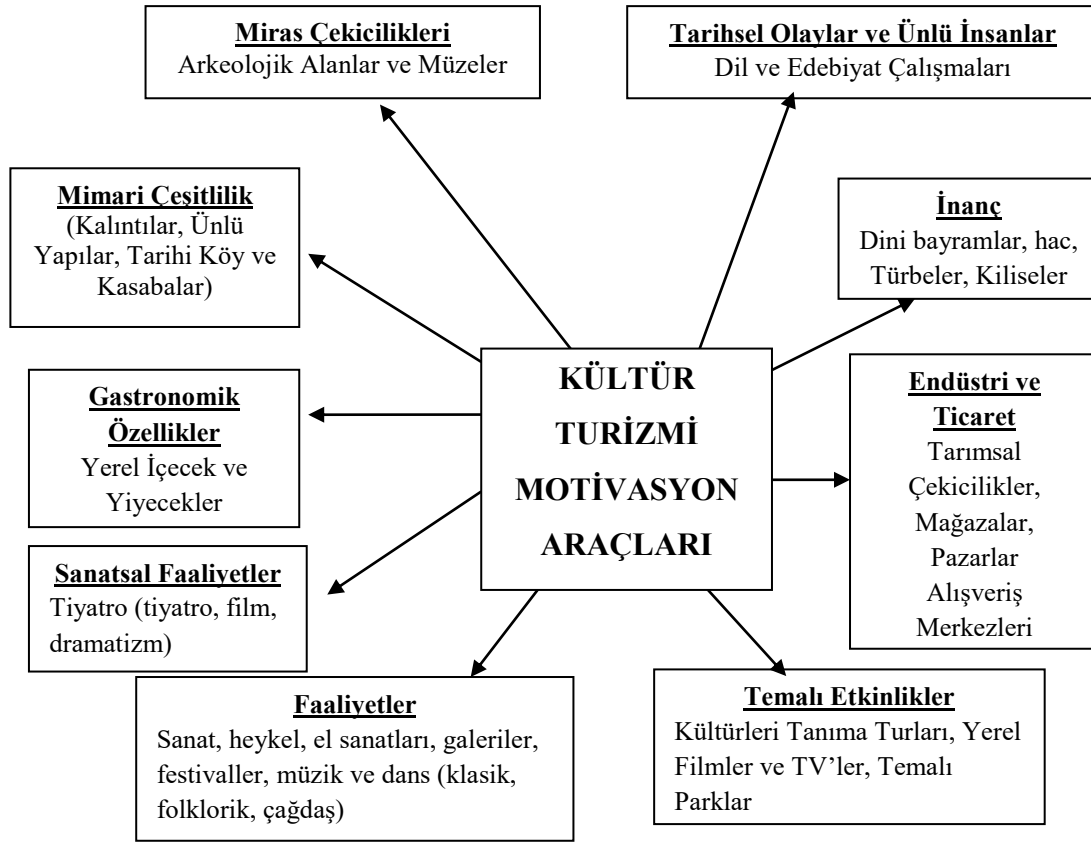
Kültür turizmi, yerel halkın nasıl yaşadığını, geleneklerini turiste en iyi şekilde aktaran turizm ürünü çeşididir ve uygulandığı yere birçok fayda sağlamaktadır (Saarinen vd., 2014). Kültür turizmin; bireylerde tarih ve kültürel miras bilincini artıran bir hatırlatıcı unsur olduğunu savunan Cave, vd. (2001), yerel halkın yaşam kalitesini yükseltmeyi ve geleneksel yaşam tarzlarını korumayı amaçlayan turizm biçimi olduğunu belirtmiştir. Kültür turizmi çeşitlerinin destinasyona sağladığı faydaların üzerinde duran Timur, Çevik & Kıcı (2014) ve Çevik & Saçılık'a (2015) göre kültür, toplumda kaynaşma oluşturarak sosyal gelişmeye katkı

sağlamaktadır. Benzer şekilde, Er & Bardakoğlu (2016), turistik destinasyonun sahip olduğu kültürel mirasın doğru kullanımıyla turizme kazandırılması yöre, bölge ve ülke ekonomisine ciddi katkılar sağladığını belirtmişlerdir. Aynı zamanda, turistlerin farklı kültürleri tanımak için yapmış oldukları seyahat ve konaklamalar, gitmiş oldukları yörelere ekonomik katkı sağladığından dolayı kültür turizmi giderek artan bir öneme sahip olmaktadır. Kültür turizmi, kültürel değerlerin korunmasını sağladığı gibi önemli gelir sağlayıcı etkiye sahiptir (Arınç, 2002; Kızıllırmak & Kurtuldu, 2005). Kültür turizmi, müzelerde, sanat galerilerinde, tarihsel alanlarda ve konaklama işletmelerinde istihdam olanağının doğmasına ve ekonomik canlılığın artmasına sebep olmaktadır ve birçok sektörü etkileyerek turizm hareketlerinin tüm yıla yayılmasını da sağlamaktadır. (Öztürk & Yazıcıoğlu, 2002).

Ziyaret edilen bölgedeki yöre insanların karakterlerini ve kültürel mirasını öğrenmeye dayalı bir turizm türü olan kültür turizminde; etkileşim, katılım ve öğrenme seyahat motifleri olarak kabul edilmektedir (Lyncha, vd, 2011). Genel anlamda eski sanat eserlerinin, tarihi yapıların, müzelerin, eski uygarlıkların ve onlara ait kalıntıların görülmesi amacı, araştırma, kesif ve dini amaçlı seyahatler (Toskay, 1993), yerel mimari ve orijinal özellikler, kütüphaneler, yerel mutfak, festivaller ve fuarlar, tiyatro ve sinema (Tunç & Saç, 1998; Dinçer & Ertuğral, 2000), müzik ve dans, lisan ve edebi çalışmalar ve alt kültürleri tanıma amacıyla yapılan seyahatler, (Kızıllırmak & Kurtuldu, 2005) kültür turizminin motivasyon araçları olarak görülmektedir. Kültür turizmine katılımda etkili olan motivasyon araçları bir bütün halinde Şekil 1'de gösterilmiştir.

Sürdürülebilir Kültür Turizmi

Destinasyonda etkin bir kültür turizmi gelişiminden söz edebilmek için kültür, miras ve turizmin birbiriyle bağlantılı ve doğru yönetilmesi gerekmektedir (Çekül Vakfı, 2012). Bu kapsamda, turizme konu olan varlıkların gelecek kuşaklara aktarılacak şekilde korunması ve geliştirilmesi, kısaca sürdürülebilirliğin sağlanması rasyonel bir davranış niteliğindedir. Sürdürülebilir kültür turizmi planlaması yapılırken; destinasyonun sahip olduğu kültürel mirasın doğru bir şekilde belirlenmesi ve sürdürülebilirlik anlayışı içerisinde yönetilmesi gerekmektedir. Kültürel mirasın dolayısı ile destinasyonun sahip olduğu kaynakların turizmin olumsuz etkilerinden zarar görmesini önleyebilmek adına sosyal, çevresel, ekonomik, kültürel sürdürülebilirlik ilkelerinin bir arada benimsenmesi turizm paydaşları tarafından dikkatle üzerinde durulması gereken konular arasındadır (Du Cros, 2001). Destinasyon planlama sürecinde turist, özel sektör, kamu sektörü, yerel halk, yerel yönetimler, bölgesel ve uluslararası örgütler



Şekil 1: Kültür Turizmi Motivasyon Araçları

Kaynak: Richard G. (1996). Cultural Tourism in Europe, CABI, Wallingford, UK. ve Richard, Gerry, (2001). Cultural Attractions and European Tourism, CABI Publishing Newyork (Akt. Kızılrnak & Kurtuldu, 2005)' den yararlanılarak hazırlanmıştır.

ve üniversitelerin birlikte hareket etmesi, kültür turizminin sürdürülebilirlik anlayışı içerisinde gelişmesine işlerlik kazandıracaktır (Mowforth ve Munt, 1998: Akt. Er & Bardakoğlu, 2016).

Kültür Turizmi Algısı

Kültür turizminin işlerlik kazanmasında yerel halk ve özellikle genç kuşakların kendi kültürlerinin bilinciyile, kültürel algılarının gelişmiş olması gerekir. Bu açıdan yapılan literatür taramasında, kültür turizmi algısının ele alındığı birçok çalışmaya rastlanmıştır. Kültür turizmine yönelik turistlerin algılarını inceledikleri çalışmalarında Lyncha, vd. (2011), demografik özelliklerin kültür turizmi algısını ve kültür turizmine katılım oranlarının değiştirdiğini belirtmiştir. Çalışmada yaşlı ve eğitilmiş turistlerin, öğrenme temalı kültürel faaliyetlere daha fazla ilgili olduğu, fiziksel aktivite gerektiren faaliyetlere karşı ilgisiz olduklarından bahsedilmiştir. Kızılrnak & Kurtuldu, (2005) çalışmalarında tüketici tercihlerinin belirlenmesinde kültürel turizmin önemini irdelemişlerdir. Gelir seviyesi, eğitim düzeyi ve turizm bilinç düzeyi yüksek ve turizmi bir öğrenme şekli ve yaşam biçimi olarak kabul eden turistlerin, kültürel turizm kaynaklarında

daha fazla yararlandığı, çalışmada ortaya çıkan bulgular arasındadır. İstanbul'u ziyaret eden yabancı kültürel turistleri, seyahat motivasyonu ve kültürel hizmet tüketimi sonrasında elde ettikleri deneyime göre tipolojilerini belirledikleri çalışmalarında Altunel & Kahraman, (2012) turistin seyahat kararında kültür turizmine verdiği önem derecesinin belirlenmesi amaçlanmıştır. Araştırmada, McKercher ve DuCros'un (2003), turist tipolojileri (*takiben amaçlı-derin deneyimli, gezici-yüzeysel deneyimli, sıradan-yüzeysel deneyimli, kazara-yüzeysel deneyimli ve rastlantısal-derin deneyimli*) sınıflandırmasını kullanmışlardır. Amaçlı-derin deneyimli turistlerin genellikle orta ve yaşlı, evli, çalışan, emekli ve düzenli bir gelire sahip olduklarını, diğer rastlantısal- kazara-sıradan- yüzeysel deneyimli turistlerin genellikle genç, bekar, öğrenci ve düzenli gelire sahip olmayan bireylerden oluştuğu sonucuna varmışlardır.

Amaç ve Yöntem

Çalışmanın amacı, turizm sektöründe aktif bir şekilde görev alacak olan Turizm ve Otel İşletmeciliği bölümü önlisans öğrencilerinin, kendi kültürel de-

ğerlerinin farkında olup olmadıklarını tespit etmek ve gelecekte kültürel değerleri yayma konusundaki düşüncelerini belirlemektir. Çalışmada nitel araştırma desenlerinden “olgubilim” (fenomonoloji/ phenomenology) deseni kullanılmıştır. Olgubilim (fenomonoloji/ phenomenology) deseni, farkında olunan ancak derinlemesine ve ayrıntılı bir anlayışa sahip olunmayan olgulara odaklanmak anlamına gelmektedir (Yılmaz & Şimşek, 2011). Araştırmada veri elde etmek amacıyla Turizm ve Otel İşletmeciliği bölümü önlisans öğrencileri ile odak grup görüşmesi yapılmıştır. Odak grup görüşmesi, nitel araştırma desen ve yöntemleri içinde sınırları belirli bir konuya odaklanmış ve grupla yapılan görüşme tekniğidir. Odak grup görüşmelerinin amacı, belirlenen bir konu hakkında katılımcıların bakış açılarına, yaşantılarına, ilgilerine, deneyimlerine, eğilimlerine, düşüncelerine, algılarına, duygularına, tutum ve alışkanlıklarına dair derinlemesine, detaylı ve çok boyutlu nitel bilgi edinmektir. Grup görüşmelerinde sorulara verilen yanıtlar, gruptaki bireylerin birbirleri ile etkileşimleri sonucu oluşur. Grupta bir bireyin soruya verdiği yanıtın diğer bireyler tarafından duyulması, onlara, kendi düşüncelerini verilen bu yanıt çerçevesinde oluşturma fırsatını verir (Stewart & Shamdasani, 1990; Kitzinger, 1994; Krueger, 1994; Yıldırım & Şimşek, 2011). Katılımcılardan veri elde edebilmek için örnekleme yöntemine gidilmiş ve maksimum çeşitlilik örnekleme yöntemi kullanılmıştır. Maksimum çeşitlilik örneklemede amaç, görece olarak küçük bir örneklem oluşturmak ve bu örnekleme çalışılan problemde taraf olabilecek bireylerin çeşitliliğini maksimum derecede yansıtmaktır. Maksimum çeşitlilik örneklemede asıl amaç genelleme yapmak değil, çeşitlilik gösteren durumlar arasında herhangi ortak ya da paylaşılan olguların olup olmadığını bulmaya çalışmak ve bu çeşitliliğe göre problemin farklı boyutlarını ortaya koymaktır (Yıldırım & Şimşek, 2011).

Çalışmada odak grup görüşmeleri dört farklı oturumda gerçekleştirilmiştir. Toplamda 20 öğrencinin katıldığı odak grup görüşmelerde veri elde etmek için Burcu (2002)'nin aktardığı ve Krueger (1994)'in oluşturduğu “*odak grup bilgi formu*” kullanılmıştır. Görüşmelerde ses kayıt cihazı kullanılarak veriler kayıt altına alınmıştır. Görüşmelerden elde edilen verilerin içerik analizi ile çözümlenmesi gerçekleştirilmiştir. Katılımcılara belli bir düzen içinde sıralanmış 10 adet açık uçlu soru yöneltilmiştir. Sorular; açılış, tanıtma, geçiş, anahtar, araştırma, kapanış ve final soruları şeklinde (Krueger, 1998; Aktaran, Çokluk, vd. (2011).) düzenlenmiştir.

Odak Grup Bilgi Formu

Odak Grup Tarihi: 6.03.2013

Odak Grup Bölgesi/Yeri: Bandırma Onyedi Eylül Üniversitesi, Erdek Meslek Yüksekokulu

Katılımcıların Sayısı/Tanımı: 20

Odak Grup Ana Konusu: Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Bölümünde Eğitim Alan Öğrencilerin, Kültür Turizmi Algısı

Sorular

- Lütfen isminizi söyleyip kendinizi kısaca tanıtmısınız?
- Hiç kültür turuna katıldınız mı?
- Kültür kavramı size ne ifade eder?
- Balıkesir ili doğal ve kültürel değerleri açısından zengin midir?
- Kültür Turizmi kavramı size ne ifade eder?
- Balıkesir ili doğal ve kültürel değerlerini yeterince gösterebiliyor mu?
- Kültür Turizminin destinasyona etkileri nasıl olabilir (Ahlaki Değerler, Çevresel Etki, Kültürel Kimlik, Ekonomik)?
- Kendi memleketinin kültürel değerler nelerdir?
- Kültür turizmine katılmada sizi ne motive eder?
- Gelecekte kültür turizmine katkılarınız ne olabilir?

Örneklem

Araştırmanın örneklem grubunu 2016/2017 öğretim yılında Bandırma Onyedi Eylül Üniversitesi Erdek Meslek Yüksekokulu Turizm ve Otel İşletmeciliği bölümü önlisans programı I. ve II. sınıfında öğrenim gören on biri kız ve dokuzu erkek olmak üzere toplam 20 öğrenci oluşturmaktadır. Görüşme yapılan öğrencilere görüşme konusu hakkında kısa bilgi verilmiş ve isteği doğrultusunda odak grup görüşmesine alınmıştır.

Veri Analizi

Görüşmelerde katılımcılardan veri elde edebilmek amacıyla görüşme sorularını içeren bir form oluşturulmuş ve odak grup görüşmesi bu sorular çerçevesinde gerçekleştirilmiştir. Görüşme esnasında ses kayıt cihazı kullanılmış ve aynı zamanda not alma ile veriler, kayıt altına alınmıştır. Elde edilen veriler içerik analizi teknikleri ile çözümlenmiştir. İçerik analizi, toplanan verilerin açıklanarak kavram ve ilişkilere ulaşıldığı bir süreçtir. İçerik analizine göre nitel araştırma verileri dört aşamada analiz edilir; Verilerin kodlanması, temaların bulunması, kodların ve temaların düzenlenmesi, bulguların tanımlanması ve yorumlanmasıdır. (Yıldırım & Şimşek 2005:227). Çalışmada öncelikle veriler kodlanmış ve temalar bulunarak bulgulara ulaşılmıştır. Bu süreçte ilk olarak elde edilen veriler kendi

içinde anlam oluşturacak şekilde bölümlere ayrılarak, her bölüm kodlanmış ve kavramsal olarak ne anlam ifade ettiği tespit edilmiştir. Kodlama işleminin ardından kodlara belirli düzeyde anlam yükleyen temalar bulunmuştur. Analiz sonucu elde edilen bulgular tablolar halinde sunulmuştur.

Bulgular

şeklinde tanımlanmışlardır. Analiz sonucundaki kodlamalar, öğrencilerin kültür tanımında halkın değerlerine, adetlerine, gastronomik özelliklerine, folklorik yapısına ve kültürel mirasına önem vermiş olduklarını göstermektedir.

Kültür turizmi algısının ölçülmeye çalışıldığı bu bölümde öğrenciler, “*kültür turizminin*” bir kültürel araştırma ve tanıma, eski yerlerin turizme kazandırma,

Tablo 1: Katılımcıların Kültür Tanımı Algılarının Kodlanması

Tanıma Sorusu	Görüş (Doğrudan Alıntı)	Verilerin Kodlanması	Temaların Tanımlanması
Kültür kavramı size ne ifade eder?	-Maddi ve manevi değerler bütünü. Bir milletin geçmişten günümüze kadar getirdiği değerler, gelenek görenekler, kıyafetler, yemekler, oyunlar, yaşam şekli, folklorik yapılarıdır. Ülkenin ulusal alışkanlıklarıdır. Ülkenin kendine ait değerleri, şiveleri	Kültürün Tanımı -Maddi ve Manevi Değerler -Çeşitli Örf – Adet - Gelenek- Görenekler -Yemekler -Kıyafetler- Yaşam Tarzı- Oyunlar -Ülke Değerleri- -Ulusal Alışkanlık	Değerler Çeşitli Adetler Gastronomi Folklorik Yapı Kültürel Miras

Araştırmaya katılan öğrenciler, “*kültür*” kavramını halkın maddi ve manevi değerleri, sahip olduğu yaşam tarzı, halkın kılık kıyafeti, düğün ve ölüm trenlerindeki örf adet gelenek ve göreneklere ve ulusun alışkanlıkları

kültürün devam ettirme, farklı kültürdeki insanların ilgisini kazanma konularında araç olduğu kanısındadırlar. Analiz sonucundaki öğrencilerin kültür turizmi algıları “*Kültürel Araştırma ve Kültürel Tanıtım*,

Tablo 2: Katılımcıların Kültür Turizmi Algılarının Kodlanması

Tanıma Sorusu	Görüş (Dorudan Alıntı)	Verilerin Kodlanması	Temaların Tanımlanması
Kültür Turizmi kavramı size ne ifade eder?	--Kültürü araştırmak, unutmamak ve tanımak için yapılan gezilerdir. Bunun yanında yabancı turisti ülkeye çekmek için yapılan turizm amaçlı çalışmalardır.	Kültürün Turizminin Tanımı -kültür araştırması -kültürü tanıtmak - eski yerlerin turizme kazandırılması -kültür unutmamak -kültürün devam ettirilmesi -farklı kültürdeki insanların ilgisini ülkeye çekmek	Kültürel Araştırma Kültürel Tanıtım Restorasyon Kültürel Sürdürülebilirlik Turist Çekme

Restorasyon, Kültürel Sürdürülebilirlik ve Turist Çekme” baş göstereceği, kültür karmaşasının yaşanmasından dolayı kültürel yapının bozulacağı gibi olumsuz algılar olarak kodlanmıştır.

Tablo 3: Katılımcıların Kültür Turizminin Etkisi Algılarının Kodlanması

Tanıtmaya Sorusu	Görüş (Dorudan Alıntı)	Verilerin Kodlanması	Temaların Tanımlanması
Kültür Turizminin destinasyona etkileri nasıl olabilir (Ahlaki Değerler, Çevresel Etki, Kültürel Kimlik, Ekonomik)?	--Ekonomik getiri sağlar, çevresel açıdan alt ve üst yapı yatırımları artar. Ahlaki değerler açısından ufku genişletir ve aynı zamanda kültür karmaşası oluşma, özenme.	<p>Kültürün Turizminin Etkileri</p> <ul style="list-style-type: none"> -ufku genişletir -ileri görüş sağlar -yerel halk nazik davranışı öğrenir - ticaret gelişir, kazanç fazlalaşır -alt ve üst yapı gelişir -çevresel düzenleme artar -aşırı kalabalıktan mistik hava bozulur -inanç ve yaşam tarzı özentiliği başlar -kültür karmaşası olur ve kültürel kayboluş gerçekleşir. 	<p>İleri Görüş</p> <p>Nazik Davranış</p> <p>Ekonomik Getiri</p> <p>Olumlu Çevresel Gelişim</p> <p>Otantik Bozulma</p> <p>Özenti</p> <p>Kültürel Kimlik Karmaşası</p>

Kültür turizminin etkisinin belirlenmesi amaçlı bu bölümde öğrenciler, kültür turizminin destinasyona etkisinin olumlu ve olumsuz yanlarından bahsetmişlerdir. Kültür turizminin yığılmalardan dolayı mistik havayı bozacağı, inanç ve yaşam tarzı özentiliğinin

söz konusudur. Bunun yanında kültür turizminin halkın ufkunu genişleteceği, nazik davranışların benimseceği, ticaretin gelişmesi ile ekonominin canlanacağı, alt ve üst yapısının iyileşeceği ve çevre koruma bilincinin artacağı ile ilgili olumlu algılar da yer almaktadır.

Tablo 4: Katılımcıların Yaşadıkları Yerlerin Kültürel Değerleri Algılarının Kodlanması

Tanıtmaya Sorusu	Görüş (Dorudan Alıntı)	Verilerin Kodlanması	Temaların Tanımlanması
Kendi memleketinin kültürel değerler nelerdir?	--Yerel yemekleri, kendine has el sanatları ve kıyafetleri, kız isteme – düğün – ölüm törenleri, özlerine sahip çıkan yaşam tarzları ve inançları.	<p>Yaşanılan Yerin Kültürel Değerlerin Tanımı</p> <ul style="list-style-type: none"> -kendine has yemekleri -kendine has kıyafetleri -festivalleri -örf-adet-gelenek ve görenekleri -ibadet şekilleri -dini inançları -yaşam tarzı 	<p>Gastronomi</p> <p>Giyim-Kuşam</p> <p>Folklorik yapıları</p> <p>İnançlar</p> <p>Yaşam Tarzı</p> <p>Kültürel Kimlik</p>

Analiz sonucundaki öğrencilerin kültür turizminin destinasyona etkisi algıları “*Mistik Bozulma, Özenti, Kültürel Kimlik Karmaşası, İleri Görüş, Nazik Davranış, Ekonomik Getiri ve Olumlu Çevresel Gelişim*” olarak kodlanmıştır.

algılarının tamamen somut olmayan kültürel miras üzerine yoğunlaştığı görülmektedir. Analiz sonucundaki öğrencilerin kendi yaşadıkları yerlerdeki kültürel değer algıları “*Gastronomi, Giyim -Kuşam, Folklorik Yapı, İnançlar, Yaşam Tarzı ve Kültürel Kimlik*” olarak kodlanmıştır.

Tablo 5: Katılımcıların Kültür Turizmine Katılmadaki Motive Araçlarının Kodlanması

Tanıtmaya Sorusu	Görüş (Dorudan Alıntı)	Verilerin Kodlanması	Temaların Tanımlanması
Kültür turizmine katılmada sizi ne motive eder?	Yerel yemekleri öğrenmek, düğün-ölüm törenlerine tanık olmak, farklı adetlere şahit olmak, değişmeyen ve özü bozulmayan alışkanlıkları tanımak, yaşam tarzlarını görmek ve incelemek, tarihi mistik yapıyı tanımak, farklı dinsel ibadetleri görmek ve inanışları öğrenmek.	Motivasyon Araçları -toplumun yeme alışkanlıkları -örf adet gelenek ve görenekleri -bozulmamış folklorik yapı -yaşam tarzı -tarihi özellikler -ibadet şekilleri	Gastronomik Yapı Gelenek - Görenek Kültürel Kimlik Yaşam Tarzı Otantik Tarihi Yapı İnanç Şekilleri

Odak grup görüşmesine katılan öğrencilerin kendi yaşadıkları yerlerin kültürel değerlerinin farkında olup olmadıklarının öğrenilmesi için yönlendirilen bu soruya, yörelerinin kendine has yemekleri ve kıyafetleri, kız isteme-düğün- ölüm törenlerindeki

örf adetleri, ibadet şekilleri ve yaşam tarzları olarak cevap vermişlerdir. Burada öğrencilerin kültürel değer

Kültür turizmine katılında öğrencileri motive eden araçların neler olduğunun öğrenilmeye çalışıldığı bu bölümde, kültürün tüm içeriğinin verildiği görülmektedir. Yeme-içme alışkanlıklarını öğrenme, düğün-ölüm törenlerine tanık olma, farklı adetlere şahit olma, değişmeyen ve özü bozulmayan alışkanlıkları tanıma, yaşam tarzlarını görme ve inceleme, tarihi otantik

Tablo 6: Katılımcıların Gelecekteki Kültür Turizmine Katkı Fikirlerinin Kodlanması

Tanıtmaya Sorusu	Görüş (Dorudan Alıntı)	Verilerin Kodlanması	Temaların Tanımlanması
Gelecekte kültür turizmine katkılarınız ne olabilir?	--Yerel özellikleri içeren daha çok festivaller düzenlerim, turlar düzenlemekle birlikte tarihi gezilere ağırlık veririm, öncelikler bölge halkına bölgeleri hakkında farkındalık çalışmaları düzenlerim, her şeyden önce yerel halkın yaşam tarzı özelliğini korumasını sağlarım.	Kültür Turizmine Katkı Fikirleri -yerel yemek festivalleri -tarihi turlar -yerel halkın bilgilendirilmesi -öz yapı ve yaşam tarzının korunması	Gastronomi Festivalleri Tarihi Turlar Farkındalık Oluşturulması Yaşam Tarzı Korunması Folklorik Yapının Korunması

yapıyı tanıma, farklı dinsel ibadetleri görme ve inanışları öğrenme, öğrenciler tarafından kültür turizmine katılmada kendilerini motive eden araçlar olarak belirtilmiştir. Analiz sonucundaki öğrencilerin kültür turizmine katılmadaki motive araçları “*Gastronomik Yapı, Gelenek - Görenek, Kültürel Kimlik, Yaşam Tarzı, Mistik Tarihi Yapı ve İnanç Şekilleri*” olarak kodlanmıştır.

Gelecekte öğrenciler, kendi kültürlerini yaymak için etkili fikirler üretmişler ve bu konuda kendilerini geliştirme amacı taşıdıkları görülmüştür. Kültürün tanıtımı için öğrenciler öncelikle her şeyden önce yerel halkın yaşam tarzının korunmasını sağlamak, yerel halkın kendi değerlerinin farkında olması için çalışmalar düzenlemek, festivallerin ve turların bu konuda etkinliğini artırmak, gibi düşünceleri olduğu görülmüştür. Analiz sonucundaki öğrencilerin kültür turizmine katkıları “*Gastronomi Festivalleri, Tarihi Turlar, Farkındalık Oluşturulması, Yaşam Tarzı Korunması, Folklorik Yapının Korunması*” olarak kodlanmıştır.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Gelecekte turizm sektöründe görev alacak ve turizm eğitiminin henüz başında olan öğrencilerin kültür, kültür turizmi ve bu konudaki fikirleri kültürel sürdürülebilirliğin sağlanmasında büyük önem arz etmektedir. Ayrıca öğrencilerin kültür algılarının ortaya çıkarılması ve farkındalık düzeylerinin belirlenmesi, turizm eğitimindeki eksikliklerin ya da yapılan yanlışların bilinmesi açısından yararlı olabilmektedir. Odak grup görüşmelerinden elde edilen veriler ışığında bir genelleme yapmak ve sonuca ulaşmak doğru bir çıkarım olmamakla birlikte, bu görüşler ışığında önerilerde bulunmak en doğru seçenek olabilmektedir.

“*Kültür*” kavramı öğrenciler tarafından halkın maddi ve manevi değerleri, sahip olduğu yaşam tarzı, halkın kılık kıyafeti, düğün ve ölüm trenlerindeki örf adet gelenek ve görenekleri ve ulusun alışkanlıkları şeklinde tanımlanmıştır.

Araştırmaya katılan öğrencilerin “*kültür turizmi algısı*”, bir kültürel araştırma ve tanıma, eski yerlerin turizme kazandırma, kültürün devam ettirme, farklı kültürdeki insanların ilgisini kazanma olarak belirlenmiştir. Öğrenciler arasında kültür turizminin yığılmalardan dolayı otantik havayı bozacağı, inanç ve yaşam tarzı özentiliğinin baş göstereceği, kültür karmaşasının yaşanmasından dolayı kültürel yapının bozulacağı gibi olumsuz algılar yaygın durumdadır. Bunun yanında, kültür turizminin halkın ufkunu genişleteceği, nazik davranışların benimseneceği, ticaretin gelişmesi ile ekonominin canlanacağı, alt ve üst yapısının iyileşeceği ve çevre koruma bilincinin artacağı ile ilgili olumlu algılar da yer almaktadır.

Çalışmadaki önem arz eden diğer bir konu da araştırmaya katılan öğrencilerin kendi yaşadıkları yerlerin kültürel değerlerinin farkında olup olmadıkları durumudur. Birçok öğrencinin, kendi öz kültürlerinin farkında olup, yörelerinin kendine has yemekleri ve kıyafetleri, kız isteme-düğün-ölüm törenlerindeki örf adetleri, ibadet şekilleri ve yaşam tarzları konusunda detaylı bilgiye sahip oldukları görülmüştür. Bunun yanında bazı öğrenciler, kendi kültürel değerleri konusunda hemen hiç bilgi sahibi değildir.

Kültür turizmine katılında öğrencileri motive eden araçlar, bir kültürün yeme-içme alışkanlıklarını öğrenme, düğün-ölüm törenlerine tanık olma, farklı adetlere şahit olma, değişmeyen ve özü bozulmayan alışkanlıkları tanıma, yaşam tarzlarını görme ve inceleme, tarihi mistik yapıyı tanıma, farklı dinsel ibadetleri görme ve inanışları olarak belirtilmiştir.

Öz değerlerin korunması, kültürel sürdürülebilirliğin sağlanması için bu konuda bir bilinç oluşturulmaya çalışılan öğrencilerin fikirleri, büyük önem arz etmektedir. Gelecekte öğrenciler, kendi kültürlerini yaymak için etkili fikirler ürettikleri ve bu konuda kendilerini geliştirme amacı taşıdıkları görülmüştür. Kültürün tanıtımı için öğrenciler öncelikle her şeyden önce yerel halkın yaşam tarzının korunmasını sağlamak, yerel halkın kendi değerlerinin farkında olması için çalışmalar düzenlemek, festivallerin ve turların bu konuda etkinliğini artırmak, gibi düşünceleri olduğu görülmüştür.

Araştırmadan elde edilen sonuçlar ışığında şu önerilerde bulunmak mümkündür.

Üniversitelerde Turizm Coğrafyası dersi altında öğrencilerin geldikleri yerlerin kültürel özellikleri derinlemesine işlenmelidir. Söz konusu özelliklerin tanıtımı ve pazarlanması için rol - modeller geliştirilmelidir. Bunun yanında üniversiteler tarafından verimli kültür turları sık sık düzenlenmelidir.

Yöresel tanıtımların kültürün aktarılması ve sürdürülebilirliğindeki etkisi göz önünde bulundurularak, tanıtım çalışmaları için öğrencilerin Kültür ve Turizm Bakanlığı Turizm Danışma Büroların aracılığıyla pratik yapmaları sağlanmalıdır. Kitle iletişim araçlarından en çok kullanılan televizyonda çok seyredilen kanallarda kültürel yayınların içeriği kontrol edilerek çoğaltılmalıdır.

Sonuç olarak kültürün yaygınlaştırılması, nesilden nesle aktarılması ve sürekliliğinin sağlanması, genç kuşakların bilinçlenmesi ve kültürüne sahip çıkması aracılığıyla gerçekleşmektedir. Gençlerin, özellikle turizmi bir uğraş olarak seçen öğrencilerin kendi kültürlerinin farkında olmaları ve kültürel sürdürülebilirliği

sağlaması, etkinlikler gerçekleştirilmesi üniversite gibi eğitim kurumlarının öncelikli görevleri arasında bulunmalıdır.

Geleceğin şekillenmesi, kültürel değerlerimizin bozulmadan gelecek kuşaklara aktarılması ve Türkiye gibi gelişmekte olan ülkelerin en önemli arz kaynağı olan kültürden turizm alanında doğru bir biçimde yararlanılması, sürdürülebilir büyüme ve kalkınma için büyük önem taşımaktadır. Bu aşamada yerel ve ulusal tüm paydaşların söylemden ziyade katılımcı tavır sergilemeleri gerekmektedir. Bu sebeple, tüm paydaşlarla turizm ve kültür çalışmaları ayrıca irdelenmelidir.

Özellikle somut olmayan kültürel mirasın, birincil kaynaklarla görüşülerek bir envanterinin oluşturulması ile kültürel sürdürülebilirlikte etkin bir rol üstlenilebilir. Bu envanterlerin, yavaş hareketlilikle bağdaştırılarak turizmde kullanılması da yine sürdürülebilirlik çerçevesinde atılabilecek önemli adımlardan biri olabilmektedir.

KAYNAKÇA

- Aktan, C. C. & Tutar, H. (2007). Bir Sosyal Sermaye Olarak Kültür. Pazarlama ve İletişim Kültürü Dergisi. Cilt 6 (20), 1-11.
- Altunel, M. C. & Kahraman N. (2012). Kültür Turisti Tipolojilerinin Belirlenmesi: İstanbul Örneği. Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi, 23(1), 7-18.
- Arınç, P. C. (2002). Selçuk'ta Kültür Turizmi. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.
- Bahçe, A.s.,(2009). Kırsal Gelişimde Kültür (Mirası) Turizmi Modeli. Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, (25), 1-13.
- Bakar, İ. (1996). Turizm Sözlüğü. Turizm Geliştirme Eğitim Vakfı Yayını, İstanbul.
- Beeho, A. J. & Prentice, R. C. (1997). Conceptualizing the Experiences of Heritage
- Tourists: A Case Study of New Lanark World Heritage Village, *Tourism Management*, 18-2: 75-87.
- Burcu, E. (2002). Üniversitede Okuyan Özürlü Öğrencilerin Sorunları: Hacettepe Üniversitesi Beytepe Kampüsü Öğrencileri Örneği. Hacettepe Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Dergisi. Cilt 19 (1), 83-103.
- Cave, J., Ryan, C. ve Penakara, C. (2003). Residents' Perceptions, Migrant Groups and Culture as an Attraction-The Case of a Proposed Pacific Island Cultural Centre in New Zealand, *Tourism Management*, 24: 371-385.
- Çekül V. (2012). Sürdürülebilir Kültür Turizmi İçin Kamu Yerel - Sivil İşbirliği. http://www.cekulvakfi.org.tr/files/dosyalarhaber/surdurulebilir_kultur_turizmi_klavuzu.pdf (25.05.2015)
- Çevik, S. & Saçılık, M., Y., (2014). Kültür Birleştirir: "Sosyal Gelişme" Açısından Eskişehir 2013 Türk Dünyası Kültür Başkenti Projeleri, Cilt 7 (34), 636-649.
- Çokluk, Ö., Yılmaz, K.& Oğuz, E. (2011). Nitel Bir Görüşme Yöntemi: Odak Grup Görüşmesi. Kurumsal Eğitimbilim, Cilt 4, (1), 95-107.
- Dikmen, B. Ç. & Toruk, F. (2016). Sosyal ve Kültürel Sürdürülebilirlik Kapsamında Sivrihisar Evlerinin Korunmasına Yönelik Öneriler.İdil Dergisi, Cil 5, 22(5), 713-733.
- Dinçer, İ. F. & Ertuğral, S. (2000). Kültürel Mirasın Korunması Ve İstanbul İlindeki Tarihi Yapıların Turizm Amaçlı Kullanımı Üzerine Bir Deneme. Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi. 11 (Eylül, Aralık), 69-78, Ankara.
- Du Cros, H. (2001). A New Model to Assist in Planning For Sustainable Cultural Heritage Tourism. *International Journal of Tourism Research* 3, 165-170.

- Duran, E. (2009). Sürdürülebilir Turizm Kapsamında Toplumsal Ve Kültürel Kimliğin Korunması: Gökçeada Örneği.
- Er, Ö. & Bardakoğlu, Ö. (2016). Kültürel Mirasın Sürdürülebilir Turizm Ürünü Çeşidi Olarak Değerlendirilmesi: Edirne Örneği. İşletme Fakültesi Örneği, Cilt 17 (2), 95-111.
- Genim, S. (2002). Kültür Turizmi. T.C. Turizm Bakanlığı II. Turizm Şurası Bildirileri, 12-14 Nisan, Ankara.
- Güvenç, B. (2008). İnsan ve Kültür, Remzi Kitabevi, İstanbul. s. 95-101.
- Haviland, W. A., Prins, H. E. L., Walrath, D. İ & McBride, B. (2008). Kültürel Antropoloji. Kaknüs Yayınları, I. Basım, İstanbul.
- Kitzinger, J. (1994). The Methodology of Focus Groups: the importance of interaction between research participants. *Sociology of Health Illness* Vol:16 No: 1 103-121
- Kızıllırmak, İ. & Kurtuldu, H. (2005). Kültürel Turizmin Önemi Ve Tüketici Tercihlerinin Belirlenmesine Yönelik Bir Çalışma. *Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, 2005(1), 100-120.
- Krueger, R.A. (1994). *Focus Groups- A Pratical Guidefor Applied Research*, London, SAGE Pub.
- Lynch, M., Duinker, P. N., Sheehan, L.R. & Chute, J. E. (2011). The Demand For Mi'kmaw Cultural Tourism: Tourist Perspectives. *Tourism Management*, 32(5), 977-986.
- Mckercher, B. ve Du Cros, H. (2003). Testing a Cultural Tourism Typology, *International Journal of Tourism Research*, 5: 45-58.
- Mowforth, M. & Munt, I. (1998). *Tourism and Sustainability*, Londra: Routledge.
- Özbek, M. (2000). "Dünden Bugüne İnsan". Ankara: İmge Kitabevi.
- Öztürk, Y., Yazıcıoğlu, İ. (2002). Gelişmekte Olan Ülkeler İçin Alternatif Turizm Faaliyetleri Üzerine Teorik Bir Çalışma. *Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, 2, Ankara.
- Richards, G. (2001). *Cultural Attractions and European Tourism*. CABI Publishing, Newyork
- Richards, G. (2005). *Cultural Tourism in Europe*. [Online] http://www.tram_research.com/cultural_tourism_in_europe.PDF
- Ryan, C. (2002). Tourism and Cultural Proximity Examples from New Zealand, *Annals of Tourism Research*, 29-4: 952-971.
- Saarinen, J., Moswete, N. ve Monare, M. (2014). Cultural Tourism: New Opportunities Heritage Sites. *Tourism Management*, 16(5), 361-365.
- Silberberg, T. (1995). Cultural Tourism and Business Opportunities For Museums and Heritage Sites, *Tourism Management*, 16: 361-365.
- Stewart, D.V.& Shamdasani, P.N. (1990). *Focus Groups: Theory and Practice*. Newbury Park CA: SAGE. 3. Edition.
- Timur, M. N., Çevik, S. & Kıcırcı, G., K., (2014). Etkinlik Turizmi: Kültür Başkenti Etkinliklerinin Başarı Unsurları Üzerine Bir Değerlendirme. *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, Yıl 2, Sayı 2/1, 56-83.
- Toskay, T., (1993). "Turizm" Der Yayınları, İstanbul.
- Tunç, A. ve Saç, F., (1998). "Genel Turizm" Detay Yayıncılık, Ankara.
- Usal, A. & Kuşluvan, Z. (2002). *Davranış Bilimleri, Sosyal Psikoloji*, İzmir: Barış Yayınları.
- Uygur, S. M. & Baykan, E. (2007). Kültür Turizmi Ve Turizmin Kültürel Varlıklar Üzerindeki Etkileri. *Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, (2), 1-20
- Yılmaz, A. ve Şimşek, H. (2011). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*. Seçkin Yayıncılık, 8. Basım, Ankara.

Extensive Summary

DETERMINATION OF PERCEPTIONS OF TOURISM AND HOTEL MANAGEMENT STUDENTS ABOUT CULTURAL TOURISM AND ITS EFFECTS

Melahat YILDIRIM SAÇILIK^{*}, Aytaç TOPTAŞ

Introduction

A concept can be defined as a culture that collectively manages the skills, abilities, traditions, customs and arts of a human society and forms the way of life for that society (Usal & Kuşluvan, 2002). At the same time, according to Csapso (2012), culture is a concept that embraces all the characteristics of a civilization such as beliefs, artistic and material products, social responsibilities. People who travel for cultural purposes are interested in cultures outside their own cultures as well as wanting to see the traces of ancient civilizations or cultures (Arınç, 2002). Genim (2002) stated that the beginning of tourism was not a vacation trip, and stated that the first trips were cultural sightings made with the intuition of knowing unknown, seeing and learning. Silberberg (1995) has identified increasing interest in cultural tourism by linking it to the visits of people outside the host community who are wholly or partly motivated to the history, art, science, lifestyle / heritage of a cultural tourism community, region, group or institution. Cultural tourism has started to become a new tourist product in the international tourism market. People traveled from the early ages due to various factors such as religion, war, conquest, commerce, migration and curiosity, and culture was at the forefront of travel reasons, depending on these factors.

There are many incentives at the places where culture tourism is applied. At the same time, tourism and accommodation, which tourists have made to recognize different cultures, have an increasing prevalence of tourism, as they provide economic contribution to the regions they have gone through. Cultural tourism has important income-generating effects as well as preservation of cultural values. Cultural tourism, which leads to employment opportunities in art galleries, historic areas and accommodation businesses and the increase in economic vitality, also affects many sectors and also spreads the tourism movements all over the world. (Öztürk & Yazıcıoğlu, 2002; Arınç, 2002; Kızılırmak & Kurtuldu, 2005). Timur, Çevik & Kıçır (2014) and Çevik & Saçılık (2015) have emphasized the necessity of cultural tourism activities in terms of the social development of their local people, emphasizing

the benefits that cultural tourism varieties provide to the destination.

There have been many studies on cultural tourism perception in literature review. Lynch, Duinker, Sheehan & Chute (2011) stated that demographic characteristics change the perception of culture tourism and participation in culture tourism. It has been mentioned in the study that elderly and educated tourists are more interested in learning-oriented cultural activities and that they are unconcerned with the activities that require physical activity. Kızılırmak & Kurtuldu, (2005) examined the importance of cultural tourism in determining consumer preferences in their work. It is among the discoveries that have occurred when the income level, education level and tourism consciousness level are high and tourists who regard tourism as a way of learning and life style make more use of cultural tourism resources. Altunel & Kahraman (2012) reached five different experienced tourist clusters in their studies of foreign cultural tourists who visited Istanbul in their studies according to the experience they have gained after the consumption of travel motivation and cultural services.

Method

The aim of the study is to determine whether the pre-university students are aware of their cultural values and how to think about spreading cultural values in the future, in Tourism and Hotel Management department which will actively take part in the tourism sector. In the study, "qualification" (phenomenology) pattern was used as qualitative research design. In order to obtain data in the survey, focus group interview was made with the associate students of Tourism and Hotel Management department. Focus group interview is a group interview technique focused on a specific subject within the qualitative research patterns and methods.

In order to obtain data from the participants, sampling method was used and the maximum diversity sampling method was used. The focus group interviews were conducted in four sessions. A focus group information form, which Burcu (2002) and Krueger (1994) generated, was used to obtain data on the focus group interviews in which 20 learners participated in total. Interviews were recorded using voice recorder. Analysis of the data obtained from the interviews was carried out by content analysis. Participants were asked to open 10 open-ended questions in a specific order. Questions edited by opening, introduction, transition, key, research, closing and final questions (Krueger, 1998; Aktaran, Çokluk, Ö., Yılmaz, K. & Oğuz, E. (2011)

The sampling group of the research sample was 2016/2017 academic year Bandırma Onyedi Eylül University Vocational School Tourism and

^{*}Corresponding author at: aBandırma Onyedi Eylül University, Tourism Vocational School, E-Mail Adress: msyildirimege@outlook.com

Hotel Management associate degree program I. and II. there were 11 girl and 9 boys in this group.. Brief information about the interview was given to the interviewed students and they were taken to the focus group interview as requested.

Data Analysis

In the interviews, a form was prepared with interview questions in order to get data from the participants and the focus group interview was realized within these questions. During the interview, the voice recorder was used and at the same time the notes were recorded with the notes. The obtained data were analyzed with content analysis techniques.

In the study, the data were firstly coded and the findings were found by finding themes. In the study, the data were firstly coded and the findings were found by finding themes. In this process, the data obtained firstly are divided into sections so as to form meaning within itself, and it is determined how each section is coded and conceptually meaningful. After the coding process, there were some themes that gave meaning to the codes at a certain level. The results of the analysis are presented in tabular form.

Results and Conclusions

Since the analysis results are added under the tables in the analysis phase of the data, the recommendations are given here. It is possible to make the following suggestions in the light of the results obtained from the research.

Cultural features of places where students come from under the course of Tourism Geography in universities should be studied in depth. Roles - Models should be developed for the promotion and marketing of the mentioned features. Besides this, productive cultural tours should be organized frequently by the universities. Given the influence of cultural promotions on the cultivation and sustainability of the local publicity, students should be encouraged to practice in authorized units for promotional activities. The content of cultural broadcasts should be controlled and reproduced in channels which are mostly used on mass-media. As a result, it is realized through the dissemination of the culture, the transfer of the generations from generation to generation and the maintenance of the continuity, awareness of the younger generations and the possession of the cultures. It is important for young people, especially those who choose tourism as a destination, to be aware of their own culture and to ensure cultural sustainability and to carry out activities that are among the primary tasks of educational institutions such as universities.

