



Destinasyon Çekicilik Unsuru Olarak Mimari Yapıların İncelenmesi: İzmir Örneği*

Examination of Architectural Buildings as a Destination Attraction Element: Izmir Case

Cenk Murat KOÇOĞLU¹, Nazlı SİPAHİ²

Özet

Turistik destinasyonların rekabet etmesine olanak sağlayan mimari yapılar çekicilik özelliği taşıyarak turistlerin ilgi odağı olabilmektedir. Turistlerin belli bir süre boyunca vakit geçirdikleri destinasyonlar, turizm ürünlerinin birleşiminden oluşan ve ziyaretçilerin ilgisini çekebilecek birçok unsuru bir arada bulunduran coğrafi mekanlardır. Bir bölgenin veya hizmetin turizm ürünü olarak dikkate alınabilmesi için çekici olması gerekmektedir. Bölgede yer alan müzeler, anıtlar, ibadet yerleri, tarihi kentler çekicilik özelliği taşıyan yapılar arasındadır. Destinasyon çekicilik unsurlarının belirlenmesi ziyaret eden turistlerin tercih sebeplerinin ortaya konulması açısından önemli bir yere sahiptir. Bu bakımdan değerlendirildiğinde Türkiye’de zengin kültürel kimliğe sahip olan illerden biri olan İzmir ili tarihi yapıları ile ön plana çıkan destinasyonlar arasında yer almaktadır. Destinasyonları ziyaret eden turistler internette yer alan farklı platformlarda olumlu ve olumsuz değerlendirmelerini paylaşabilmektedir. Bu çalışmanın amacı, İzmir ilinde yer alan mimari yapıları ziyaret eden turistlerin yorumlarını inceleyerek yapılara ait çekicilik unsurlarında ön plana çıkan özelliklerin belirlenmesidir. Çalışmanın amacına uygun görülen Dünya’nın en büyük seyahat bilgi kaynağı platformlarından biri olan TripAdvisor sitesinden elde edilen veriler nitel araştırma yöntemlerinden içerik analizi tekniğine göre değerlendirilmiştir. Araştırma kapsamında yapılan analiz sonucuna göre tespit edilen yorumların ortak çıkarımları; ziyaret bilgisi, tarihsel bilgi, iç ve dış özellikleri, tavsiye, destinasyon ve ziyaretçi deneyimi olmak üzere 6 tema üzerinden incelenmiştir.

Anahtar Sözcükler: Destinasyon, Destinasyon Çekicilik Unsurları, Mimari Yapılar

Abstract

Architectural structures that make touristic destinations competitive are the focus of tourists because they are attractive. Destinations where tourists spend time are geographical places that consist of a combination of tourism products and elements that may attract the attention of visitors. In order for a region or service to be considered as a tourism product, it must be attractive. Museums, monuments, places of worship, and historical cities in the region are among such attractive structures. The determination of the destination attractiveness elements has an

¹Karabük Üniversitesi, Safranbolu Turizm Fakültesi, Karabük, Türkiye
²Kocaeli Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği ABD., Kocaeli, Türkiye

ORCID:

C.M.K.: 0000-0002-9888-6051

N.S.: 0000-0002-8914-3686

Corresponding Author:

Cenk Murat KOÇOĞLU

Email:

cenk-murat@hotmail.com

Citation: Koçoğlu, C. M. ve Sipahi, N. (2022). Destinasyon çekicilik unsuru olarak mimari yapıların incelenmesi: İzmir örneği. *Journal of Humanities and Tourism Research*, 12 (1): 187-203.

Submitted: 19.08.2021

Accepted: 08.09.2021

*Bu çalışma 24-26 Mayıs 2021 tarihinde düzenlenen 2. Turizmde Mimarlık ve Kültürel Miras Kongresi’nde (ITCAC21) sözlü bildiri olarak sunulmuştur.

important place in terms of revealing the reasons for the preference of the visiting tourists. When evaluated in this respect, İzmir, one of the provinces with a rich cultural identity in Turkey, is among the prominent destinations with its historical structures. Tourists visiting destinations can share their positive and negative evaluations on different platforms on the internet. The aim of this study is to determine the features that come to the fore in the attractiveness of the buildings by examining the comments of the tourists visiting the architectural structures in İzmir. The data obtained from TripAdvisor, one of the largest travel information source platforms in the world, which is considered suitable for the purpose of the study, were evaluated according to the content analysis technique, one of the qualitative research methods. Some implications made by the analysis include six themes: visit information, historical information, interior and exterior features, recommendations, and destination and visitor experience.

Keywords: Destination, Destination Attraction Elements, Architectural Buildings

1. GİRİŞ

Destinasyonlarda bulunan çeşitli çekicilik unsurları turistlerin ziyaret ederek harcamalar yapmasını ve destinasyonun kar etmesini sağlayıp, aynı zamanda farklı destinasyonlar arasında turistlerin tercih etmelerini oluşturan nedenler arasında yer almaktadır (Karasakal, 2019). Turistlerin tercihleri sırasında destinasyonun özelliklerine yönelik doğa, sahil, alışveriş imkanları, kültürel zenginlik, etkinlikler, alt yapı gibi olanaklardan etkilenmektedir (Mahdzar vd., 2015: 53). Destinasyonların turistler tarafından tercih edilmesinde deniz-kum-güneş üçlüsünün etkisinin azalmasıyla birlikte diğer turizm seçenekleri ön plana çıkmaya başlamıştır (Topsakal, 2019). Bu turizm seçenekleri arasında olan kültür turizmi; bir destinasyonda bulunan oraya özgü karakteri, yerel halkı, ürünleri, üretim yapılarını görerek turistlerin deneyim yaşamaları sağlamaktadır (Adams, 2008: 201). Türkiye’de kültür turizminin aktif biçimde sağlanabilmesi için birçok tarihi ve mimari yapı bulunmaktadır. İzmir ili de doğal varlıklarının yanı sıra kültürel değerlerini turizm olarak öne çıkarabilmektedir (Savaşır, 2020: 60).

Çevrimiçi seyahat platformları, destinasyonlara özgü çekicilik unsurlarını ulaşım ve konum gibi bilgileri içinde barındırarak potansiyel ziyaretçilerin oluşmasında önemli bir yer edinmektedir (Ercan, 2020: 544). Bu tür çevrimiçi seyahat platformlarında destinasyonu ziyaret eden turistler olumlu veya olumsuz değerlendirmelerini yorum yaparak potansiyel ziyaretçilerin üzerinde bir etki yaratmaktadır (Filieri ve Mcleay, 2015: 45). Bir destinasyona turistlerin ziyaret kararı almasının öncesinde sanal ortamlarda paylaşılan bilgi ve yorumların okunarak bir değerlendirmeye varılması önemli ölçüde artmaktadır (Şahin ve Şad, 2016: 1083). Bu sanal ortamlardan biri olan seyahat platformu TripAdvisor turist görüşlerinin yer aldığı en popüler web sitelerinden biridir (Türker ve Yaşar, 2018). TripAdvisor seyahat sitesi aylık ortalama 415 milyondan fazla ziyaretçi ve 535 milyondan fazla otel, restoran, turistik işletmeler ve öğren yerleri ile ilgili yorumlara sahip bir site olarak bilinmektedir (TripAdvisor, 2021).

Literatür incelemesi sonucunda TripAdvisor web sitesine turistler tarafından yapılan yorumların genellikle otel ve restoran işletmeleri çerçevesinde değerlendirildiği görülmektedir. Turistik taleplerin değişmesiyle birlikte destinasyonlarda bulunan tarihi ve mimari yapılara ziyaretler daha önemli hale gelmiştir. Destinasyonların kendine özgü mimari yapılarını değerlendirerek çekicilik unsuru olarak kullanabilmesi turistlerin ziyaret etmesini sağlayacaktır. Bu bilgiler doğrultusunda çalışmanın amacı, TripAdvisor web sitesinde İzmir ilinde yer alan mimari yapılara yönelik yorumların çekicilik unsurlarını inceleyerek ortaya çıkarılmasıdır. Çalışmanın amacına uygun görülen destinasyon ve destinasyon çekiciliği kavramları, İzmir’in mimari yapıları ve ilgili araştırmalar kavramları literatürde incelenmiş olup, tespit edilen web sitesi yorumları içerik analizi tekniğine göre değerlendirilerek bulgu, sonuç ve önerilere yer verilmiştir.

2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

2.1. Destinasyon ve Destinasyon Çekiciliği Kavramı

Destinasyon kavramı en kısa haliyle “varılacak yer” olarak tanımlanmaktadır (www.tdk.gov.tr). Varılacak bölge bireylerin ulaşmak için seçtiği yerlerdir (Yaraşlı, 2007: 12). Turizm açısından değerlendirildiğinde destinasyon turistlerin belirli bir süreliğine zaman geçirdikleri yerler şeklinde ifade edilmektedir (Gee vd., 1984). Destinasyonlar bir yöre, köy, şehir olabileceği gibi ülke veya bölgede olabilmektedir (Howie, 2003: 78). Bu coğrafi mekanlara karmaşık yapıdaki turizm ürünlerinin yer aldığı ve bütünleşik deneyimlerin turistlere sunulduğu yerler denilmektedir (Buhalis, 2000: 97). Destinasyonlar, turizm olayının odak noktasında yer alarak turistlerin turizm faaliyetlerine katılmalarını sağlamaktadır (Başarangil ve Ulaş, 2018).

Destinasyonlar bölgeyi ziyaret eden turistlerin ihtiyaç ve gereksinimlerini karşılamak için doğrudan veya dolaylı ilişkilerle bağlı olan birçok unsuru bir araya getirmektedir (Usta, 2014: 223). Turistler ziyaret ettikleri destinasyonda bulunan unsurları bütünsel bir şekilde değerlendirmektedir (Akbaba, 2012: 2). Değerlendirilen destinasyonlar ve unsurlar genellikle birbirinden farklı özellikler göstermektedir (Zağralı, 2014: 5). Destinasyonlar farklı özellikler taşımasının yanında sahip oldukları çekicilik unsurları turistlerin seyahat ihtiyaçlarını karşılaması ise ortak özelliklerini göstermektedir. Turistik tesisler, ulaşım imkanları, çekicilik unsurları destinasyonları oluşturan temel özellikler arasında yer almaktadır (Taş vd., 2019). Turistlerin bir destinasyonu tercih etmesini etkileyen en önemli özellikler arasında yörenin mimarisi de bulunmaktadır (Giritlioğlu ve Avcıkurt, 2010: 76).

Turistlerin tatil amaçlı ziyaret ettiği destinasyonlar mikro ve makro olmak üzere iki yapıda incelenmektedir. Mikro destinasyonlar; sınırlı yapıda ve dar bir alana hitap ederken, makro destinasyonlar; kapsamlı alanların olduğu birden fazla destinasyonu içinde barındırmaktadır (Kotler vd., 2003: 648). Mikro ve makro destinasyonların turistler tarafından tercih edilmesi itici/içsel ve çekici/dışsal faktörler olmak üzere iki şekilde incelenmektedir (Uysal ve Jurowski, 1994). İtici/içsel faktörler; bireylerin seyahat etme taleplerinin oluşmasında gerekli olan kaçma, dinlenme, rahatlama, macera, sağlık ve prestij unsurlarının yer aldığı bir kavramken çekici/dışsal faktörler; doğa, kültürel, tarihi, mimari, konaklama gibi unsurların bulunduğu bir kavram olarak belirtilmektedir (Eren vd., 2017: 482). Bu çekim unsurlarının turistlerin seyahat kararı vermesinde olumlu veya olumsuz etkilere sahip olmasıyla birlikte bireylere göre farklı şekillerde algılanabilmektedir (Demir, 2010).

Destinasyonların turistler tarafından ziyaret edilebilmesi için çekicilik unsurlarının olması gerekmektedir (Güzel ve Önce, 2018). Çekicilik unsurları, turistlerin ziyaret ettiği destinasyonları belirlemedeki en önemli etkenler arasında yer almaktadır (Kozak vd., 2009). Destinasyona ait olan sanatsal, kültürel ve çeşitli aktiviteler turistlerin aklında fikir oluşturarak o bölgeyi ziyaret etmesini sağlayan çekici unsurlardır (Klenosky, 2002: 385). Hsu vd. (2009)’a göre çekicilik unsuru “gerçekçi destinasyon tercihi” olarak tanımlanmaktadır. Çekicilik unsurları, bir destinasyonu talep etmede önemli bir yere sahip olmakla birlikte turist tercihi ve isteklerinin belli bir bölge üzerindeki yoğunlaşma derecesi şeklinde açıklanmaktadır (Kutvan ve Kutvan, 2013). Destinasyonlarda bulunan çekicilik unsurları bölgedeki kaynakların ve kaynaklara olan talebin bir sonucunda ortaya çıkarak, hizmet sektöründe yer alan turizmde tedarikçi unsuru olarak belirtilmektedir (Formica ve Uysal, 2006). Bölgeyi ziyaret eden turistler kendi tecrübelerine veya çevresinden aldığı görüşlere göre tatil kararlarını vermektedir (Aydın ve Aydın, 2020). Çekicilik unsurları; doğa, tarihi ve kültürel, insani yapılar olarak değerlendirilmektedir (İçöz vd., 2002: 144). Öne çıkan bu unsurlar dışında ekonomik, ulaşım, üstyapı, konukseverlik, konaklama, yerel taşıma hizmeti gibi unsurlarında incelendiği farklı araştırmalar bulunmaktadır (Başarangil ve Ulaş, 2018). Usta (2002) aile ve arkadaşların, din ve kültüründe destinasyon çekiciliği arasında yer aldığı belirtilmektedir.

Destinasyonlarda bulunan bu çekicilik unsurlarına birçok araştırma örnek verilerek arttırılabilmektedir. Destinasyonlara tatil amacıyla seyahat eden turistlerin ilgisini çeken örnekler; doğal çekicilik unsurları, tarihi ve kültürel unsurlar, insan yapımı çekicilik unsuru şeklinde değerlendirilebilmektedir.

Doğal çekicilik unsurları; destinasyonun coğrafyasında bulunan nehir, göl, şelale, sıcak su kaynakları, ova, dağ, doğa harikaları, plajlardan ve ılıman iklim özelliklerine sahip yerlerden oluşmaktadır (Albayrak, 2013: 16). Bu tarzdaki doğal çekicilikler genellikle rekreasyon talep eden turistlerin ilgisine karşılık veren unsurlardır.

Tarihi ve kültürel unsurlara; savaş alanları, kaleler, müzeler, anıtlar, eski kiliseler, camiler ve dini yapılar örnek verilebilmektedir (İçöz vd., 2002: 144). Bu unsurlara ek olarak yerel halkın gelenekleri, yaşam tarzı, yöresel yemekleri ve destinasyonun mimari özellikleri de değerlendirilmektedir (Kresic ve Prebezac, 2011: 501).

İnsan yapımı çekicilik unsurları; temalı parklar, tanınmış restoranlar, antikacı mağazalar, uzay üssü ve modern fabrika gezintileri bu gruba örnek olarak sayılabilmektedir (İçöz vd., 2002: 144). Destinasyonlarda konaklama hizmetleri verilen yerler insan yapımıyla çekicilikleri arttırmak için birçok özelliği işletmelerine eklemektedir. Eklenen bu özellikler turistlerin ilgisini çekerek bölgeye olan ziyareti arttırıp tatil beklentilerini karşılamaktadır.

2.2. İzmir İli ve Mimari Yapıları

İzmir şehri Helenistik dönemden itibaren Roma, Yunan, Bizans, Selçuk, Osmanlı kültürlerinin özelliklerini taşıyan bir destinasyon olarak farklı kültürlerin özelliklerinin mimari yapılara, heykellere, açık ve kapalı kent müzelerine yansıdığı görülmektedir (Soğukkuyu ve Tunç, 2013: 158). İnsanlar bir destinasyona seyahat etme kararı vermeden önce yörenin yaşam biçimini, inancını, değerlerini, sanatını, mimarisini, dilini ve dokusunu merak ederek gitme ve görme yönelimi içine girmektedir (Albayrak ve Özmen, 2018: 130). Bu bilgiler doğrultusunda İzmir şehri tarihi merkezleri, ören yerleri ve doğası ile turistlerin ilgi odağı olabilen şehirlerden biridir (Ercanlı, 2019: 297).

İzmir'de deniz-kum-güneş üçlüsünün olduğu turizm seçeneği dışında doğal ve tarihi değerlerin yer aldığı kültürel seçeneklere de vurgu yapıldığı söylenilmektedir (Savaşır, 2018: 60). Turistlerin tatil olanaklarını zenginleştirmesini sağlayabilen tarihi köşkler, camiler, kiliseler gibi yapılar kendine özgü mimari görünüşüyle İzmir destinasyonunun öne çıkmasına olanak sağlamaktadır (Kültür Turizmi, 2021). Bu tür tarihi ve kültürel mekanların içerisinde yer alan objeler, süslemeler, mekânın yapım tarihi gibi bilgilerin sağlamış olduğu özellikler turizme katkı sağlayarak çekicilik unsuru barındırmaktadır (Oban Çakıcıoğlu, 2006).

Tarihi ve kültürel miraslar açısından zengin olan İzmir şehrinin simgeleşmiş yapısının saat kulesi olduğu bilinmektedir (Cılasun ve Bayram, 2016: 2). Bu yapıyla sınırlı kalmayarak birçok mimari yapının bulunduğu İzmir şehri turistleri çekerek kültürel turizmin gelişmesine katkı sağlayabilir (Gökçen Dünder, 2014). İzmir şehrini ziyaret eden turistlerin ilgisini çeken mimari yapılar şu şekilde sıralanabilir;

Birgi Çakırağa Konağı: Ege bölgesinin mimari yapısının ön planda olduğu müze evlerden biri olan Birgi Çakırağa Konağı Türk evi kullanımına sahip olarak üç katlı, dış sofalı ve çift köşk odasına sahiptir. Konağın üst kat tavanı ve duvarları çeşitli motiflerin bulunduğu şehir manzaralarının yer aldığı süslemeleri barındırmaktadır (Uz, 2015: 278).

Saint Polycarp Kilisesi: Hristiyanların kutsal kabul ettiği Küçük Asya'nın en ünlü 7 kiliselerinden biri olan yapı 1630 yılında Osmanlı İmparatoru Kanuni Sultan Süleyman'ın özel izni ile inşa edilen kilise zaman içerisinde çeşitli restorasyon çalışmalarıyla günümüze kadar

ulaşmıştır. Kiliseye ait dış cephede süslemelerinin büyük bir çoğunluğu silmeler kullanılarak çerçevelenerek yalın bir görünüm oluşturmaktadır. Bunun dışında kilisenin batı cephesi altında bulunan Burbon Hanedanı'nın arması üzeri zambak motifleri ile dikkat çekmektedir. İ mekân özellikleri ise; yoğun süslemeler, heykelcikler ve freskleri ile dikkat çekici şekilde göze çarpmaktadır (Gültekin, 2010).

Fatih Camii: Farklı dönemlerin kültürüne ait İşlam mimarisi örneklerinden biri olan Fatih Camii 1996 yılında ibadete açılmış olup İşmir şehrine hkim bir konumda bulunmaktadır (Kayın, 1996). İşmir'in Foça ilçesinde yer alan Fatih Camii tarihi turizm kaynağı olarak burayı ziyaret eden turistlerin ilgisini çekmektedir (Yasak ve Ogan, 2019: 79).

Bet İşrael Sinagogu: Bazilika plan yapısına sahip olan sinagog İşmir'in aydınlanma döneminde inşa edilmiştir. İşmir ilinin en büyük sinagoglarından olan Bet İşrael yoğun olarak kullanılmakta olup ahşap işçiliği ve vitray işlemeleri ile ön plana çıkmaktadır (Avcı, 2011: 59-60). II. Abdülhamit tarafından yaptırılan sinagog aynı zamanda İşmir ilinin inanç turizmi potansiyelinin oluşmasına katkı sağlamaktadır (zkan vd., 2017: 639).

Uşakizade Köşkü: Mustafa Kemal Atatürk'ün eşi Latife Hanım'a ait olan kşktr (Oban akıcıoğlu, 2006: 207). İşmir ilinde önemli yapılar arasında yer alan köşk Atatürk'ün kaldığı dönemlerde asgari karargh olarak kullanılmış olup, 2008 yılında mzeyeye dönüştürülerek ziyaretçilere açık bir duruma getirilmiştir (www.izmir.gov.tr).

Abacıoğlu Han: Han'ın yapısında düzgün kesme taş, kaba yonu taş ve tuğla kullanıldığı grlmektedir (Zeybek etin, 2012: 114). Han 2007 yılında gördüğü restorasyon çalışmalarıyla Kemeraltı'nın ne çıkan yapıları olarak öne çıkmaktadır (İşmir Kalkınma Ajansı, 2011: 47). Abacıoğlu Han içerisinde bulunduğu mağazalar ile ziyaretçilere alışveriş imknı sunmaktadır (Oban akıcıoğlu, 2006).

2.3. İlgili Araştırmalar

Yaygın olan turizm alternatiflerinin dışında kültür turizmi içerisinde değerlendirilen mimari yapıların çekim unsuru olarak kullanılabilmesi destinasyonların turistler tarafından tercih edilmesinde avantaj sağlayabilmektedir. İlgili alanyazında kültürel özelliklere sahip yapıların değerlendirildiği çalışmalara örnekler şu şekilde sıralanabilir:

Verma ve Rajendran (2017) kültürel miras alanına seyahat eden turistlerin tarihi nostalji, algılanan değer ve memnuniyet aracılığıyla destinasyon sadakatini incelediği çalışmada kültür turistlerini destinasyona çekmek için tarihi anıt ve yapıların kullanılması gerektiğini vurgulamaktadır.

Suhartanto vd. (2018) kültürel çekim deneyiminin turist memnuniyeti, destinasyon imajı ve destinasyon sadakati üzerindeki etkileri incelediği çalışmada kültürel çekiciliğin; personel hizmeti, benzersiz öğrenme, rahatlama ve kaçış olmak üzere dört boyut belirleyerek turist memnuniyeti, destinasyon imajı, destinasyon sadakati üzerinde önemli itici faktörler olduğunu saptamıştır.

Gholitabar vd. (2018) turistlerin seyahatleri sırasındaki tercihlerini incelediği çalışmada Porto/Aveiro şehrinde bulunan mimari yapıların turistlerin ilgisini en çok çeken yerler olduğunu vurgulamaktadır.

Yu ve Xu (2019) yaptıkları araştırmada bir turizm destinasyonunda bulunan kültürel miras unsurlarını bütünsel bir yaklaşımla incelemeyi amaçlamıştır. Araştırmada kültürel miras unsurlarıyla ilgili; kültür, destinasyon, yapı, ziyaret esnasında yorumlama, ziyaretçilere verilen önem, n bilgi, seyahat motivasyonu ve yerinde deneyim olmak üzere 8 tema belirlenmiştir.

Taecharungroj ve Mathayomchan (2019) yaptıkları çalışmada Tayland'ın Phuket şehrinde bulunan sahil, ada, tapınak, cadde ve alışveriş yerleri gibi turistik yerlerin TripAdvisor yorumlarını incelemiştir. Destinasyona ait çekicilik faktörlerini sahil; hizmet, düzen, manzara, faaliyet, ada; plaj, şnorkel, tekne turu, seyir yeri, cadde; görünüm, içecekler, manzara, tapınak; gezi, tapınak, kurallar, alışveriş yerleri; yiyecek ve mağazalar olmak üzere toplam 16 tema çekim boyutu belirlenmiştir.

Temeloğlu vd. (2020) yaptıkları araştırmada Gökçeada turizm destinasyonun çekicilik unsurlarını belirlemek istemişlerdir. Araştırmada 17 soruluk bir ölçek kullanarak 184 yerli turistten aldıkları veriler doğrultusunda Gökçeada turizm destinasyonun çekicilik unsurunun doğal kaynaklar olduğunu tespit etmişlerdir.

Piramanayagam vd. (2020) Hindistan'ın Unesco dünya mirası yapısı bulunan Karnataka şehrinin destinasyon imajı, turist deneyimi ve davranışsal niyetini incelediği çalışmada Unesco dünya mirasının bulunduğu destinasyonu ziyaret eden turistlerin davranışsal niyetlerinin daha olumlu olduğunu tespit etmiştir.

Literatürde yer alan çalışmalar incelendiğinde kültürel miras alanları, mimari yapılar, tarihi anıtlar gibi destinasyona özgü niteliklerin turistler tarafından çekici unsurlar olarak görüldüğü belirtilmektedir. Ayrıca yapılan çalışmalarda mimari yapıların destinasyonların ön plana çıkmasında yararlanılacak unsurlar olabileceği vurgulanmaktadır.

3. YÖNTEM

Turizmde turistlerin destinasyonları ziyaret ederek çeşitli harcamalar yapması ve tatillerini olumlu değerlendirebilmesi oldukça önemlidir. Turistik destinasyonların turistler üzerinde bir etki yaratması için birtakım çekicilik özelliklere sahip olması gerekmektedir (Gün vd., 2019). Bu özellikler arasında; tarihi ve doğal çekicilikler, ulaşım imkanları, yeme içme ve alışveriş olanakları, turistlerin katılım sağlayabileceği faaliyetler ve destinasyonda bulunan diğer hizmetler gösterilmektedir (Buhalis, 2000).

Araştırma kapsamında İzmir ilinin tarihi/mimari yapılarının turistler tarafından ilgi çekici özelliklerinin belirlenerek ortaya konulması amaçlanmıştır. Bu amaç doğrultusunda İzmir ilindeki mimari yapıları ziyaret eden turistlerin TripAdvisor internet sitesinde yer alan yorumları içerik analizi tekniği kullanılarak incelenmiştir. Nitel araştırma yöntemlerinden biri olan içerik analizi tekniği, elde edilen yazılı veya görsel metindeki en çok ya da en az kullanılan kavramların hangisine vurgu yapıldığını ortaya çıkarmak için kullanılmaktadır (Kozak, 2018: 125). Yazılı veya görsel metinlerden elde edilen verilerin analiz aşaması; verilerin kodlanması, temaların bulunması, kodların ve temaların düzenlenmesi, bulguların tanımlanması ve yorumlanması olarak dört aşamada gerçekleşmektedir (Yıldırım ve Şimşek, 2006: 260).

TripAdvisor sitesinde İzmir'de yer alan mimari yapıları belirlemek amacıyla turistlerin beğenileri ve yorumları dikkate alınarak internet sitesine özgü olan tarihi/mimari yapı filtresi kullanılmıştır. Yapılan çalışmada en çok yorum alan mimari yapılar incelenerek 10'un altında yorum yapılan mimari yapılar incelemeye alınmamıştır. Bu kapsamda TripAdvisor sitesinde en çok yorum yapılan mimari yapılar; Saint Polycarp Kilisesi, Birgi Çakırağa Konağı, Uşakizade Köşkü, Fatih Camii, Beth Israel Sinagogu ve Abacıoğlu Han olmak üzere 6 yapı tespit edilmiş olup analizler gerçekleştirilmiştir.

4. BULGULAR

İzmir ilinde bulunan Birgi Çakırağa Konağı, Saint Polycarp Kilisesi, Fatih Camii, Beth Israel Sinagogu, Uşakizade Köşkü ve Abacıoğlu Han yapılarını ziyaret edip TripAdvisor sitesine yorum yapan ziyaretçilerin değerlendirmeleri içerik analizi yapılmıştır. TripAdvisor sitesinde bu yapılarla

ait toplam 412 yorum tespit edilmiştir. Tespit edilen yorumların mimari yapılara göre dağılımı Tablo 1’de yer almaktadır.

Tablo 1. Mimari Yapıların İsmi ve İncelenen Yorum Sayısı

Mimari Yapıların İsmi	İncelenen Yorum Sayısı (n)	Yüzde (%)
Birgi Çakırağa Konağı	241	58,50
Saint Polycarp Kilisesi	75	18,20
Fatih Camii	34	8,25
Beth Israel Sinagogu	18	4,37
Uşakizade Köşkü	32	7,77
Abacıoğlu Han	12	2,91
Toplam	412	100

Tablo 1 incelendiğinde mimari yapılara yönelik yapılan yorumların %58,50 oranıyla en fazla Birgi Çakırağa Konağı’na, %2,91 oranıyla da en az Abacıoğlu Han’a yapıldığı görölmektedir.

Mimari yapılara ait bütün yorumlar değerlendirildiğinde ortak temalar altında incelenebileceği belirlenmiştir. Bu doğrultuda %58,50 oranıyla en fazla yorum yapılan Birgi Çakırağa Konağı’na yönelik temalar ve frekans dağılımları Tablo 2’de yer almaktadır.

Tablo 2. Birgi Çakırağa Konağı’na Yönelik Yorumlar

Temalar	Frekans (n)	Yüzde (%)
Ziyaret Bilgisi	55	14,25
Tarihsel Bilgi	29	7,51
İç ve Dış Özellikleri	108	27,98
Tavsiye	113	29,27
Destinasyon	36	9,33
Ziyaretçi Deneyimi	45	11,66
Toplam	386	100

Bilgi Çakırağa Konağı’na yönelik turistler tarafından gerçekleştirilen ziyaretler sonucunda yapılan 241 adet site yorumu analiz edilerek toplamda 386 bulgu tespit edilmiştir. Tespit edilen bulgular 6 farklı tema altında birleştirilmiştir. Birgi Çakırağa Konağı’nı ziyaret eden turistlerin çoğunlukla ziyaret etmeyen turistlere %29,27 oranında tavsiye ettiği görölmektedir. Ziyaretçilerin yaptığı tavsiye edici yorumlara örnekler Şu Şekildedir;

- Birgi’ye gitmişken gidilmesi gereken bir konaktır. Oraya gitmişseniz mutlaka görmenizi tavsiye ederim.
- Buradaki tarihi konak anlatılması zor güzellikte olan bizzat kendi gözlerinizle görmeniz gerekiyor.

Bu örneklere benzeyen yorumlar tavsiye teması altında birleştirilmiştir. Konağa ait yorumlarda sık belirtilen bir diğer tema %27,98 oranıyla iç ve dış özelliklerdir. İç ve dış özellikleri teması oluşturulurken dikkate alınan örnek yorumlar Şu Şekildedir;

- Osmanlı konut mimarisinin muhteşem bir örneği, mimarisi ve resimleri ile çok ilgi çekici bir yer.
- Özellikle tavanlarda yapılan resimler ve süslemeler ilginizi çeker.

Bir diğer tema ise %14,25 oranında ziyaret bilgisi başlığı altında birleştirilmiştir. Ziyaret bilgisi temasına ait yorumlara örnekler şu şekildedir;

- Yazın 08.00-19.00 arası açık, giriş ücreti 5 TL gibi çok uygun bir bedel.
- Müze olduğu için giriş ücretli ama çocuklardan ve 50 yaş üzerinden para alınmıyor müze kart geçerli.

Konağı ziyaret eden turistlerin yaşadıkları deneyimleri içeren yorumlar %11,66 oranıyla ziyaretçi deneyimi teması altında şu şekilde örneklerden çıkarılmıştır;

- Buram buram tarih, enteresan bir duygu.
- Geçmişe tatlı bir yolculuk.

Birgi Çakırağa Konağı'nın bulunduğu konum hakkındaki yorumlar destinasyon teması altında %9,33'ünü oluşturmaktadır. Yorumlara ilişkin örnekler şu şekildedir;

- Birgi sokaklarını gezmek müthiş keyifli, insanlar çok misafirperver. Birgi sokaklarında yürümek, fotoğraf çekmek ve insanlarla sohbet etmek için gerçekten harika bir yer.
- Birgi zaten başlı başına çok güzel bir yer, içinden akan deresi, tertemiz pansiyonları, güler yüzlü halkı, Arnavut kaldırımlı sokakları ve bunların arasında korunmuş bit Osmanlı konağı.

Birgi Çakırağa Konağı'nın tarihsel süreç boyunca yer aldığı bilgiler tarihsel bilgi teması altında %7,51 oranında belirlenmiştir. Tarihsel bilgi temasını oluşturan yorumlara örnekler şu şekildedir;

- 1761 tarihinde zengin tüccar Mehmet Bey tarafından yaptırılıp günümüze kadar gelmiştir.
- Birgi Çakırağa Konağı 18. yüzyılda yapıлып, 15-20 yıl önce restore edilip profesyonelce yönetilen ören yeri olmuş.

Saint Polycarp Kilisesi %18,20 oranıyla yapılan yorumlardan oluşturulan temalar ve frekans dağılımları Tablo 3'te gösterilmektedir.

Tablo 3. Saint Polycarp Kilisesi'ne Yönelik Yorumlar

Temalar	Frekans (n)	Yüzde (%)
Ziyaret Bilgisi	29	20,14
Tarihsel Bilgi	15	10,42
İç ve Dış Özellikleri	54	37,50
Tavsiye	31	21,53
Destinasyon	3	2,08
Ziyaretçi Deneyimi	12	8,33
Toplam	144	100

Saint Polycarp Kilisesi'ne ziyaret eden turistlerin internet sitesinde yaptığı 75 adet yoruma yönelik toplam 144 bulgu tespit edilmiştir. Tespit edilen yorumlar incelendiğinde en yükseği %37,50 oranıyla iç ve dış özellikler teması iken, en düşüğü %2,08 ile destinasyon temasını oluşturmaktadır.

Ziyaretçilerin %37,50 oranıyla Saint Polycarp Kilisesi'nin iç ve dış özelliklerine yaptığı yorumlara örnekler şu şekildedir;

- Binanın dışı sade gözükse de içeriye girdiğinizde muhteşem eser gözünüzü kamaştırıyor.

- İçerideki fresklerin o muhteşem renk kombinasyonu bu kutsal mekana bir başka ilginç hava veriyor.

Kiliseyi ziyaret edenlerin %21,53 oranında tavsiye edici yorumlar yaptığı saptanmıştır. Tavsiye edici yorumlara örnekler şu şekildedir;

- İzmir'e gittiğinizde mutlaka ziyaret edilmesi gereken bir tarihi kilise.
- Bu şirin kiliseyi dışardan da olsa gezerken bir uğrayın, mümkünse ziyaret edin derim. Çok beğeneceksiniz. Tavsiye ederim.

Ziyaret bilgisi temasına %20,14 oranıyla örnek yorumlar şu şekildedir;

- Ziyaret saatleri pazar günleri hariç 15.00 -17.00 arası.
- Hafta içi saat 15.00 sonrası ziyaret etmemiz gerektiğini unutmayalım.

Kiliseye yönelik tarihi bilgilerin yer aldığı yorumlara örnekler tarihsel bilgi teması altında %10,42 oranıyla şu şekildedir;

- 1625 yılında Sultan Süleyman'ın izni ile yapılmış.
- Aziz Polikarp Kilisesi veya Saint Polycarpe Kilisesi, bir katolik kilisesidir. Adını on iki havariden biri olan Yuhanna'nın ğrencisi ve İzmir Psikoposu Polikarp'tan almaktadır. Aziz Polikarp Kilisesi, 1625'te Osmanlı Padişahı I. Süleyman'ın izni ve Fransa Kralı XIII. Louis'in isteğiyle inşa edildi.

Ziyaretçilerin geçirdikleri zaman sürecindeki deneyimlerini oluşturan ziyaretçi deneyimi temasına %8,33 oranıyla örnek yorumlar şu şekildedir;

- Muhteşem bir koronun söylediği ilahiler eşliğinde edilen dualar oradaki enerjiyi neredeyse elle tutulur hale getiriyor.
- Çok güzel bir deneyim.

Kilisenin bulunduğu konumuna yönelik %2,08 oranıyla destinasyon temasına örnek yorumlar şu şekildedir;

- İnanç özgürlüğümüzü serbestçe yaşadığımız güzel İzmir'de dua edilecek güzel mekân.
- Tarihi bir mekân.

Fatih Camii'sine yönelik %8,25 oranıyla yapılan yorumlardan oluşturulan temalar ve frekans dağılımları Tablo 4'te gösterilmektedir.

Tablo 4. Fatih Camii'ne Yönelik Yorumlar

Temalar	Frekans (n)	Yüzde (%)
Ziyaret Bilgisi	5	9,26
Tarihsel Bilgi	6	11,11
İ ve Dış zellikleri	21	38,89
Tavsiye	13	24,07
Destinasyon	4	7,41
Ziyaretçi Deneyimi	5	9,26
Toplam	54	100

Fatih Camii'sini ziyaret edenlerin %38,89 oranında caminin iç ve dış özellikleri hakkında yorum yaptıkları grlmektedir. Temalar içerisinden en az %7,41 oranında destinasyona yorum yaptıkları saptanmıştır.

İç ve dış özelliklerin %38,89 oranında temaya ait yorumlara örnekler şu şekildedir;

- Hem iç hem dış mekanlarda mavi renk ve harika manzara.
- Dış cephesinin mavi çinilerle kaplanmış olmasıyla dikkat çeken farklı güzel bir camimiz.

Fatih Camii'ni ziyaret edenlerin %24,07 oranında tavsiye ettikleri görülmektedir. Tavsiye temasına ait yorumlara örnekler şu şekildedir;

- Buralara gelen herkesin mutlaka görmesini tavsiye edeceğim bir cami.
- Kesinlikle görülmeli İzmir de oturup gelmeyenlere tavsiyem her ay gelin.

Fatih Camii'nin tarihsel süreçteki bilgileri tarihsel bilgi teması altında %11,11 oranında saptanmıştır. Tarihsel bilgi temasına yönelik örnek yorumlar şu şekildedir;

- 1987'de bu mescidi devralan varyant Fatih Camii koruma ve yaşatma derneği, mescidin onarılamayacak durumda olmasıyla nedeniyle yıktırılmasıyla ve yerine anıtsal özellikte yeni bir cami yaptırılmasına karar verdi. İnşaatı 1988'de başlayan cami 1996'nın ramazan ayında ibadete açıldı.
- Halk arasında Çinili Camii olarak da bilinen bu cami esasen Fatih Camii olarak geçer.

Fatih Camii'sini ziyaret edenlerin %9,26 oranıyla deneyim temasına yönelik örnek yorumları şu şekildedir;

- Bu cami ziyaret etmek için çok güzel ve turizm sezonunda oldukça kalabalık.
- İçeriye girdiğinizde huzur ve İhtişam gerçekten gözlerinizi kamaştırıyor.

Ziyaret bilgisi temasına ait %9,26 oranla örnek yorumlar şu şekildedir;

- İbadete açıktır.
- Cuma namazı kalabalık olur, sosyal mesafeye dikkat edilerek ibadet yapılır.

Beth Israel Sinagogu'nun %4,27 oranına sahip yorumlardan oluşturulan temalar ve frekans dağılımları Tablo 5'te yer almaktadır.

Tablo 5. Beth Israel Sinagogu'na Yönelik Yorumlar

Temalar	Frekans (n)	Yüzde (%)
Ziyaret Bilgisi	11	37,93
Tarihsel Bilgi	3	10,34
İç ve Dış Özellikleri	9	31,03
Tavsiye	4	13,79
Destinasyon	1	3,45
Ziyaretçi Deneyimi	1	3,45
Toplam	29	100

Beth Israel Sinagogu'na ait yorumların çoğunluğunun %37,93 oranında ziyaret bilgisi temasına, %31,03'ünün iç ve dış özellikler temasına yönelik olduğu görülmektedir. Tavsiye ve destinasyon ise %3,45 ile en az yoruma sahip temalardır.

Ziyaret bilgisi temasını %37, 93 ile oluşturan yorumlara örnekler şu şekildedir;

- Vaftiz törenleri yapıldığında içeri izinle giriliyor. Davetli olarak da katılabilirsiniz.
- Tören ve ibadet için açılıyor.

Tarihsel bilgi temasını %10,34 ile oluşturan örnek yorumlar şu şekildedir;

- Sinagog 1907 yılında ibadete açıldı, padişah II. Abdülhamit'in dönemin İzmir valisi eski sadrazam Kâmil Paşa'ya hitaben yazdığı fermanla, Karataş semtindeki Musevilerin ibadet edilmeleri amacıyla yaptırıldı.
- İzmir'deki Yahudi cemaatinin özellikle nikah törenlerini yaptıkları bir ibadethanedir.

İç ve dış özellikleri temasını %31,03 ile oluşturan örnek yorumlar şu şekildedir;

- İbadethane muhteşem mimarisi ile sizi etkiliyor.
- Mimari olarak güzel.

Tavsiye temasını %13,79 ile oluşturan örnek yorumlar şu şekildedir;

- İlgisi olanlar için görülmeden geçilmez.
- Gezmenizi öneririm.

Destinasyon ve ziyaretçi deneyimi teması %3,45 ile aynı orana sahip yorumları şu şekildedir;

- Tapınağı ve Yahudi halkı toplama noktası İzmir.
- İzmir gezimizde bulunduğumuz ibadethane.

Uşakzade Köşkü'nün %7,77 ile oluşturduğu temalar ve frekans dağılımları Tablo 6'da yer almaktadır.

Tablo 6. Uşakzade Köşkü'ne Yönelik Yorumlar

Temalar	Frekans (n)	Yüzde (%)
Ziyaret Bilgisi	12	22,22
Tarihsel Bilgi	9	16,67
İç ve Dış Özellikleri	9	16,67
Tavsiye	13	24,07
Destinasyon	3	5,56
Ziyaretçi Deneyimi	8	14,81
Toplam	54	100

Uşakzade Köşkü'ne yönelik yapılan yorumlarda %24,07 ile tavsiye temasının yüksek bir orana sahip olduğu, %5,56 ile destinasyona temasının düşük bir oran olduğu görülmektedir.

Ziyaret bilgisi temasını %22,22 ile oluşturan yorumlara örnekler şu şekildedir;

- Ücretsiz olarak gezebilirsiniz. Size biri refakat etmekte ve bilgi vermektedir.
- Müze özel bir koleje bünyesinde olup, ücretsiz gezilebiliyor.

Tarihsel bilgi temasını %16,67 ile oluşturan yorumlara örnekler şu şekildedir;

- Mustafa Kemal Atatürk ve Latife Hanım'ın nikahının kayıldığı Köşk.
- Mustafa Kemal Atatürk'ün sıklıkla ziyaret ettiği bu köşk, Başkomutanlık Karargahı olarak da kullanılmış.

İç ve Dış özellikler temasını %16,67 ile oluşturan yorumlara örnekler şu şekildedir;

- Konak çok güzel korunmuş.
- Tarihi doku tertemiz.

Tavsiye temasını %24,07 ile oluşturan yorumlara örnekler şu şekildedir;

- Görülmesi gereken bir yer.
- İzmir'e gidilince lütfen vakit ayırın.

Destinasyon temasını %5,56 ile oluşturan yorumlara örnekler şu şekildedir;

- El değmemiş eşyalar ile güzel bir mekân.
- En duygusal tarihi mekân.

Ziyaretçi deneyimi temasını %14,81 ile oluşturan yorumlara örnekler şu şekildedir;

- Çok güzel yaşanmışlıklara tanık olmak o anlara ufak da olsa içinde olmak huzur veriyor.
- Geçmişe güzel bir dönüş oldu.

Abacıoğlu Han'ın %2,91 ile oluşturduğu temalar ve frekans dağılımları Tablo 7'de yer almaktadır.

Tablo 7. Abacıoğlu Han'a Yönelik Yorumlar

Temalar	Frekans (n)	Yüzde (%)
Ziyaret Bilgisi	1	5
Tarihsel Bilgi	1	5
İç ve Dış Özellikleri	4	20
Tavsiye	7	35
Destinasyon	4	20
Ziyaretçi Deneyimi	3	15
Toplam	20	100

Abacıoğlu Han'a yapılan yorumları %35 ile en yüksek tavsiye temasını oluşturduğunu, %5 ile en düşük ziyaret bilgisi ve tarihsel bilgi temasının olduğu görülmektedir.

Ziyaret Bilgisi ve Tarihsel Bilgi temasını %5 ile oluşturan yorumlar şu şekildedir;

- Restorasyon ile gezilebilir oldu.
- 18. yüzyıldan kalma han.

İç ve dış özellikleri temasını %20 ile oluşturan yorumlara örnekler şu şekildedir;

- İlginç ve güzel bir avlu.
- Güzel bir avlu.

Tavsiye temasını %35 ile oluşturan yorumlara örnekler şu şekildedir;

- Bir çay içiminde izleyin ve dinlenin derim.
- Çay kahve içerek dinlenmek isterseniz burayı tercih etmenizi öneririm.

Destinasyon temasını %20 ile oluşturan yorumlara örnekler şu şekildedir;

- Birkaç güzel kafe ve bir lokanta var, hepsi çok hoş gözükiyordu.
- Restoran, kafeterya, halıcı, derici, gümüşçü ve çay bahçesi var.

Ziyaretçi deneyimi temasını %15 ile oluşturan yorumlara örnekler şu şekildedir;

- Kemeraltı'nda hoş bir sürpriz.
- Tertemiz hali benim gibi bir İstanbulluyu şaşırttı.

5. SONUÇ ve ÖNERİLER

İnternet kullanımının artmasıyla birlikte çevrimiçi platformlarda turistler yaşadıkları seyahat tecrübelerinin yorumlarını giderek daha fazla paylaşmaktadır (Wong ve Qi, 2017). Paylaşılan yorumları oluşturan özellikler genellikle destinasyonlara özgü olan çekicilik unsurlarının etkisi dikkate alınarak yapıldığı söylenebilmektedir (Karasakal, 2019). Bu nedenle destinasyonun

çekiciliklerini belirlemek gelen ziyaretçilerin tercihlerinin ne olduğunun anlaşılmasında oldukça önemli görölmektedir (Tekin, 2012).

Yapılan araştırma kapsamında İzmir ilinde yer alan mimari yapıların destinasyon çekicilik unsurlarının belirlenmesi amaçlanmıştır. Bu amaç doğrultusunda, TripAdvisor web sitesinde tarihi/mimari yapı filtresi kullanılarak en çok yorum sayısına sahip Birgi Çakırağa Konağı, Saint Polycarp Kilisesi, Fatih Camii, Beth Israel Sinagogu, Uşakizade Köşkü, Abacıoğlu Han mimari yapıları değerlendirilmeye alınmıştır. Analiz bulgularına göre mimari yapılara yönelik tespit edilen ziyaretçi yorumları; ziyaret bilgisi, tarihsel bilgi, iç ve dış özellikleri, tavsiye, destinasyon, ziyaretçi deneyimi temaları belirlenerek yorumlanmıştır. Mimari yapılar arasında yer alan Birgi Çakırağa Konağı, Saint Polycarp Kilisesi ve Fatih Camii'nin iç ve dış özellikleri temasıyla öne çıktığı saptanmıştır. Genellikle bu tema altında yer alan yorumların "çok güzel, muhteşem, büyüleyici, görkemli" olduğu tespit edilmiştir. Ziyaretçiler bu mimari yapıların iç ve dış özelliklerini çekici bularak, ayrıntılı değerlendirmelerini yorumlarda sıklıkla belirtmişlerdir. Beth Israel Sinagogu ve Uşakizade Köşküne yönelik yorumların çoğu ziyaret bilgisi teması altında yer almıştır. Bu tema altında genellikle mimari yapı hakkındaki ziyaret saatleri, giriş ücretleri, adres bilgisi gibi yorumlar bulunmaktadır. Son mimari yapı olan Abacıoğlu Han'ın çoğunlukta olduğu yorumlar tavsiye temasıdır. Ziyaretçilerin Abacıoğlu Han'ı genellikle ziyaret edilmesi gerektiği konusunda tavsiye etme eğilimindedir. Bunun yanı sıra, mimari yapılara yönelik yorumların birçoğu ziyaretçiler tarafından görölmeye gereken bir yer olarak değerlendirilmiştir.

Oluşturulan temalar içerisinde Fatih Camii ve Beth Israel Sinagogu'na ait yorumlar en az ziyaretçi deneyimi teması altında bulunmuştur. Fatih Camii ve Beth Israel Sinagoguna yönelik yapılan yorumlarda ziyaretçilerin yaşadıkları deneyimlerini az sıklıkta belirttikleri tespit edilmiştir. Bir diğer mimari yapılar olan Birgi Çakırağa Konağı ve Abacıoğlu Han'ın tarihsel bilgi temasına yönelik yorumları az sıklıkta olduğu görölmektedir. Ziyaretçilerin bu yapılar hakkında yeterli bilgiye sahip olmadığı ancak mimari yapılarını ilgi çekici bularak turistlerin görmeye gereken mekanlar içerisinde yer alabileceğini sıklıkla belirttiği söylenebilir. Benzer bir çalışma olan Gholitabar vd. (2018) mimari yapıların turistlerin ilgisini en çok çeken yerler olduğunu söylemektedir. Bu bağlamda İzmir ilinde yer alan Birgi Çakırağa Konağı, Saint Polycarp Kilisesi, Fatih Camii, Beth Israel Sinagogu, Uşakizade Köşkü, Abacıoğlu Han mimari yapıların iç ve dış özellikleri turistlerin ilgisini çektiği saptanmış olup yapılmış olan çalışmayı destekleyici niteliktedir.

Çakır ve Küçükambak (2016) yaptıkları araştırmada bir yörenin diğer destinasyonlardan ayıran tarihi ve mimari yapılarının tanıtımının yapılması gerektiğini vurgulamaktadır. Destinasyonlarda bulunan mimari yapılar restorasyon çalışmalarının yapılmasıyla birlikte turizme kazandırıldığında rekabet avantajı sağlayabilecek potansiyellere sahip olabilmektedir. Bu potansiyeller ziyaretçilerin bir mimari yapı hakkındaki düşüncelerinin dikkate alınmasıyla gerçekleştirilerek tanıtım çalışmalarına ağırlık verilebilir. Araştırma bulgularına göre, mimari yapıların ziyaret saatleri ve giriş ücretleri gibi bilgilerin yetersiz olduğu anlaşılmaktadır. Ayrıca mimari yapıların duvar ve tavan süslemelerinin çekiciliği dışında kim tarafından yapıldığı ziyaretçilerin merakını uyandıran bilgiler içerisinde yer almaktadır. Bu araştırma bulgularından yola çıkarak şu öneriler geliştirilmiştir;

- Turizm paydaşları mimari yapıların ziyaret saatleri ve giriş ücretleri bilgilerinin yer verildiği tabelalar ve internet siteleri gibi düzenlemeler yaparak yapılar hakkındaki seyahat bilgilerini arttırabilir.
- Turistlerin mimari yapıları ziyaret ettiği esnada bilgilendirici rehberler veya yazılı, görsel tanıtım broşürleri bulundurulularak çekicilik unsurları hakkındaki bilgiler çoğaltılabilir.

- İlgili kurumlar tarafından mimari yapıların iç ve dış mekân restorasyon çalışmalarında bulunan eksiklikler tamamlanarak turistlerin ziyaret edebileceği şekilde çevre düzenlemeleri yapılabilir.
- İlgili kurumlar mimari yapıların iç mekanlarında olan işçiliklerin dikkat çekmesi için 1 atmosfere uygun ışıklar kullanarak dikkat çekici hale getirebilir.

Yapılan bu çalışmanın sınırlılıkları ise, İzmir iline yönelik olması ve belirli mimari yapıların yorumlarının değerlendirilmesidir. Gelecek araştırmalar; farklı destinasyonlarda yer alan mimari yapıların çekicilik unsurlarını belirleyerek ziyaret edenlerin seyahat motivasyonlarını ve turistik davranışlarını inceleyen çalışmalar gerçekleştirilebilir. Ayrıca destinasyonların çekicilik özellikleri içerisinde mimari yapılarla yönelik algı ve memnuniyet düzeyleri tespit edilebilir.

KAYNAKÇA

- Adams, M. K. (2008). Cultural Tourism. Darity, W.A (Ed.) International Encyclopedia of the Social Sciences. USA: MacMilan.
- Akbaba, A. (2012). Destinasyon Geliştirme ve Küçük Ölçekli Turizm İşletmeleri: Akçakoca Üzerine Bir İnceleme. Abant İzzet Baysal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 1 (24): 1-16.
- Albayrak, A. (2013). Alternatif Turizm. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Albayrak, A. ve Özmen, Ö. M. (2018). Turizm Gelişimi ile Kültürel Kimlik Olgusu Arasındaki İlişki: Alaçatı Örneği. İşletme Fakültesi Dergisi, 19 (1): 129-150.
- Avcı, E. (2011). İzmir'in İnanç Turizmi Potansiyelinin Seyahat Acentaları Açısından Değerlendirilmesi (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Adnan Menderes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, Aydın.
- Aydın, Ç. ve Aydın, C. (2020). Eskişehir'in Turistik Destinasyon Çekim Unsurlarının Yerel Basındaki Sunumu. Erciyes İletişim Dergisi, 7 (1): 107-122.
- Başarangil, İ. ve Ulaş, Ş. (2018). Destinasyon Çekim Unsurlarının Ziyaretçi Tatmini Üzerine Etkisi: Kırklareli İli Örneği. Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 33: 189-204.
- Buhalis, D. (2000). Marketing the Competitive Destination of the Future. Tourism Management, 21 (1): 97-116.
- Cılasun, A. ve Bayram, G. (2016). Kentsel Mirası Aydınlatma ile Görünür Kılmak: Tarihi İzmir Kadifekale Sarnıç Örneği. Megaron, 11 (2): 1-10.
- Çakır, F. ve Küçükkambak, S. E. (2016). Destinasyon Pazarlaması ve Fethiye Yöresinin Algılanan İmajının Ölçümü Üzerine Ampirik Bir Araştırma. Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 18 (2): 400-425.
- Demir, Ş. Ş. (2010). Çekici Faktörlerin Destinasyon Seçimine Etkisi: Dalyan Örneği. Ege Akademik Bakış, 10 (3): 1041-1054.
- Ercan, F. (2020). Çevrimiçi Seyahat Rehberlerinde Destinasyon Çekicilik Unsurlarının Analizi: Turkey Home Örneği. Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İİBF Dergisi, 15 (2): 543-564.
- Eren, D., Yılmaz, İ. ve Atasoy, F. (2017). Turizmde Destinasyon Seçimini Etkileyen Çekici Faktörler: Yozgat Üzerine Bir Değerlendirme. II. Uluslararası Bozok Sempozyumu, 480-490, 4-6 Mayıs Yozgat.
- Filieri, R. and McLeay, F. (2014). E-WOM and Accommodation: an Analysis of the Factors that Influence Travelers' Adoption of Information from Online Reviews. Journal of Travel Research, 53 (1): 44-57.
- Formica, S. and Uysal, M. (2006). Destination Attractiveness Based on Supply and Demand Evaluations: An Analytical Framework. Journal of Travel Research, 44 (4): 418-430.
- Gee, C. Y., Choy, D. J. L. and Makens, J. C. (1984). The Travel Industry. AVI Publishing Company, Inc.

- Gholitibar, S., Alipour, H. and Costa, C. M. M. (2018). An Empirical Investigation of Architectural Heritage Management Implications for Tourism: The Case of Portugal. *Sustainability*, 10 (1): 1-32.
- Giritlioğlu, İ. ve Avcıkurt, C. (2010). Şehirlerin Turistik Bir Ürün Olarak Pazarlanması, Örnek Şehirler ve Türkiye'deki Şehirler Üzerine Öneriler (Derlemeden Oluşmuş Bir Uygulama). *Adıyaman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 4: 74-89.
- Gökçen Dünder, Ş. (2014). Nitelikli Yapılaşma Geleceğın İzmir'inde Kentsel Mekânın Kültürel Niteliği. *TMMOB İzmir Kent Sempozyumu*, 467-481.
- Gültekin, R. E. (2010). Antik Smyrna Kenti'nin Koruyucusu St. Polycarp Adına Yapılan Bir Kilise: "St. Polycarp". *Sanat Dergisi*, 0 (4): 101-113.
- Gün, S., Durmaz, Y. ve Tutcu, A. (2019). Destinasyon İmajının Ziyaretçi Memnuniyeti Üzerindeki Etkisi: Mardin'e Gelen Yerli Turistler Üzerinde Bir Araştırma. *Mukaddime Mardin Artuklu Üniversitesi Sosyal Bilimleri Enstitüsü Dergisi*, 10 (1): 375-392.
- Güzel, M. O. ve Önceş, S. (2018). Destinasyonların Çekicilik Unsuru Olmasında Gastronomi Turizminin Rolü: Hatay Mutfak Kültürü Üzerinde Bir Araştırma. *Uluslararası Gastronomi Turizmi Araştırmaları Kongresi*, 64-78, 20-22 Eylül, Kocaeli
- Howie, F. (2003). *Managing the Tourist Destination*, London, Thomson Learning.
- Hsu, T-K., Tsai Y-F. and Wu, H-H. (2009). The Preference Analysis for Tourist Choice of Destination: A Case Study of Taiwan. *Tourism Management*, 30: 288-297.
- İçöz, O., Var, T., ve İlhan İ. (2002). *Turizm Planlaması*. Ankara: Turhan Kitabevi.
- İzmir Kalkınma Ajansı (2011). *İzmir Kültür Turizmi Sektör Araştırması Tespit ve Öneriler*. Ege Derneği Faaliyet Raporu. <http://www.egederneği.org.tr/tr/neler-yapiyoruz.php?mid=10000012&id=597> (Erişim Tarihi: 06.06.2021).
- Karasakal, S. (2019). Destinasyon Çekicilikleri Üzerinde Bir Literatür Taraması: Türkiye, İspanya ve Yunanistan Karşılaştırılması. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi*, 22 (1): 225-245.
- Kayın, E. (1996). Eski Detaylar, Geçmiş Yaşantılar, Mimarsız Yorumlar: İzmir Varyant Fatih Camii. *Ege Mimarlık*, 6 (20): 38- 40.
- Klenosky, D. B. (2002). The "Pull" of Tourism Destinations: A Means-End Investigation. *Journal of Travel Research*, 40 (4): 396-403.
- Kotler, P., Bowen, J. and Makens, J. (2003). *Marketing for Hospitality and Tourism*. Third Edition, Prentice Hall, New Jersey, USA.
- Kozak, M. (2018). *Bilimsel Araştırma: Tasarım, Yazım ve Yayım Teknikleri*. 4. Basım, Ankara: Detay Yayıncılık.
- Kozak, N., Akoğlan Kozak, M. ve Kozak M. (2009). *Genel Turizm: İlkeler-Kavramlar*. 20. Basım, Ankara: Detay Yayıncılık.
- Kresic, D. and Prebezac, D. (2011). Index of Destination Attractiveness as a Tool for Destination Attractiveness Assessment. *Tourism: An International Interdisciplinary Journal*, 59 (4): 497-517.
- Kutvan, A. B. ve Kutvan, S. A. (2013). Turizm Planlamasında Destinasyon Çekiciliklerinin Ölçümü: Bir Yöntem Yaklaşımı. *International Journal of Economic and Administrative Studies*, 6 (11): 159-184.
- Kültür Turizmi (2021). T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, İzmir İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü. Erişim adresi: <https://izmir.ktb.gov.tr/TR-92447/kultur-turizmi.html>
- Mahdzar, M., Shuib, A., Ramachandran, S. and Mohammad A. S. H. (2015). The Role of Destination Attributes and Memorable Tourism Experience in Understanding Tourist Revisit intentions. *Tourism ve Environment, Social and Management Sciences*, 15: 32-39.

Destinasyon Çekicilik Unsuru Olarak Mimari Yapıların İncelenmesi: İzmir Örneği

- Oban Çakıcıoğlu, R. (2006). İzmir'in Eski Kentsel Dokusunun Korunması ve Turizm Açısından Değerlendirilmesi (Yayınlanmamış Doktora Tezi). Dokuz Eylül Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, İzmir.
- Özkan, E., Nisari, M. A. ve Curkan, S. C. (2017). İzmir İlinin İnanç Turizmi Potansiyelinin Belirlenmesi. VI. Ulusal II. Uluslararası Doğu Akdeniz Turizm Sempozyumu, 14-15 Nisan, Gaziantep-TÜRKİYE. 634-646.
- Piramanayagam, S., Rathore, S. and Seal, P.P. (2020). Destination Image, Visitor Experience, and Behavioural Intention at Heritage Centre. *An International Journal of Tourism and Hospitality Research*, 31 (2): 211-228.
- Savaşır, G. (2020). İzmir Kemeraltı Kültürünü Haritalamak. *Yedi: Sanat, Tasarım ve Bilim Dergisi*, 23: 59-73.
- Soğukkuşu, B. ve Tunç, A. Z. (2013). Kent Kültürüne ve Toplumsal Yapıya Bağlı Olarak Kentte Tipografinin Kullanımı (İzmir ve Milano Örnekleri). *Süleyman Demirel Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Hakemli Dergisi*, 13 (12): 153-170.
- Suhartanto, D., Clemes, M. D. and Wibisono, N. (2018). How Experiences with Cultural Attractions Affect Destination Image and Destination Loyalty. *Tourism Culture & Communication*, 18 (3): 176-188.
- Şahin, S. ve Şad, B. (2016). Turist Rehberlerine Yönelik E-Yorumların İçerik Analizi Yöntemi ile Değerlendirilmesi. *Akademik Bakış Dergisi*, 54: 1083-1095.
- Taecharungroj, V. and Mathayomchan, B. (2019). Analysing Tripadvisor Reviews of Tourist Attractions in Phuket, Thailand. *Tourism Management*, 75: 550-568.
- Taş, M., Akyol, C. and Zengin B. (2019). A Research on University Students' Perception of Destination Image: The Case of Kemaliye. *International Journal of Geography and Geography Education (IGGE)*, 40: 311-331.
- Tekin, N. A. (2012). Turistik Destinasyon Pazarlaması ve Çeşme Örneği (Yayınlanmamış Doktora Tezi). Ege Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.
- Temeloğlu, E., Diker, O. ve Aksu, M. (2020). Gökçeada'nın Destinasyon Çekicilik Unsurlarının Belirlenmesine Yönelik Alan Araştırması. *Gastroia: Journal of Gastronomy And Travel Research*, 4 (3): 400-406.
- Topsakal, Y. (2019). Arslantepe Höyüğü Tripadvisor Çevrimiçi Yorumlarının İçerik Analizi ile İncelenmesi. *Gastroia: Journal of Gastronomy and Travel Research*, 3 (4) Özel Sayı: 753-764.
- TripAdvisor (2021), Media Center. <https://tripadvisor.mediaroom.com/2017-08-08-TripAdvisor-Inc-Earnings-Press-Release-Available-on-Companys-Investor-Relations-Site> (Erişim Tarihi: 10.06.2021).
- Türker, N. ve Yaşar, Z. (2018). Safranbolu'nun Kültürel Çekiciliklerine Yönelik Ziyaretçi E-Yorumlarının Değerlendirilmesi: TripAdvisor Örneği. I. Uluslararası Turizm ve Mimarlık Konferansı, 24-27 Ekim.
- Usta, Ö. (2014). Turizm Genel ve Yapısal Yaklaşım. 5. Basım, Ankara: Detay Yayıncılık.
- Usta, Ö. (2002). Genel Turizm. İzmir: Anadolu Matbaacılık.
- Uysal, M. and Jurowski, C. (1994). Testing The Push and Pull Factors. *Annals of Tourism Research*, 21 (4): 844-846.
- Uz, S. (2015). Müze Evler, Ankara: Atatürk Kültür, Dil ve Tarih Yüksek Kurumu, <http://www.ayk.gov.tr/wp-content/uploads/2015/01/UZ-Seden-MÜZE-EVLER.pdf> (Erişim Tarihi 04.06.2021).
- Verma, A. and Rajendran, G. (2017). The Effect of Historical Nostalgia on Tourists' Destination Loyalty Intention: An Empirical Study of The World Cultural Heritage Site – Mahabalipuram, India. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 22 (9): 977-990.
- Yaraşlı, G. Y. (2007). Destinasyon İmajı ve Trabzon Yöresine Dönük Bir Çalışma (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Başkent Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.

- Yasak, Ü. ve Oğan, O. (2019). Foça'da (İzmir) Turizm Potansiyelinin Swot Analizi Yöntemiyle Değerlendirilmesi. 4. International Research Congress on Social Sciences, 74-85.
- Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2006). Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri. Ankara: Seçkin Yayıncılık
- Yu, X. and Xu, H. (2019). Cultural Heritage Elements in Tourism: A Tier Structure From A Tripartite Analytical Framework. Journal of Destination Marketing & Management, 13: 39-50.
- Zağralı, E. (2014). Destinasyon Çekicilik Unsuru Olarak Mutfak Turizmi (İzmir Yarımadası Örneği) (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). İzmir Katip Çelebi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.
- Zeybek Çetin, R. (2012). Tarihi Kent Merkezlerinde Yeniden Canlandırma Politikaları Üzerine Değerlendirme: İzmir Kemeraltı Örneği (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Dokuz Eylül Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, İzmir.
- Wong, C. U. I. and Qi, S. (2017). Tracking The Evolution of A Destination's Image By Text-Mining Online Reviews - The Case Of Macau. Tourism Management Perspectives, 23: 19-29.
- www.tdk.gov.tr (Erişim Tarihi: 04.05.202).
- www.izmir.gov.tr/ataturk-ve-tarihi-mekanlar (Erişim Tarihi: 08.06.2021).