



Ses Atmosferi ve Demografik Özelliklerine Göre Turistlerin Duygu Durumları*

Moods of Tourists according to the Demographic Features and Soundscape

Eşref AY¹, Semra GÜNAY²

¹Anadolu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir
²Anadolu Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Eskişehir

ORCID:

E.A.: 0000-0003-4092-6425

S.G.: 0000-0001-6663-6827

Corresponding Author:

Eşref AY

Email: esrefay@gmail.com

Citation: Ay, E. ve Günay, S. (2022). Ses atmosferi ve demografik özelliklerine göre turistlerin duygu durumları. *Journal of Humanities and Tourism Research*, 12 (4): 711-727.

Submitted: 01.08.2022

Accepted: 13.11.2022

Özet

Bu çalışmanın amacı, Türkiye'deki bir şehir turizmi destinasyonu olan Eskişehir'in iki rekreasyon alanına ait ses atmosferinin turistlerin duygu durumuna etkisini demografik özellikler çerçevesinde incelemektir. Bu amaçla Eskişehir'de bulunan ve turistler tarafından mutlaka ziyaret edilen Sazova Bilim, Kültür ve Sanat Parkı ve Adalar mevkii çalışma alanı olarak seçilmiştir. Buralardaki toplam 794 turiste 2021 yılı haziran ve temmuz aylarında yüz yüze anket uygulanmıştır. Anket aracılığıyla ses atmosferinin turistlerin duygu durumuna etkisinin ortaya koyulması ve sesleri algulamalarında turistlerin demografik özelliklerinin etkisinin tespit edilmesi amaçlanmıştır. Anket formunda turistlerin duygu durumunu ölçmeye yönelik kullanılan Pozitif ve Negatif Duygu Ölçeği (PNDÖ) ve demografik özelliklerinin belirlenmesi amacıyla hazırlanmış sorular bulunmaktadır. Elde edilen verilerden, çalışma alanlarındaki ses atmosferinin turistlerde daha çok pozitif duyguları ortaya çıkardığı anlaşılmaktadır. Sazova Bilim, Kültür ve Sanat Parkı'ndaki turistlerin ses atmosferi kaynaklı pozitif duygu durumunun yaşa, eğitim durumuna ve ikamet yerine göre; negatif duygu durumunun ise cinsiyete göre farklılaştığı belirlenmiştir. Buradaki erkek turistlerin negatif duygu durumu ortalamalarının kadınlara göre yüksek olduğu da elde edilen sonuçlar arasındadır. Adalar bölgesindeki turistlerin ses atmosferi kaynaklı pozitif duygu durumunun eğitim durumuna göre farklılaştığı belirlenmiştir. Buradan hareketle, buraya gelen turistlerden ilkokul mezunu olanların pozitif duygu durumu, ortaokul mezunu olanların ise negatif duygu durumu ortalamalarının yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Turizm, Ses Atmosferi, Duygu Durumu, Eskişehir

Abstract

The aim of this study is to examine the effect of the soundscape of the two recreation areas of Eskişehir, which is a city tourism destination in Turkey, on the mood of the tourists within the framework of demographic characteristics. For this purpose, Sazova Science, Culture and Art Park and the Adalar locality, which are in Eskişehir and are definitely visited by tourists, were chosen as the study area. A face-to-face survey was applied to a total of 794 tourists visiting these areas in June and July 2021. It is aimed to reveal the effect of the soundscape on the mood of the tourists and to determine the effect of the demographic characteristics of the tourists

* Bu makale Anadolu Üniversitesi BAP komisyonunca kabul edilen 2001E011 numaralı proje kapsamında desteklenen doktora tezine ait verilerin bir bölümünden hazırlanmıştır. Ayrıca 16-18 Haziran 2022 tarihlerinde Gürcistan'ın başkenti Tiflis'te gerçekleştirilen International West Asia Congress of Tourism Research (IWAC)'te sunulmuş ve özet bildiriler kitabında yayınlanmıştır. Bu yayın, ilgili bildirin genişletilmiş halidir.

on the perception of the sounds through the questionnaire. The questionnaire form includes the Positive and Negative Affect Schedule (PANAS), which is utilized to measure the moods of tourists, and questions prepared to determine their demographic features. From the data obtained, it is understood that the soundscape in both study areas reveals more positive emotions in tourists. It was determined that the positive mood differed according to the age, education level, and place of residence of the tourists in Sazova Science, Culture and Art Park; it was determined that the negative mood differed according to gender. It is also among the results obtained that the average of the negative mood of the male tourists in this place is higher than that of the females. It has been determined that the positive mood of the tourists in the Adalar locality due to the soundscape differs according to their education level. From this point of view, it has been concluded that the average of positive mood of the tourists who are primary school graduates, and the average of negative mood of those who are secondary school graduates are high.

Keywords: Tourism, Soundscape, Mood, Eskişehir

1. GİRİŞ

Turizm sektörünün rekabetçi ortamında rakiplerinden bir adım daha önde olmayı hedefleyen turizm girişimcileri için turistik deneyimin duyusal boyutu giderek önem kazanan bir konu haline almıştır. Bu konu aynı zamanda, alanyazın boyutunda araştırmacıların da dikkatini çekmektedir. Bunun en önemli nedeni turistik deneyimin çok farklı duyuları (görme, tatma, işitme, dokunma) içeren karmaşık bir yapıya sahip olmasıdır (He vd., 2018: 1). Bilimsel çalışmalar çerçevesinde konu ele alındığında görme duyusunun diğer duyuları domine ettiği görülmektedir. Ancak dünyayı algılamak için yalnızca görme duyusu yetersiz kalmaktadır (Porteous, 1990: 7). Bu nedenle Waitt ve Duffy (2010: 457), turizm çalışmalarının duyma ve dinlemeyle daha yakından ilgilenmesi gerektiğini savunmuşlardır.

Coğrafi görünüm, iklim ve ses atmosferi gibi tüm çevresel unsurlar turistik deneyimin psikolojik boyutunu etkilemektedir. Mekanlara ait değer ve anlamların tam olarak kavranmasında çok boyutlu deneyimlerin rolü büyüktür (Saxen, 2008: 4). Mekâna ait bu değerler coğrafi görünüm kapsamında ele alınmaktadır. Coğrafi görünüm turistlerin deneyimleri ve eylemlerinin yanı sıra sağlık ve refahlarını da etkilemektedir. Ses, canlıların çevresiyle nasıl ilişki kurduğu konusunda kilit bir faktör olduğu için coğrafi görünümün önemli bir parçası konumundadır (Cerwén vd., 2017: 1253).

Fiziksel çevreyi anlamlandıran seslerin oluşturduğu işitsel ortamın ifade edilmesine ilişkin kullanılan ses atmosferi kavramını ilk olarak Murray Schafer (1977) ortaya atmıştır. Bu kavram genellikle çevre mühendisliği ve mimarlık çalışmalarında ele alınmasına karşın coğrafi görünüm araştırmalarının önemli bir parçası haline de gelmiştir. Kavram, turizm bağlamında ele alındığında turistlerin içinde buldukları ortamlarla olan ilişkilerini etkileyen önemli bir unsur olduğu görülmektedir. Çünkü ses zihindeki bilgi biçimini hareket geçiren tetikleyici bir etmendir ve bu anlamda ilişki bir coğrafya oluşturmaktadır (LaBelle, 2010). Buna göre ses atmosferi kavramının turizm çalışmaları açısından önemi ortaya çıkmaktadır.

Alanyazın incelendiğinde turizm kapsamında yapılmış ses atmosferi çalışmalarının yoğun olarak ses kirliliği (Çakır vd., 2018; Ay ve Günay Aktaş, 2019), ses atmosferinden memnuniyet (Grguric, 2020; Jiang vd., 2018; Kang ve Gretzel, 2012), atmosferi beklentisi (Bernat, 2014; Yang vd., 2020), doğal ses atmosferinin korunması (Axelsson vd., 2010; Jeon vd., 2011) gibi konularda gerçekleştiği görülmüştür. Bu makalede, Türkiye’de bulunan ve şehir turizmi açısından önemli bir destinasyon olan Eskişehir ilinin iki rekreasyon alanına ait ses atmosferinin turistlerin duygu durumuna etkisi demografik özellikler çerçevesinde incelenmesi amaçlanmaktadır. Kentin iki farklı noktasında bulunan rekreasyon alanları seçilerek buralardan elde edilen verilerin karşılaştırılması da hedeflenmektedir.

2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

2.1. Ses Atmosferi Kavramı

Bu kavram uluslararası alanyazında “soundscape” olarak geçmektedir. Mimarlık, çevre mühendisliği, şehir ve bölge planlama ve akustik araştırmalarda bu kavram; işitsel peyzaj (Pouya, 2017; Öner, 2020), ses peyzajı (Erkal ve Yürekli, 2007; Çakır ve İlal, 2017), mekân sesi (Helvacıoğlu, 2011), ses manzarası (Cansaran, 2019), işitsel manzara (Esen, 2016) gibi farklı şekillerde Türkçeye çevrilerek kullanılmıştır. Kavram bu çalışmada “ses atmosferi” şeklinde Türkçeleştirilmiştir. Ulusal turizm alanyazını incelendiğinde herhangi bir ses atmosferi çalışmasına rastlanılmamıştır.

Ses atmosferi kavramı ilk olarak 1929 yılında yaptığı çalışmayla Granö tarafından ortaya atılmıştır. Granö, peyzaj deneyiminin çok duyulu bir deneyim olduğunu vurgulamıştır (Qiu vd., 2018: 1). Ancak, Granö ses atmosferi terimini kullanmamıştır. Bunun yerine bir kişiyi direkt olarak çevreleyen alanı temsil eden ‘yakınlık kavramı’ni kullanmıştır (McGregor, 2010: 13). Ses atmosferi kavramının genel kabul görmüş evrensel bir tanımlaması yoktur (Liu vd., 2014: 30). Çoğu yazara göre bir yerin ses atmosferi o ortamda bulunan bir kişi açısından o yerin akustik ortamının algısal yapısıdır (Truax 1984; Porteous ve Mastin 1985; Gage vd., 2004; Yang ve Kang 2005; Dubois vd., 2006; Kang 2007). Tablo 1’de farklı araştırmacılar tarafından yapılan ses atmosferi tanımlamaları yer almaktadır.

Tablo 1. Ses Atmosferi Tanımlamaları

Tanımlama	Kaynak
“Ses atmosferi, herhangi bir akustik çalışma alanıdır.”	Schafer, 1977
“Ses atmosferi, bireyin ve toplumun bir bütün olarak dinleme yoluyla akustik ortamı nasıl anladığını ifade eder.”	Truax, 1984
“Ses atmosferi, bir odadan bir bölgeye kadar bir alanın genel ses ortamıdır.”	Porteous ve Mastin, 1985
“Ses atmosferi, eş zamanlı olarak fiziksel bir çevre ve bu çevreyi algılamanın bir yolu; hem bir dünya hem de o dünyayı anlamlandırmak için inşa edilmiş bir kültür.”	Thompson, 2002
“Ses atmosferi, bir dinleyicinin içine daldığı işitsel ortamdır.”	Turner vd., 2003
“Ses atmosferi; kulak, insanlar, ses ortamları ve toplum arasındaki ilişkilerle ilgilidir.”	Zhang ve Kang, 2007
“Ses atmosferi, bir peyzaj tarafından üretilen tüm ses enerjisi olarak tanımlanır ve üç farklı ses kaynağının (jeofoni, biofoni ve antropofoni) örtüşmesinin sonucudur.”	Farina, 2014
“Ses atmosferi her zaman var olan, ancak genellikle fark edilmeyen bir şeydir ve bu nedenle bir film müziği gibi, görsel anlatıyı hem destekler hem de geliştirir.”	Bruce ve Davies, 2014

Kentsel, kırsal veya vahşi alanlar gibi dış mekânlarda var olan akustik ortamın algılanmasına olan ilgi giderek artmaktadır. Son dönemde ses atmosferi üzerine yapılan çalışmalar, insanlar ve onların işitsel çevreleri arasındaki ilişkiyi anlamak, onların değer verdiği sesleri, belirli yer ve faaliyet bağlamında oluşan tepkilerini incelemek üzerine olduğu görülmektedir (Kamp vd., 2016: 44). Ses atmosferi yaklaşımı, akustik tasarım veya dış mekânın yönetimi yoluyla tıpkı peyzaj tasarımının görsel algıyı iyileştirmek için uygulandığı gibi insanlar için yüksek kalitede ve değerli olan akustik ortam unsurlarının yönetimini içermektedir. Ses, kentsel çevrenin ayrılmaz bir parçasıdır. Kentsel planlama ve tasarım sürecinde görsel estetikle aynı önem seviyesinde değerlendirilmesi gerektiğine dair artan bir farkındalık oluşmuştur. Doğal bir ses atmosferi, yaşanabilirliğin ve yaşam kalitesinin önemli bir yönüdür (Pouya, 2017: 184). Bütün bu bilgiler

ışığında ses atmosferini, “fiziksel çevreyi anlamlandıran seslerin oluşturduğu işitsel ortamdır” şeklinde tanımlamak mümkündür.

Turist deneyimlerinin yalnızca görsel algıdan ibaret olmadığı, diğer duyuşsal alanları da kapsamı gerektiği artık genel kabul gören bir gerçektir (A. Liu vd., 2018: 164). Turistler tadarak, dinleyerek, koklayarak ve hissederek farklı mekanları deneyimlemek isterler (Franklin, 2003). Son yıllarda turizm alanında çalışma yapan araştırmacılar, turist deneyimlerini anlamak için somutlaştırılmış faaliyetleri vurgulayarak, turistlerin diğer duyuşlarının önemli yönlerini işaret etmişlerdir (Kang ve Gretzel, 2012: 441). Özellikle işitsel unsurlar turist deneyiminin önemli bir kısmını oluşturmaktadır (Qiu vd., 2018b: 1). Ses, bir kültüre ait derin bilgiler içerebilmektedir (LaBelle, 2010). Bu yüzden turist deneyiminin önemli bir kısmı çevrelerindeki seslerle ilişkilidir (Qiu vd., 2018b). Ses atmosferi, görsel uyaranlarla deneyimlenemeyen bazı özel algıları tetikleyebilmekte ve insanların çevrelerini daha kapsamlı bir şekilde anlayarak daha rasyonel davranmalarına yardımcı olabilmektedir (Qiu vd., 2018a). Buna göre, görülmeyen yalnızca işitsel unsurlardan oluşan ses atmosferi kavramı turizm açısından da önemli bir kavramdır (Ay ve Günay Aktaş, 2019: 67).

Turistik destinasyon peyzajının özel bir bileşeni olan ses atmosferine ilişkin görüşlerin geçmiş yaşantılardan, kişisel deneyimlerden ve çevre gibi diğer unsurlardan etkilenmiş olması algılamada da farklılığa sebep olmaktadır (Zuo vd., 2020). Seslerin turistler tarafından algılanması, turistlerin destinasyonla ilişkili duyuşsal deneyimlerini etkilemektedir (Waite ve Duffy, 2010). Bundan dolayı bir ses atmosferini dinleyen bir turist psikolojik, kültürel ve fizyolojik bir süreçten geçmektedir (Qiu vd., 2018b). Ses atmosferinin genel kabulden yoksun olmasının nedeni algılanmasının özel oluşundan kaynaklanmaktadır. Ses atmosferi görsel peyzaja nazaran daha hızlı algılanabilmektedir (Schafer, 1977). Bu nedenle turist duyuşlarını daha hızlı ve kolay etkileyebilmektedir. Genel turist memnuniyeti görsel peyzaj ve ses atmosferi arasındaki uyumdan olumlu etkilenmektedir (Qiu vd., 2018b).

2.2. Duygu Durumu Kavramı

Ruh hali olarak da ifade edilebilen bu kavram psikoloji sözlüğünde “bireyin devamlı olarak veya geçici süreliğine sergilediği, ruh halini etkileyen his ya da uzatmalı duyuş hali; belirli bir anda var olan ve devam eden öznel durum ve bununla ilişkili deneyimler” olarak tanımlanmaktadır (www.psikolojizozlugu.com). İçinde bulunulan duyuş durumu, benzer şekilde değerlendirilmiş düşünceleri üretebilir ve bu da bireyin davranışlarını etkileyebilmektedir (Peterson ve Sauber, 1983). Günlük yaşamın ayrılmaz bir bileşeni olan duyuş durumu bireysel iyi oluşla ilgilidir ve insan hayatını önemli ölçüde etkilemektedir (Berger ve Motl, 2000). Duygu durumları, iyimser veya kötümser kişilik eğilimleri gibi nispeten istikrarlı ve kalıcı özelliklerle karşılaştırılabilir. Duygu durumları geçici durumlardır, oysaki kişilik özellikleri genellikle değişmeyen mizaçlardır (Kacen, 1994: 9). Bireyin duyuşsal durumundaki değişimler başkalarına genellikle yüz, ses ve jestlerle yansıtılabilmektedir (Valenza ve Scilingo, 2014).

Günlük yaşamın temelini oluşturan yumuşak duyuşlar, belirli şartlarda aniden ortaya çıkan ve birdenbire kaybolan tepkiler olarak tanımlanmaktadır (Kaya vd., 2015: 488). Duygu durumu, birbirinden bağımsız pozitif ve negatif duyuş durumu faktörlerinden meydana gelmektedir. Hayattan alınan aktif doyum, keyif, hoş giden bir duyuş pozitif duyuş durumunu ifade etmektedir. Pozitif duyuş faktörü içerisinde sayılabilecek duyuşlar; şükran, ilham, huzur, aşk, ilgi, coşku, sevinç, mutluluk ve hoşnut olma gibi duyuşlardır (Mürtezaoğlu ve Yüksel-Şahin, 2018: 49). Negatif ve pozitif duyuş durumları insanların çevrelerini nasıl değerlendirdiklerinin bir göstergesidir. Ayrıca, bu değerlendirme bir bilgi işleme sonucu ortaya çıkmaktadır. Olumlu duyuş durumları kişiye güvenli bir ortamı hissettirmektedir ve basit bilgi işlemeyi işaret etmektedir. Öte

yandan olumsuz duygu durumları dikkat ve sistematik bilgi işlemeyi gerektiren olası tehlikeli bir ortamın varlığına işaret etmektedir (Schwarz, 1990).

3. YÖNTEM

3.1. Araştırma Deseni

Bu çalışma araştırma soğanı çerçevesinde tasarlanmıştır. Saunders ve diğerleri (2007) tarafından geliştirilen araştırma soğanı altı katmanı içermektedir. Bu katmanlar; araştırmanın felsefesi (örneğin, pragmatizm), yaklaşımı (tümevarım veya tümdengelim), stratejileri veya metodolojileri (örneğin, gömülü kuram), seçimler veya kullanılan yöntemlerin türleri (örneğin, karma yöntem), time horizons (örneğin, kesitsel), teknikler ve prosedürlerdir (veri toplama ve veri analizi teknikleri). Bu çalışmada araştırmacılar olgudan bağımsız olduğu ve yüksek düzeyde yapılandırılmış ölçüme uygun veriler toplandığı için pozitivism felsefesi benimsenmiştir. Örneklem üzerinde çalışarak elde edilen sonucun genellenmesi amaçlandığı için araştırma yaklaşımı olarak tümevarım, verilerin toplanmasındaki strateji anket olarak belirlenmiştir. Elde edilen verilerin analizi ve yorumlanmasında seçilen yöntem türü mono metot (nicel), time horizon ise kesitseldir.

3.2. Çalışma Alanı

İç Anadolu Bölgesi'nde yer alan Eskişehir, Türkiye'nin önemli kentsel turizm destinasyonlarından biridir. Kültür ve Turizm Bakanlığı'ndan edinilen bilgiye göre Eskişehir Hasan Polatkan Havalimanı'ndan 18.458 yabancı Türkiye'ye giriş yapmıştır. Ayrıca Eskişehir'deki konaklama tesislerine giriş sayısı 385.290, geceleme sayısı ise 545.645'tir. Gününbirlik turlarla Eskişehir'e çok sayıda ziyaretçi girişinin olduğu da bilinmektedir. Ancak buna ilişkin resmi istatistik bulunmamaktadır. Tesisler dışında da konaklamaların olabileceği göz önüne alındığında toplam ziyaretçi sayısının 500.000'ini aştığı tahmin edilmektedir.

Çalışma alanı olarak Eskişehir'de bulunan ve turistler tarafından mutlaka ziyaret edilen Sazova Bilim, Kültür ve Sanat Parkı ile Adalar mevki seçilmiştir. Kentsel yeşil alan olan Sazova Bilim, Kültür ve Sanat Parkı 400 bin metrekarelik bir alana kurulan şehrin en büyük rekreasyon alanıdır. Şehir merkezine 10 dakikalık mesafededir ve bir tema parktır. Adalar mevki ise Eskişehir'in ortasından geçen Porsuk Çayı kıyısının kafe, restoran, pastane bakımından zengin olan bölümüdür ve turistler için önemli bir ziyaret alanıdır. Burası nüfus yoğunluğunun oldukça fazla olduğu kentin merkezi iş alanında yer almaktadır. Gondol ve bot turlarının binış noktaları da bu alanda yer almaktadır. Bu turlarda turistler Porsuk Çayı üzerinde seyahat ederek Adalar bölgesini gezme imkânı bulmaktadırlar. Turistlerin en çok tercih ettikleri ve yoğun olarak buldukları yerler dikkate alınarak her iki çalışma alanında 15'er dakikalık yürüyüş rotaları oluşturulmuştur. Araştırmanın bundan sonraki bölümlerinde Sazova Bilim, Kültür ve Sanat Parkı "Çalışma Alanı-1 (ÇA-1)", Adalar bölgesi "Çalışma Alanı-2 (ÇA-2)" olarak ifade edilecektir.

3.3. Veri toplama aracı

Turistlerin ses atmosferi kaynaklı duygu durumunu ölçmek amacıyla Watson ve diğerlerinin (1988) geliştirdiği Pozitif ve Negatif Duygu Ölçeği (PNDÖ) kullanılmıştır. Ölçek 10'u pozitif 10'u negatif olmak üzere 20 duyguyu içermektedir. PNDÖ uygulanan kişilerden içinde buldukları ses atmosferini dikkate alarak kendilerini nasıl hissettiklerini düşünmeleri ve 20 duygu ifadesinden her birini ne düzeyde hissettiklerini belirtmeleri istenmiştir. Anket 5'li likert tipi ölçüm (1 = çok az veya hiç, 5 = çok fazla) yapmaktadır. Ankete katılımcıların yaşı, cinsiyeti ve eğitim durumu hakkında bilgi veren demografik sorular da dahil edilmiştir.

Ölçeğin Cronbach α değeri 0,771 olarak hesaplanmış ve bu değere göre ölçeğin güvenilirliğinin yüksek olduğu anlaşılmıştır (Bryman ve Bell, 2019). PNDÖ, pozitif ve negatif duygu durumunun belirlenmesine yönelik geliştirilmiş bir ölçektir. Ben-Porath (1990) bazı ölçeklerin kültürler arasında

yapılarını sürdürmeyeceğini, bu yüzden faktör sayısının orijinal kültürde bulunan sayı ile sınırlandırılmasının doğru olacağını savunmuştur. Bu nedenle bu çalışmada PNDÖ, orijinal şeklinde iki sabit faktörlü (PD ve ND) olarak faktör analizine tabi tutulmuştur. Faktör analiz sonucu ortaya çıkan iki faktörlü yapıdaki ölçeğin birinci bileşeninin toplam varyansın %23,768'ini, ikinci bileşeninin de %19,348'ini, bileşenlerin böylece toplam varyansın %43,116'sını açıkladığı anlaşılmıştır. Sosyal bilimlerde toplam varyans oranı için kabul edilmiş mutlak bir değer bulunmamaktadır (Bektaş, 2017). Varyans oranı yükseldikçe ölçek faktör yapısının daha güçlü olacağı düşünülmektedir. Ancak sosyal bilimlerde %40 ile %60 arasındaki varyans oranlarının yeterli olduğu genel olarak kabul edilmektedir (Aksu vd., 2017; Tavşancıl, 2006). 20 maddenin 10'u "Pozitif Duygu (PD)", 10'u "Negatif Duygu (ND)" olarak isimlendirilen iki faktörün altında örüntülenmiştir (Bkz. Tablo 2). Ayrıca PNDÖ'yü oluşturan iki faktöre ait Cronbach α değerleri sırasıyla 0,874 ve 0,809 olarak hesaplanmıştır.

Tablo 2. PNDÖ'nün Keşfedici Faktör Analizi Sonuçlarına İlişkin Bulgular

Duygu Durumu İfadesi	Faktörler	
	Pozitif Duygu (PD)	Negatif Duygu (ND)
Gururlu	,754	
Kararlı	,725	
Dikkatli	,719	
Hevesli	,718	
Aktif	,701	
Güçlü	,686	
İlhamlı	,651	
İlgili	,650	
Heyecanlı	,650	
Uyanık	,558	
Korkmuş		,692
Ürkmüş		,688
Tedirgin		,672
Sinirli		,668
Asabi		,657
Düşmanca		,624
Mutsuz		,619
Suçlu		,530
Utanmış		,483
Sıkıntılı		,482
Açıklanan Varyans (%)	23,768	19,348
Toplam Açıklanan Varyans (%)		43,116
N=794		

3.4. Örneklem ve verilerin toplanması

Ses kayıtları, çalışma alanlarında oluşturulan rotalarda yapılan ses yürüyüşleriyle gerçekleştirilmiştir. Ayrıca, ses yürüyüşleriyle eş zamanlı olarak turistlere yüz yüze anket uygulanmıştır. Ses kayıtları araştırmacılar tarafından dinlenmiş ve tespit edilen sesler sınıflandırılmıştır. Ses atmosferini oluşturan sesleri tanımlamak ve analiz etmek için oluşturulmuş farklı sınıflandırmalar alanyazında mevcuttur. Bu makalede, ses atmosferini oluşturan seslerin fonksiyonlarına ve anlamlarına göre ele alınması amaçlanmıştır. Bu yüzden kaydedilen sesler Schafer'in yaptığı referansiyel özelliklerine göre sınıflandırılmıştır. Schafer (1977) sesleri "fiziksel karaktere" ve referansiyel özelliklerine göre sınıflandırmıştır. Fiziksel sınıflama seslerin fiziksel

özelliklerine göre (atak, gövde, düşüş, süre, frekans, dinamik) yapılmış bir sınıflamadır. Referansiyel sınıflandırma ise seslerin fonksiyonlarına ve anlamlarına göre (doğal sesler, insan sesleri, toplum sesleri, mekanik sesler, sükûnet ve sessizlik, gösterge sesler) yapılan sınıflandırmadır.

Bu araştırmada örneklem sayısı 100'den büyük olduğu için (n=794) merkezi limit teoreminin varsayımı dikkate alınmıştır. Teoreme göre; parametrik testlerin uygulanabilmesi için örneklem sayısının en az 30 olması gerekmektedir (Chang vd., 2008). Normallik varsayımı kabul edilmiş ve parametrik testlerin yapılmasına karar verilmiştir. 2021 yılı haziran ve temmuz aylarında ÇA-1'i ziyaret eden 397, ÇA-2'yi ziyaret eden 397 olmak üzere toplam 794 turiste yüz yüze anket uygulanmıştır. Veri toplamak için turist yoğunluğunun fazla olduğu hafta sonu günleri tercih edilmiştir. Anket öncesinde ses ölçüm ve kaydı yapılmış ve hemen ardından veriler toplanmıştır. Verilerin analizinde IBM SPSS 23.0 istatistik yazılımından yararlanılmıştır. Çalışma kapsamında gerçekleştirilen ses kayıtları Zoom H6 Ses kayıt cihazı ile gerçekleştirilmiştir.

3.5. Araştırma Hipotezleri

Plog (1974), geliştirdiği psikografik kuramda, turistlerin kişilik yapısının turizm deneyimi tercihinde etkili olduğunu ortaya koymuştur. Turistlerin ses atmosferi kaynaklı duygu durumlarını karakterize etmede yaş, cinsiyet, eğitim düzeyi gibi demografik özelliklerinin belirlenmesi önem arz etmektedir. Bunun yanında turistlerin ikamet yerlerinin de bilinmesi önemlidir. Çünkü turistlerin çevresel olgulara karşı olan algısı ikamet yerine göre de farklılıklar gösterebilmektedir (Petrosillo vd., 2007; Jutla, 2016). Yapılan çalışmalar incelendiğinde, bireylerin sesten etkilenme düzeylerinde bireysel farklılıkların söz konusu olduğu anlaşılmaktadır (Raw ve Griffiths, 1988; Leather vd., 2003; Yost vd., 2007). Ortaya koyulan düşüncelerden ve ilgili alanyazından elde edilen veriler doğrultusunda oluşturulan hipotezler şunlardır:

- H₁:** Turistlerin ses atmosferi kaynaklı pozitif duygu durumu cinsiyetlerine göre farklılaşmaktadır.
- H₂:** Turistlerin ses atmosferi kaynaklı negatif duygu durumu cinsiyetlerine göre farklılaşmaktadır.
- H₃:** Turistlerin ses atmosferi kaynaklı pozitif duygu durumu yaş gruplarına göre farklılaşmaktadır.
- H₄:** Turistlerin ses atmosferi kaynaklı negatif duygu durumu yaş gruplarına göre farklılaşmaktadır.
- H₅:** Turistlerin ses atmosferi kaynaklı pozitif duygu durumu eğitim durumlarına göre farklılaşmaktadır.
- H₆:** Turistlerin ses atmosferi kaynaklı negatif duygu durumu eğitim durumlarına göre farklılaşmaktadır.
- H₇:** Turistlerin ses atmosferi kaynaklı pozitif duygu durumu ikamet yerine göre farklılaşmaktadır.
- H₈:** Turistlerin ses atmosferi kaynaklı negatif duygu durumu ikamet yerine göre farklılaşmaktadır.

4. BULGULAR

4.1. Katılımcıların Demografik Özelliklerine ve Ses Atmosferine İlişkin Bulgular

Katılımcıların demografik ve tanıtıcı özelliklerini belirlemeye yönelik hazırlanan sorulara verilen yanıtlar sonucunda elde edilen bulgulara ait frekans ve yüzde değerleri çalışma alanları özelinde aşağıdaki tabloda sunulmuştur.

Tablo 3. Katılımcılara Ait Demografik Veriler

Değişkenler		n	%
Cinsiyet	Kadın	530	66,8
	Erkek	264	33,2
Toplam		794	100
Yaş		n	%
	18-24	263	33,2
	25-34	228	28,7
	35-44	165	20,8
	45-54	74	9,3
	55-64	48	6,0
	65 yaş ve üstü	16	2,0
Toplam		794	100
Eğitim Durumu		n	%
	Lisans	346	43,6
	Lise	205	25,8
	Ön Lisans	101	12,7
	Lisansüstü	69	8,7
	İlkokul	39	4,9
	Ortaokul	34	4,3
Toplam		794	100
İkamet Yeri		n	%
	İl	575	72,4
	İlçe	196	24,7
	Kasaba	12	1,5
	Köy	11	1,4
Toplam		794	100

Tablo 3'e göre araştırmaya 530 kadın, 264 erkek katılmıştır. Katılımcıların %33,2'si 18-24, %28,7'si 25-34, %20,8'i 35-44, %9,3'ü 45-54, %6'si 55-64 ve %2'si 65 ve üzeri yaşıdadır. Katılımcıların büyük bir çoğunluğunun %43,6 ile lisans eğitimi aldığı görülmektedir. Diğer katılımcıların %25,8 ile lise, %12,7 ile ön lisans, %8,7 ile lisansüstü, %4,9 ile ilkokul ve %4,3 ile de ortaokul eğitimini tamamladıkları anlaşılmıştır. Ziyaretçilerin ikamet yerleri incelendiğinde yarısından fazlasının %72,4 ile il merkezinde, %24,7'sinin ilçede, %1,5'inin kasabada ve %1,4'ünün de köyde yaşadığı belirlenmiştir.

Her iki çalışma alanındaki ses atmosferi içerisinde, Schafer'in sınıflamasındaki 5. grup sınıflama olan "sükûnet ve sessizlik" grubuna giren herhangi bir ses tespit edilememiştir. Ancak ölçüm yapılan her gün için Schafer'in sınıflamasında yer alan 1. (doğal sesler), 2. (insan sesleri), 3. (toplum sesleri), 4. (mekanik sesler) ve 6. (gösterge sesler) gruba ilişkin ses türlerinin olduğu tespit edilmiştir.

Katılımcıların ses atmosferi kaynaklı duygu durumlarının belirlenebilmesi için PNDÖ'nün iki boyutu olan PD ve ND ortalamalarının ağırlıkları incelenmiştir (Tablo 4).

Tablo 4. Çalışma Alanları İçin PNDÖ Boyutlarına Ait Betimleyici İstatistikler

	Boyutlar	Ortalama	Standart Sapma
ÇA-1	PD	3,49	,918
	ND	1,30	,483
	n=397		
ÇA-2	PD	3,46	,925
	ND	1,43	,543
	n=397		

Tabloya göre Çalışma Alanı-1'deki ses atmosferinin ziyaretçilerde daha çok pozitif duyguları ($\bar{x}=3,49$) ortaya çıkardığı, bunun aksine negatif duyguları daha az ($\bar{x}=1,30$) hissettirdiği anlaşılmaktadır. Yine aynı şekilde Çalışma Alanı-2'nin ses atmosferinde de pozitif duyguların daha çok ($\bar{x}=3,46$), negatif duyguların daha az ($\bar{x}=1,43$) hissedildiği görülmüştür.

4.2. Hipotezlere İlişkin Bulgular

Katılımcıların duygu durumlarının bazı demografik değişkenlere göre farklılaşma durumunun ortaya koyulması amacıyla t-testi ve tek yönlü ANOVA analizleri uygulanmıştır. Cinsiyet değişkeni açısından ziyaretçilerin pozitif ve negatif duygu durumlarının farklılaşp farklılaşmadığının test edilmesine yönelik yapılan t-testi sonuçları aşağıdaki tabloda sunulmuştur.

Tablo 5. Ziyaretçilerin Duygu Durumlarının Cinsiyet Değişkenine Göre Farklılaşma Durumu

Pozitif Duygu Durumu																																																							
	Cinsiyet	n	Ort.	St. Sapma	St. Hata	t	p																																																
Çalışma Alanı-1	Kadın	264	3,5417	,90104	395	1,329	,185																																																
	Erkek	133	3,4120	,94901				Çalışma Alanı-2	Kadın	266	3,5211	,95452	395	1,606	,109	Erkek	131	3,3626	,85892	Negatif Duygu Durumu									Cinsiyet	n	Ort.	St. Sapma	St. Hata	t	p	Çalışma Alanı-1	Kadın	264	1,2648	,44841	395	-2,114	,035*	Erkek	133	1,3729	,54050	Çalışma Alanı-2	Kadın	266	1,4154	,55091	395	-1,116	,265
Çalışma Alanı-2	Kadın	266	3,5211	,95452	395	1,606	,109																																																
	Erkek	131	3,3626	,85892																																																			
Negatif Duygu Durumu																																																							
	Cinsiyet	n	Ort.	St. Sapma	St. Hata	t	p																																																
Çalışma Alanı-1	Kadın	264	1,2648	,44841	395	-2,114	,035*																																																
	Erkek	133	1,3729	,54050				Çalışma Alanı-2	Kadın	266	1,4154	,55091	395	-1,116	,265	Erkek	131	1,4802	,52805																																				
Çalışma Alanı-2	Kadın	266	1,4154	,55091	395	-1,116	,265																																																
	Erkek	131	1,4802	,52805																																																			

Çalışma Alanı-2'deki ziyaretçilerin cinsiyetleri ile hem pozitif duygu durumları hem de negatif duygu durumları arasında anlamlı bir farklılık tespit edilememiştir ($p>0,05$). Çalışma Alanı-1 için ise ziyaretçilerin cinsiyetleri ile negatif duygu durumları arasında anlamlı bir farklılık varken ($p<0,05$) pozitif duygu durumları arasında anlamlı bir farklılık belirlenmemiştir ($p>0,05$).

Katılımcıların yaş değişkenleri açısından pozitif duygu durumlarının farklılaşp farklılaşmadığının test edilmesine ilişkin yapılan analiz sonuçları aşağıda sunulmuştur (Tablo 6).

Tablo 6. Ziyaretçilerin Pozitif Duygu Durumunun Yaş Değişkenine Göre Farklılaşma Durumu

	Yaş Aralığı	n	Ort.	St. Sapma	St. Hata	F	p
Çalışma Alanı-1	18-24	125	3,3816	,86587	,07745	2,255	,048*
	25-34	113	3,4345	,97959	,09215		
	35-44	95	3,5189	,85244	,08746		
	45-54	35	3,7229	1,00560	,16998		
	55-64	22	3,9818	,82326	,17552		
	65 ve üstü	7	3,6857	1,09305	,41313		
	Yaş Aralığı	n	Ort.	St. Sapma	St. Hata	F	p
Çalışma Alanı-2	18-24	138	3,4014	,85504	,07279	1,468	,199
	25-34	115	3,5000	,96400	,08989		
	35-44	70	3,4671	,96440	,11527		
	45-54	39	3,6487	,84787	,13577		
	55-64	26	3,6385	,94787	,18589		
	65 ve üstü	9	2,8444	1,28658	,42886		

Tek yönlü ANOVA testinin sonucuna göre yaş değişkeni açısından Çalışma Alanı-1'deki katılımcıların pozitif duygu durumlarında anlamlı bir farklılaşma belirlenmiştir ($p < 0,05$). Pozitif duygu durumu ortalaması en yüksek olan grup 55-64 yaş ($\bar{x} = 3,9818$), en düşük olan grup ise 18-24 yaş grubudur ($\bar{x} = 3,3816$). Çalışma Alanı-2 katılımcılarının pozitif duygu durumlarında yaş değişkeni açısından anlamlı bir farklılaşma olmadığı görülmüştür ($p > 0,05$). Buradaki katılımcıların pozitif duygu durumu ortalamasının en yüksek olduğu yaş aralığı 45-54 yaş ($\bar{x} = 3,6487$), en düşük olduğu yaş aralığı ise 65 ve üstü yaştır ($\bar{x} = 2,8444$).

Tablo 7'de araştırmaya katılan ziyaretçilerin yaş değişkenleri açısından negatif duygu durumlarının farklılaşp farklılaşmadığının test edilmesi amacıyla tek yönlü ANOVA analizi yapılmış ve sonuçlar aşağıda sunulmuştur (Tablo 7).

Tablo 7. Ziyaretçilerin Negatif Duygu Durumunun Yaş Değişkenine Göre Farklılaşma Durumu

	Yaş Aralığı	n	Ort.	St. Sapma	St. Hata	F	p
Çalışma Alanı-1	18-24	125	1,3664	,53836	,04815	,925	,464
	25-34	113	1,2504	,44644	,04200		
	35-44	95	1,2589	,43036	,04415		
	45-54	35	1,3086	,52769	,08920		
	55-64	22	1,3636	,47263	,10076		
	65 ve üstü	7	1,2857	,51130	,19325		
	Yaş Aralığı	n	Ort.	St. Sapma	St. Hata	F	p
Çalışma Alanı-2	18-24	138	1,4449	,54224	,04616	1,590	,162
	25-34	115	1,3539	,47375	,04418		
	35-44	70	1,4100	,48189	,05760		
	45-54	39	1,5974	,69679	,11158		
	55-64	26	1,5385	,63692	,12491		
	65 ve üstü	9	1,5889	,72706	,24235		

Çalışma Alanı-1 ve Çalışma Alanı-2'deki katılımcıların negatif duygu durumlarında anlamlı bir farklılaşma belirlenmemiştir ($p > 0,05$). Çalışma Alanı-1'deki katılımcıların negatif duygu durumu ortalamasının en yüksek olduğu yaş grubunun 18-24 yaş ($\bar{x} = 1,3664$), en düşük olduğu yaş grubunun ise 25-34 yaş grubudur ($\bar{x} = 1,2504$). Çalışma Alanı-2'deki katılımcıların negatif duygu durumu ortalamasının en yüksek olduğu yaş grubu 45-54 yaş ($\bar{x} = 1,5974$) iken en düşük olduğu yaş grubu ise 25-34 yaştır ($\bar{x} = 1,3539$).

Katılımcıların eğitim durumlarına göre pozitif duygu durumlarında farklılaşma olup olmadığının belirlenmesi amacıyla tek yönlü ANOVA testi yapılmıştır. Sonuçlar aşağıdaki tabloda sunulmuştur (Tablo 8).

Tablo 8. Ziyaretçilerin Pozitif Duygu Durumunun Eğitim Durumu Değişkenine Göre Farklılaşma Durumu

	Eğitim Durumu	n	Ort.	St. Sapma	St. Hata	F	p
Çalışma Alanı-1	İlkokul	16	4,1000	,76333	,19083	3,147	,008*
	Ortaokul	14	3,6571	,84007	,22452		
	Lise	85	3,6329	,84097	,09122		
	Ön Lisans	57	3,6088	,86029	,11395		
	Lisans	177	3,3944	,96010	,07217		
	Lisansüstü	48	3,2646	,92218	,13311		
	Eğitim Durumu	n	Ort.	St. Sapma	St. Hata	F	p
Çalışma Alanı-2	İlkokul	23	3,8739	,90162	,18800	2,773	,018*
	Ortaokul	20	3,6500	,93217	,20844		
	Lise	120	3,5592	,85085	,07767		
	Ön Lisans	44	3,6273	,99869	,15056		
	Lisans	169	3,3160	,94430	,07264		
	Lisansüstü	21	3,2333	,85693	,18700		

Yapılan analiz sonucunda her iki çalışma alanı için pozitif duygu durumu ortalaması en yüksek olan eğitim durumu grubundakilerin ilkokul mezunları olduğu (Çalışma Alanı-1 için \bar{x} =4,1000 ve Çalışma Alanı-2 için \bar{x} =3,8739), en düşük olduğu eğitim durumu grubu ise lisansüstü eğitim durumundakiler olduğu (Çalışma Alanı-1 için \bar{x} =3,2646 ve Çalışma Alanı-2 için \bar{x} =3,2333) görülmüştür. Ayrıca her iki çalışma alanındaki ziyaretçilerin pozitif duygu durumlarının eğitim durumlarına göre anlamlı olarak farklılaştığı belirlenmiştir ($p<0,05$).

Katılımcıların eğitim durumu değişkenleri açısından negatif duygu durumlarının farklılaşp farklılaşmadığının belirlenmesine ilişkin yapılan analiz sonuçları Tablo 9'da sunulmuştur.

Tablo 9. Ziyaretçilerin Negatif Duygu Durumunun Eğitim Durumu Değişkenine Göre Farklılaşma Durumu

	Eğitim Durumu	n	Ort.	St. Sapma	St. Hata	F	p
Çalışma Alanı-1	İlkokul	16	1,5625	,69077	,17269	2,219	,052
	Ortaokul	14	1,1786	,18472	,04937		
	Lise	85	1,3635	,56817	,06163		
	Ön Lisans	57	1,2649	,41726	,05527		
	Lisans	177	1,3045	,45450	,03416		
	Lisansüstü	48	1,1688	,44009	,06352		
	Eğitim Durumu	n	Ort.	St. Sapma	St. Hata	F	p
Çalışma Alanı-2	İlkokul	23	1,5130	,63483	,13237	2,265	,047*
	Ortaokul	20	1,5550	,82045	,18346		
	Lise	120	1,5358	,57318	,05232		
	Ön Lisans	44	1,2659	,33959	,05120		
	Lisans	169	1,3870	,50798	,03908		
	Lisansüstü	23	1,4333	,48408	,10563		

Analiz sonuçlarına göre eğitim durumu değişkeni açısından Çalışma Alanı-1'deki katılımcıların negatif duygu durumlarında anlamlı bir farklılaşma yoktur ($p>0,05$). Çalışma Alanı-1'deki katılımcıların negatif duygu durumu ortalamasının en yüksek olduğu eğitim durumu

grubundakilerin ilköğretim mezunları olduğu ($\bar{x}=1,5625$), en düşük olduğu grubun ise lisansüstü mezunlar olduğu ($\bar{x}=1,1688$) görülmüştür. Çalışma Alanı-2'deki katılımcıların negatif duygu durumlarının ise eğitim durumlarına göre anlamlı olarak farklılaştığı tespit edilmiştir ($p<0,05$). Çalışma Alanı-2'deki katılımcıların negatif duygu durumu ortalamasının en yüksek olduğu eğitim durumu grubundakiler ortaokul mezunları ($\bar{x}=1,5550$) iken en düşük olduğu eğitim durumu grubu ise ön lisans mezunlarıdır ($\bar{x}=1,2659$).

Katılımcıların ikamet yerine göre pozitif duygu durumlarının farklılaşp farklılaşmadığının belirlenmesine ilişkin yapılan testin sonuçları aşağıdaki tabloda gösterilmiştir.

Tablo 10. Ziyaretçilerin Pozitif Duygu Durumunun İkamet Yerine Göre Farklılaşma Durumu

	İkamet Yeri	n	Ort.	St. Sapma	St. Hata	F	p
Çalışma Alanı-1	Köy	9	3,9556	1,19280	,39760	3,056	,028*
	Kasaba	4	4,3500	,55076	,27538		
	İlçe Merkezi	107	3,6131	,90398	,08739		
	İl Merkezi	277	3,4267	,90762	,05453		
	İkamet Yeri	n	Ort.	St. Sapma	St. Hata	F	p
Çalışma Alanı-2	Köy	2	4,1000	,14142	,10000	,501	,682
	Kasaba	8	3,4125	1,14697	,40551		
	İlçe Merkezi	89	3,5303	,84159	,08921		
	İl Merkezi	298	3,4477	,94762	,05489		

Analiz sonucunda ikamet yerine göre Çalışma Alanı-1'deki katılımcıların pozitif duygu durumlarında anlamlı bir farklılaşma olduğu görülmüştür ($p<0,05$). Çalışma Alanı-1'deki katılımcıların pozitif duygu durumu ortalamasının en yüksek olduğu grup kasabada yaşayan ziyaretçilerdir ($\bar{x}=4,3500$). En düşük olduğu grup ise il merkezinde yaşayan ziyaretçilerdir ($\bar{x}=3,4267$). Analiz sonuçları Çalışma Alanı-2 için incelendiğinde araştırmaya katılanların pozitif duygu durumlarında ikamet yerine göre anlamlı bir farklılaşma görülmemiştir ($p>0,05$). Buradaki katılımcılardan pozitif duygu durumu ortalaması en yüksek olan grubun köyde yaşayan olduğu ($\bar{x}=4,1000$), en düşük olan grubun ise kasabada yaşayanlar olduğu ($\bar{x}=3,4125$) belirlenmiştir.

Ziyaretçilerin ikamet yeri ile negatif duygu durumları arasındaki ilişkinin analizi için tek yönlü ANOVA testi yapılmıştır. Analiz sonuçları Tablo 11'de sunulmuştur.

Tablo 11. Ziyaretçilerin Negatif Duygu Durumunun İkamet Yerine Göre Farklılaşma Durumu

	İkamet Yeri	n	Ort.	St. Sapma	St. Hata	F	p
Çalışma Alanı-1	Köy	9	1,5889	,96105	,32035	2,592	,052
	Kasaba	4	1,5250	,42720	,21360		
	İlçe Merkezi	107	1,2178	,34499	,03335		
	İl Merkezi	277	1,3206	,50409	,03029		
	İkamet Yeri	n	Ort.	St. Sapma	St. Hata	F	p
Çalışma Alanı-2	Köy	2	1,9000	,00000	,00000	1,808	,145
	Kasaba	8	1,7750	,42003	,14850		
	İlçe Merkezi	89	1,3843	,54018	,05726		
	İl Merkezi	298	1,4403	,54599	,03163		

Çalışma Alanı-1 için ziyaretçilerin ikamet yerine göre negatif duygu durumlarında anlamlı bir farklılaşma tespit edilmemiştir ($p>0,05$). Buradaki katılımcılardan köyde ikamet edenler negatif duygu durumu ortalaması en yüksek olan grup olarak belirlenmiştir ($\bar{x}=1,5889$). Negatif duygu durumu ortalaması en düşük olan grup ise ilçe merkezinde yaşayan ziyaretçilerdir ($\bar{x}=1,2178$). Çalışma Alanı-2'deki ziyaretçilerin ikamet yeri ile negatif duygu durumları arasında anlamlı bir farklılık tespit edilememiştir ($p>0,05$). Bu alandaki ziyaretçilerden negatif duygu durumu ortalaması

en yüksek olan grup köyde ikamet edenler ($\bar{x}=1,90$), en düşük olan grup ise ilçe merkezinde ikamet edenlerdir ($\bar{x}=1,3843$).

5. SONUÇ

Sesin atmosferdeki hava içerisinde yayılabilmesi, tüm varlıkları çevreliyor olması ve atmosferin tanımında “yerküreyi çevreleyen hava” (Kotler, 1973: 50) ifadesinin bulunmasından dolayı “soundscape” kavramı bu çalışmada ‘ses atmosferi’ şeklinde Türkçeleştirilerek kullanılmıştır. Ayrıca, ‘atmosfer’ teriminin turizmde turist memnuniyetini etkileyen; ortam faktörleri (aydınlatma, ses, koku, ısı vb.), sosyal faktörler (çevrenin insan bileşeni) ve tasarım faktörlerini (mimari, stil ve düzen gibi işlevsel ve estetik unsurlar) (Heide ve Grønhaug, 2006) kapsayan bir terim olarak kullanılıyor olmasından dolayı “soundscape” kavramının ulusal turizm alanyazınında “ses atmosferi” şeklinde kullanılmasının daha doğru olacağı düşünülmüştür.

Ses düzeyinin algılanmasında veya kişiyi etkileme düzeyinde bireysel farklılıklar önemlidir (Raw ve Griffiths, 1988). Bu çalışmada ortaya konulan bulgular doğrultusunda ziyaretçilerin bazı demografik özellikleri ile ses atmosferi kaynaklı oluşan duygu durumları arasındaki ilişki incelenmiştir. Ses turist davranışları ve hareketleri ile yakından ilişkilidir (Deng vd., 2017; Yaman, 2015). Buna göre ses atmosferinin nasıl algılandığının önemi ortaya çıkmaktadır. Turistlerin algısal yapısının hem görsel hem de işitsel öğelerden etkilendiği bilinmektedir (Aletta vd., 2017). Qiu ve diğerleri (2018b) de turist deneyiminde sesli ve görsel peyzajların önemine vurgu yaparak ses atmosferinin genel memnuniyeti etkilediğini belirtmiştir.

Turistlerin demografik özellikleri (yaş, cinsiyet, eğitim durumu, ikamet yeri) açısından ses atmosferi kaynaklı oluşan duygu durumlarının farklılaşp farklılaşmadığına bakıldığında cinsiyet değişkeni açısından merkezi iş alanında yer alan Çalışma Alanı-2’deki ziyaretçilerin duygu durumları açısından anlamlı bir farklılık görülmemiştir. Tema park olan Çalışma Alanı-1 için ise cinsiyete göre negatif duygu durumunun farklılaştığı ancak pozitif duygu durumunun farklılaşmadığı belirlenmiştir. Turistlerin yaşları ile duygu durumları arasındaki ilişkiye bakıldığında tema park için pozitif duygu durumu açısından anlamlı bir ilişki olduğu görülmüştür. 65 yaş ve üstü grubuna kadar pozitif duygu durumu ortalamalarında sürekli bir artış olduğu belirlenmiştir. Tema parktaki ses atmosferini oluşturan sesler incelendiğinde doğal seslerin daha çok olduğu belirlenmiştir. Buna göre turistlerin 65 yaşına kadar yaşları arttıkça doğal sesler onlarda olumlu duyguları ortaya çıkarmaktadır şeklinde bir sonuç ortaya koymak mümkün olmaktadır. Bu verinin yanı sıra, buradaki 65 yaş altı katılımcıların eğitim durumlarına bakıldığında %57’ye yakınının lisans ve lisansüstü eğitim almış kişiler olduğu ve bunların da yaklaşık %96’sının il ve ilçe merkezinde ikamet ettiği görülmektedir. Buna göre, il veya ilçe merkezinde yaşayan ve en az lisans mezunu olan 65 yaş altı katılımcılarda doğal seslerin olumlu duygu durumu oluşturduğunu söylemek mümkün olacaktır. Tema parktaki turistlerin negatif duygu durumu ile yaş değişkenleri açısından anlamlı bir farklılık tespit edilmemiştir. Merkezi iş alanı için de bu değişken açısından anlamlı bir ilişkiden söz edilememektedir.

Her iki çalışma alanındaki turistlerden ilkökul, ortaokul, lise ve ön lisans öğrenim durumuna sahip ziyaretçilerin ses atmosferi kaynaklı pozitif duygu durumu ortalamaları lisans ve lisansüstü öğrenim durumuna sahip olanlara göre yüksektir. İlkokul mezunları her iki çalışma alanı için pozitif duygu ortalaması en yüksek olan gruptur. Lisansüstü mezunlarının ise en düşük pozitif duygu ortalamasına grup olduğu belirlenmiştir. Tema parktaki turistlerin öğrenim durumu ile negatif duygu durumları arasında anlamlı bir ilişkinin olmadığı görülmüştür. Ancak, gerçekleştirilen analiz sonucunda ortaya çıkan değer anlamlı olarak kabul edilen sınır değere çok yakındır. Merkezi iş alanında ise bu değişkenler arasında anlamlı bir ilişki mevcuttur. Bu veriler ses atmosferi kaynaklı duygu durumunun eğitim durumu değişkeni ile ilişkili olduğunu ortaya koymaktadır. Bu noktada turistlerin eğitim durumunun ses atmosferi algılarını etkilediği anlaşılmaktadır.

İkamet yeri değişkenine göre duygu durumlarındaki farklılaşmaya bakıldığında tema parktaki turistler için kasabada ikamet edenler ile köyde ikamet edenlerin pozitif duygu durumu ortalamalarının diğer ikamet türlerine göre yüksek olduğu görülmektedir. Bu alandaki ses atmosferi incelendiğinde daha çok doğal seslerden oluştuğu belirlenmiştir. Kasabada ve köyde yaşayan turistlerin il merkezlerinde yaşayanlara nazaran daha çok doğal seslere alışkın olmalarının bu sonucun ortaya çıkmasında etkili olduğu düşünülmektedir. Çünkü kasaba ve köyler il merkezlerine göre daha küçük yerleşim yerleridir ve il merkezinde var olan rahatsızlık vermesi muhtemel ses türleri buralarda daha azdır. Merkezi iş alanı için ise bu değişkenler arasında herhangi bir anlamlı farklılık yoktur. İkamet yeri ile negatif duygu durumu ortalaması arasındaki ilişkiye bakıldığında her iki çalışma alanı için herhangi bir farklılıktan söz etmek mümkün değildir.

Bu makalede çalışma alanlarındaki işitsel öğeler ele alınmış ve her iki alanın turistlerde pozitif duyguları daha çok, negatif duyguları daha az hissettirdiği tespit edilmiştir. Buradan hareketle her iki çalışma alanındaki ses atmosferinin turistlerde olumlu duygu durumu oluşturduğunu ve onlar açısından genel olarak memnuniyet verici olduğu söylenebilir.

Bu çalışmada destinasyonların ses atmosferinin önemi ortaya koyulmuş, ses atmosferi ve demografik özelliklerine göre turistlerin duygu durumları belirlenmeye çalışılmıştır. Ses atmosferi de destinasyonların alt ve üst yapı özellikleri gibi planlanıp yönetilmesi gereken bir unsurdur. Yoğun rekabetin yaşandığı dünya turizm pazarında, artık turistik tatmini etkileyebilecek her unsur kontrol altına alınmaya çalışılmaktadır. Destinasyonların ses atmosferinin planlanması ve yönetilmesine ilişkin olarak, o destinasyona gelen mevcut turistlerin demografik yapılarının da dikkate alınması gerektiği düşünülmektedir. Böylece turistik tatminin üst düzeyde sağlanması ve ekonomik olarak daha fazla getirinin elde edilmesi sağlanabilecektir.

KAYNAKÇA

- Aksu, G., Eser, M. T. ve Güzeller, C. O. (2017). *Açımlayıcı ve doğrulayıcı faktör analizi ile yapısal eşitlik modeli uygulamaları*. Detay Yayıncılık.
- Aletta, F., Brambilla, G., Maffei, L., and Masullo, M. (2017). Urban soundscapes: Characterization of a pedestrian tourist route in Sorrento (Italy). *Urban Science*, 1(1), 4.
- Axelsson, Ö., Nilsson, M. E., and Berglund, B. (2010). A principal components model of soundscape perception. *The Journal of the Acoustical Society of America*, 128(5), 2836-2846. <https://doi.org/10.1121/1.3493436>
- Ay, E., ve Günay Aktaş, S. (2019). Sound pollution and tourism in the urban area. C. Çobanoğlu, M. Çavuşoğlu & A. Çorbacı (Ed). *Advances in Global Business and Economics: Volume 2* içinde (s. 67-75). USA: ANAHEI.
- Bektaş, H. (2017). *Açımlayıcı faktör analizi*. Beta Yayınları.
- Ben-Porath, Y. S. (1990). Cross-cultural assessment of personality: The case for replicatory factor analysis. J. N. Butcher & C. D. Spielberger (Eds.), *Advances in personality assessment* içinde (p. 27-48).
- Berger, B. G., and Motl, R. W. (2000). Exercise and mood: A selective review and synthesis of research employing the profile of mood states. *Journal of applied sport psychology*, 12(1), 69-92.
- Bernat, S. (2014). Soundscapes and tourism—towards sustainable tourism. *Problemy Ekorozwoju—Problems of Sustainable Development*, 9(1), 107-117.
- Bruce, N. S., and Davies, W. J. (2014). The effects of expectation on the perception of soundscapes. *Applied acoustics*, 85, 1-11.
- Bryman, A., and Bell, E. (2019). *Social research methods* (Fifth Canadian edition). Oxford University Press.
- Cansaran, D. (2019). Gürültü kirliliği düzeyini belirlemeye yönelik bir çalışma: Amasya ili örneği. *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi*, 74(1), 89-108.

- Cerwén, G., Wingren, C., and Qviström, M. (2017). Evaluating soundscape intentions in landscape architecture: A study of competition entries for a new cemetery in Järva, Stockholm. *Journal of Environmental Planning and Management*, 60(7), 1253-1275.
- Chang, H. J., Wu, C. H., Ho, J. F., and Chen, P. Y. (2008). On sample size in using central limit theorem for gamma distribution. *Information and Management Sciences*, 19(1), 153-174.
- Çakır, O. ve İlal, M. E. (2017). *Yemekhane ses peyzajının psikoakustik parametreler açısından değerlendirilmesi*. 13. Ulusal Tesisat Mühendisliği Kongresi, 19-22 Nisan/İzmir, 2070-2081.
- Çakır, P. G., Güzel, M. O. ve Barakazı, M. (2018). Turistik destinasyonlarda ses kirliliği üzerine bir araştırma: Bodrum örneği. *Social sciences studies journal*. Vol: 4, Issue: 25, pp.5398-5409.
- Deng, Z., Liu, A., Gao, S., and Wang, D. (2017). *A soundscape analysis to the historical and ethnomusicology area of ethnic tourism*. In INTER-NOISE and NOISE-CON Congress and Conference Proceedings (Vol. 255, No. 7, pp. 123-128). Institute of Noise Control Engineering.
- Dubois, D., Guastavino, C., and Raimbault, M. (2006). A cognitive approach to urban soundscapes: Using verbal data to access everyday life auditory categories. *Acta acustica united with acustica*, 92(6), 865-874.
- Erkal, F. E. ve Yürekli, F. (2007). Müziksel ses-mekân ilişkisinde dokunsal bir beden-mekân matrisinin doğuşu. *İtüdergisi/a*, 6(1), 43-54.
- Esen, E. (2016). Zamanda değil mekânda olmak: ses sanatı bağlamında ses ve mekân ilişkisi. *Tykhé Sanat ve Tasarım Dergisi*, 1(1), 33-51.
- Farina, A. (2014). *Soundscape ecology: principles, patterns, methods and applications*. Springer Science & Business Media.
- Gage, S., Ummadi, P., Shortridge, A., Qi, J., and Jella, P. (2004). *Using GIS to develop a network of acoustic environmental sensors*. In ESRI international user conference (pp. 9-13).
- Grguric, D. (2020). Researching Musicscapes in urban tourism: Case of the Town of Krk. *Journal of Urban Culture Research*, 20, 10-25. <https://doi.org/10.14456/jucr.2020.1>
- He, M., Li, J., Li, J., and Chen, H. (2018). A comparative study on the effect of soundscape and landscape on tourism experience. *International Journal of Tourism Research*, 1-12.
- Heide, M., and Grønhaug, K. (2006). Atmosphere: Conceptual issues and implications for hospitality management. *Scandinavian Journal of hospitality and Tourism*, 6(4), 271-286.
- Helvacioğlu, E. (2011). *Soundscape composition analysis of current*. Yayınlanmamış Doktora Tezi. İstanbul: İstanbul Teknik Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Jeon, J. Y., Lee, P. J., Hong, J. Y., and Cabrera, D. (2011). Non-auditory factors affecting urban soundscape evaluation. *The Journal of the Acoustical Society of America*, 130(6), 3761-3770. <https://doi.org/10.1121/1.3652902>
- Jiang, J., Zhang, J., Zhang, H., and Yan, B. (2018). Natural soundscapes and tourist loyalty to nature-based tourism destinations: The mediating effect of tourist satisfaction. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 35 (2), 218-230. <https://doi.org/10.1080/10548408.2017.1351415>
- Jutla, R. S. (2016). *Understanding the Himalayan Townscape of Shimla through resident and tourist perception*. Reframing Sustainable Tourism içinde (s. 137-159). Springer, Dordrecht.
- Kacen, J. J. (1994). *Moods and motivations: An investigation of negative moods, consumer behaviors, and the process of mood-management*. Yayınlanmamış Doktora Tezi. USA: University of Illinois at Urbana-Champaign.
- Kamp, I. V., Klæboe, R., Brown, A. L., and Lercher, P. (2016). Soundscapes, human restoration, and quality of life, J. Kang & B. Schulte-Fortkamp (Eds.) *Soundscape and the built environment* içinde, (p. 44-68), Boca Raton: CRC Press, Taylor & Francis Group.
- Kang, J. (2007). *Urban sound environment*. Taylor & Francis.

Ses Atmosferi ve Demografik Özelliklerine Göre Turistlerin Duygu Durumları

- Kang, M., and Gretzel, U. (2012). Effects of podcast tours on tourist experiences in a national park. *Tourism Management*, 33(2), 440-455.
- Kaya, Ö., Özok, A., Özçalık, F. ve Akalp, H. (2015). Pozitif ve negatif duygusallığın tasarım birimi çalışanları üzerindeki etkisi (Hazır giyim sektörü örneği). *Mühendislik Bilimleri ve Tasarım Dergisi*, 3(3), 487-491.
- Kotler, P. (1973). Atmospherics as a marketing tool. *Journal of retailing*, 49(4), 48-64.
- LaBelle, B. (2010). *Acoustic territories: Sound culture and everyday life*. USA: Bloomsbury Publishing.
- Leather, P., Beale, D., and Sullivan, L. (2003). Noise, psychosocial stress and their interaction in the workplace. *Journal of Environmental Psychology*, 23(2), 213-222.
- Liu, A., Wang, X. L., Liu, F., Yao, C., and Deng, Z. (2018). Soundscape and its influence on tourist satisfaction. *The Service Industries Journal*, 38(3-4), 164-181.
- Liu, J., Kang, J., Behm, H., and Luo, T. (2014). Effects of landscape on soundscape perception: Soundwalks in city parks. *Landscape and urban planning*, 123, 30-40.
- McGregor, I. (2010). *Soundscape mapping: comparing listening experiences*. Yayımlanmamış Doktora Tezi. İskoçya: Edinburgh Napier University.
- Mürtezoğlu, S. ve Yüksel Şahin, F. (2018). Pozitif-Negatif duyguların, otomatik düşüncelerin ve bazı kişisel değişkenlerin okul yöneticilerinin yenilik yönetimi yeterlik inanç düzeyleri üzerindeki etkisi. *Örgütsel Davranış Araştırmaları Dergisi*, Sayı: 1, s.s.46-68.
- Öner, O. (2020). Ses yürüyüşleri ve mekânsal algı çalışmalarından kentsel planlamaya: Kadıköy_AKUSTİK Örneği. *Mimarlık ve Yaşam*, 5(2), 277-297.
- Peterson, R., and Sauber, M. (1983). *A mood scale for survey research*. AMA Educators' Proceedings, Patrick Murphy (Ed.), Chicago, IL: American Marketing Association, 409-414.
- Petrosillo, I., Zurlini, G., Corliano, M. E., Zaccarelli, N., and Dadamo, M. (2007). Tourist perception of recreational environment and management in a marine protected area. *Landscape and urban planning*, 79(1), 29-37.
- Porteous, J. (1990). *Landscapes of the mind: Worlds of sense and metaphor*. Kanada: University of Toronto Press.
- Porteous, J. D., and Mastin, J. F. (1985). Soundscape. *Journal of Architectural and Planning Research*, 169-186.
- Pouya, S. (2017). The role of landscape architecture on soundscape experience. *Turkish Journal of Forest Science*, 1(2), 183-193.
- Qiu, M., Zhang, J., and Zheng, C. (2018a). Exploring tourists' soundscape emotion and its impact on sustainable tourism development. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 23(9), 862-879.
- Qiu, M., Zhang, J., Zhang, H., and Zheng, C. (2018b). Is looking always more important than listening in tourist experience? *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 35(7), 869-881.
- Raw, G. J., and Griffiths, I. D. (1988). Individual differences in response to road traffic noise. *Journal of Sound and Vibration*, 121(3), 463-471.
- Saunders, M., Lewis, P., and Thornhill, A. (2007). *Research methods for business students*. 4th Edition. Pearson education.
- Saxen, S. W. (2008). *Park visitors and the natural soundscape: Winter experience dimensions in yellowstone national park*. Yayımlanmamış Doktora Tezi. ABD: The University of Montana.
- Schafer, R. M. (1977). *The soundscape: our sonic environment and the tuning of the World*. Rochester, Vt. : Destiny Books.
- Schwarz, N. (1990). Feelings as information: Informational and motivational functions of affective states. In E. T. Higgins & R. M. Sorrentino (Eds.), *Handbook of motivation and cognition: Foundations of social behavior Vol. 2* içinde (p. 527-561), The Guilford Press.
- Tavşancıl, E., (2006). *Tutumların ölçülmesi ve SPSS ile veri analizi*. Ankara: 3. Baskı. Nobel Yayınları

- Thompson, E. (2002). The soundscape of modernity: architectural acoustics and the culture of listening in America, 1900-1930. *American Quarterly*, 57, 249.
- Truax, B. (1984). *Acoustic communication*. New Jersey: Ablex Publishing Corporation.
- Turner, P., McGregor, I., Turner, S., and Carroll, F. (2003). Evaluating soundscapes as a means of creating a sense of place. *Georgia Institute of Technology*.
- Valenza, G., and Scilingo, E. P. (2014). *Autonomic nervous system dynamics for mood and emotional-state recognition: Significant advances in data acquisition, signal processing and classification*. Switzerland: Springer International Publishing.
- Waite, G., and Duffy, M. (2010). Listening and tourism studies. *Annals of Tourism Research*, 37(2), 457-477.
- Watson, D., Clark, L. A., and Tellegen, A. (1988). Development and validation of brief measures of positive and negative affect: the PANAS scales. *Journal of personality and social psychology*, 54(6), 1063.
- Yaman, K. (2015). Yabancı turistlerin Safranbolu'daki çevre kirliliği algısı. *Karabük Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (5), 84-102.
- Yang, L., Zhang, J., Xu, Y., and Chen, X. (2020). Soundscape subjective evaluation based on tourists' preference: a case study of Dayan ancient town. *Journal of Applied Acoustics*, 39(4), 625-631. <https://doi.org/10.11684/j.issn.1000-310X.2020.04.017>
- Yang, W., and Kang, J. (2005). Soundscape and sound preferences in urban squares: a case study in Sheffield. *Journal of urban design*, 10(1), 61-80.
- Yost, W. A., Fay, R. R., and Popper, A. N. (2007). *Auditory perception of sound sources (Vol. 29)*. Springer Science & Business Media.
- Zhang, M., and Kang, J. (2007). Towards the evaluation, description, and creation of soundscapes in urban open spaces. *Environment and Planning B: Planning and design*, 34(1), 68-86.
- Zuo, L., Zhang, J., Zhang, R. J., Zhang, Y., Hu, M., Zhuang, M., and Liu, W. (2020). The transition of soundscapes in tourist destinations from the perspective of residents' perceptions: A case study of the Lugu Lake scenic spot, Southwestern China. *Sustainability*, 12(3), 1073.

Elektronik Kaynaklar

<https://www.psikolojisozlugu.com/mood-duygudurum> (Erişim Tarihi: 02.04.2021)