



Tourism and Recreation

<https://dergipark.org.tr/tourismandrecreation>

E-ISSN: 2687-1971

Yerli turistlerin yavaş şehir algısı: Gökçeada örneği

Slow city perceptions of domestic tourists: The case of Gökçeada

Çağdaş ERTAŞ^{1*}, Meltem AYZAZ²

¹Şirnak Üniversitesi, Turizm ve Otel İşletmeciliği Yüksekokulu, ertascagdas@hotmail.com, 0000-0001-9641-8054

²Profesyonel Turist Rehberi, İstanbul, meltemayaz74@gmail.com, 0000-0002-9673-2227

MAKALE BİLGİSİ/ARTICLE INFO

Araştırma / Research Article

Anahtar Kelimeler:

Turist Algısı, Yavaş Şehir, Yavaş Turizm, Gökçeada.

Key Words:

Tourist Perception, Slow City, Slow Tourism, Gökçeada.

Gönderme Tarihi/Received Date:

12.10.2023

Kabul Tarihi/Accepted Date:

30.11.2023

Yayınlanma Tarihi/Published Online:

31.12.2023

DOI:

10.53601/tourismandrecreation.1386932

ÖZET

Yavaş şehir felsefesi göz önünde bulundurulduğunda, turistlerin yavaş şehir algısı kritik bir noktadır. Ancak yavaş şehirlerin önemi geniş çapta kabul görse de turistlerin yavaş şehir algısına ilişkin literatür yetersiz kalmaktadır. Bu araştırmanın temel amacı, yerli turistlerin deneyimleri sonucunda oluşan yavaş şehir algılarını Gökçeada örneğinde tespit ederek literatüre katkı sunmaktır. Bu amaç doğrultusunda, araştırmada nitel araştırma paradigması benimsenmiş ve fenomenoloji yaklaşımı uygulanmıştır. Araştırma verisi amaçlı örnekleme yöntemi ve yapılandırılmış görüşme aracılığıyla toplanmıştır (n= 20). Elde edilen veriye içerik analizi uygulanmıştır. Analiz sonuçları, yerli turistlerin yavaş şehir algısına ilişkin dikkat çekici birtakım bulgular ortaya koymuştur. Araştırma, bulgular ve yavaş şehir felsefesi göz önünde bulundurularak birtakım önerilerle son bulmaktadır.

ABSTRACT

Considering the philosophy of slow city, how tourists perceive it is a critical point. Although the importance of slow tourism is widely accepted, literature on tourists' perceptions of slow cities remains insufficient. The main purpose of this research is to contribute to the literature by determining the slow city perceptions of domestic tourists as a result of their experiences in the Gökçeada example. For this purpose, a qualitative research paradigm was adopted and a phenomenology approach was applied in the study. Research data were collected using purposive sampling and structured interviews (n=20). Content analysis was applied to the data obtained. The analysis results revealed remarkable findings regarding the slow city perception of domestic tourists. The research ends with some suggestions, considering the findings and slow city philosophy.

1. Giriş

Turizm sektörünün hızlı gelişimi, dünya çapında kayda değer bir sera gazı emisyonu yaratılmasına (Losada & Mota, 2019) ve kirlilik, ekolojik yıkım, trafik sıkışıklığı gibi bir dizi sorunun ortaya çıkmasına sebep olmaktadır (Tang vd., 2017). Ekonomik büyüme arayışı ve neoliberal ideolojilerin hâkimiyetinin, bu sorunların ortaya çıkmasında önemli etkisi olduğu söylenebilir. Neoliberal anlayış, kent sakinlerinin refahına ve kentlerin sürdürülebilirliğine önemli ölçüde zararlar vermiştir. Turizm uygulayıcıları ve araştırmacıları, bu olumsuz etkilere önlem olarak alternatif turizmin önemini vurgulamışlardır (Meng & Choi, 2016). Buna göre yavaş turizm, geleceğin turizm sektörünün sürdürülebilir ve çevre dostu yönlerine önem veren alternatif paradigmalardan biri olarak ortaya çıkmıştır (Kim vd., 2022; Shang vd., 2020). Hızlı tempolu modern yaşam tarzı, insanların yaşamlarını etkilemekte, standardizasyona ve zararlı döngüye neden

olmaktadır (Mehran vd., 2020). Bu durum göz önünde bulundurulduğunda yavaş şehirler, kişiliği korumanın alternatif yollarından biri olup, yavaş bir yaşam bilincini çağrıştırmaktadır (Chi & Han, 2020). Böylece yavaş şehir hareketi, zamanla sürdürülebilir turizmde bir marka haline gelmiştir (Park & Lee, 2019).

Literatürde yavaş şehirlerin bazı yönlerine odaklanan araştırmalar bulunmaktadır (Alison, 2012; Chi & Han, 2020; Jung vd., 2015; Lin, 2017; Lumsdon & McGrath, 2011; Meng & Choi, 2016; Özdemir & Çelebi, 2018; Park & Lee, 2019; Pecsek, 2016; Shang vd., 2020; Yu vd., 2017 gibi). Ancak mevcut literatür çoğunlukla teoriktir ve ampirik araştırmalar sınırlı sayıdadır (Losada & Mota, 2019). Ayrıca yavaş şehir gibi markalaşmalar, belirli destinasyonların diğerlerine göre tercih edilmesinde ve daha olumlu algılanmasında hayati bir rol oynamaktadır (Park & Lee, 2019). Tüketicilerin markalarla ilişkilendirilen özellikleri gerçekte nasıl algıladıkları ise çok

* Sorumlu yazar /Corresponding author.

Doç. Dr., Şirnak Üniversitesi, Turizm ve Otel İşletmeciliği Yüksekokulu, ertascagdas@hotmail.com, 0000-0001-9641-8054

daha kritik bir noktadır. Bu nedenle turistlerin yavaş şehirlere ilişkin algılarının belirlenmesi ve bu algı düzeylerinin ortaya konulması kritik öneme sahiptir (Örs vd., 2022). Deneyimlenen destinasyon ürününe dayalı turist algısı, destinasyon rekabetçiliğinin önemli bir göstergesini temsil etmektedir (Pavlović vd., 2016). Yavaş şehir özelliklerinin turist algıları üzerindeki etkisini anlamak ve davranışlarını tahmin etmek, yavaş turizm pazarlamasını geliştirmek için uygun stratejiler oluşturmak açısından kritik öneme sahiptir (Chi & Han, 2020). Öte yandan, turistler yerel halktan farklı görüşlere sahip olabilecekleri için, turistlerin bakış açıları yerel yönetimlere ve politika yapıcılara sürdürülebilir turizm için farklı bir perspektif kazandırabilir (Cottrell vd., 2004). Turist algısının bu denli önemine rağmen, turistlerin yavaş şehir algısına odaklanan ampirik çalışmaların yetersiz olduğu dikkati çekmektedir (Chi & Han, 2020; Meng & Choi, 2016). Turist algısı şehirlerin gelişiminde temel rol oynasa da yavaş şehir literatürünün bu konuda yetersiz kaldığı anlaşılmaktadır. Bu araştırma, bu eksiklikten ve konunun destinasyon pazarlaması/sürdürülebilirlik açısından öneminden yola çıkılarak tasarlanmıştır. Bu nedenle, bu çalışmada turistlerin yavaş şehir algısı Gökçeada örneği üzerinden incelenmiştir. Dolayısıyla bu araştırmanın temel amacı, yerli turistlerin deneyimleri sonucunda oluşan yavaş şehir algılarını tespit ederek literatüre katkı sunmak ve yavaş şehir paydaşlarına ve planlamacılarına önerilerde bulunmaktır.

2. Kavramsal Çerçeve

2.1. Yavaş Şehir Hareketi

Yavaş şehir hareketi, sağlıksız ve hızlı beslenmeye karşı olarak ortaya çıkan yavaş yemek felsefesinin bir tamamlayıcısı niteliğindedir. Bu hareketin temeli İtalya'da, 1999 yılında atılmıştır. Yavaş şehir hareketinin kurumsal logosunda kullanılan salyangozun, günümüzün hızlı yaşamına bir tepki ifadesi olarak doğru bir seçim olduğu düşünülmektedir. Yavaş şehir felsefesi, modern dünyadaki yaşam kalitesini olumsuz etkileyebilecek faktörlere karşı olarak ortaya çıkmıştır (Kim vd., 2022). Hareket, şehri oluşturan tüm öğelerin niteliklerinin belirlenip onları muhafaza ederek sonraki nesillere aktaracak ve yaşamın yaşamaktan zevk alınacak bir hızda yaşanması olarak açıklanmaktadır (Ünal, 2016). Ancak bu tezat, dikkat çekicidir. Çünkü yavaşlığı izah edebilmek için bile hızdan söz edilmektedir (Ertaş, 2019). Kavramsal tanımındaki bu tezatlığın, araştırmacıların bu olguyu içselleştirmekte zorlandıklarına işaret ettiği söylenebilir.

Yavaş şehir hareketi kentlerin kitlesel tüketime bir tepkisi olsa da (Güneş vd., 2015), geleneksel değerleri ve oluşumları gözetirken, modern dünyanın sunduğu teknolojik imkânlardan da belirli ölçülerde faydalanmayı kabul eder. Bu durum, küreselleşme ile ilgili kaygıların toplumları özgünlüğü ve yerelliği küreselleşme eşliğinde yaşamaya yönelttiğine de işarettir. Bu doğrultuda elektronik iletişim seçeneklerinin yanı sıra, yenilenebilir ve temiz enerji kullanımının çeşitli belediye hizmetlerinde kullanımı teşvik edilmektedir. Yavaş şehir hareketinin özünde var olan bölgeye has yerel değerlerin gözetilmesi ve yerel ürünlerin organik üretimle

desteklenmesi, yerel ekonomide canlanmayı da sağlamaktadır. Bunun yanı sıra, yavaş şehir hareketi her ne kadar destinasyon markalaması amaçlı olmasa da bölgedeki turistik hareketliliği de artırabilmektedir (Heitmann vd., 2011).

Yavaş şehir hareketi, sürdürülebilirliğin 3-E modelini (Environment-Economy-Equity) temel almaktadır (Knox & Mayer, 2009). İlk olarak Campbell tarafından 1996'da ortaya atılan 3-E modeli, çevreci, adil ve karlı bir sürdürülebilir gelişmeye ulaşılabileceğini öne sürmektedir. Ancak uygulama aşamasında modeli oluşturan unsurların amaçları arasındaki çatışmalar, 3-E'nin dengelenmesini zorlaştırabilmektedir (Campbell, 1996). Zira yavaş şehirler kendi kendine yeterliliği mi destekleyecek yoksa turizm pazarında alternatif oluşumlar mı sunacak? Yavaş şehirlerin tanıtımı yapılırken dikkat edilmesi gereken husus, asıl amacın bölgenin pazarlanmasına yönelik olmaması gereğidir. Yavaş şehirlerin turistik cazibe merkezi haline gelmeleri, kontrolsüz turizm faaliyetlerine ve bölgede taşıma kapasitesi artışına neden olacaktır (Güneş vd., 2015). Öyle ki günümüzde de şehir hayatının stresine maruz kalan turistler, dinginlik arayışı ile yavaş şehirlere yönelmektedir. Bu durum dönemsel olarak aşırı turizme yol açarak yavaş şehir felsefesine aykırı bir hareketliliğe neden olabilmektedir (Kurnaz & İpar, 2020). Başka bir şekilde ifade etmek gerekirse, bu şehirler bir dönem yavaş bir dönem gürültülü oluyorsa, bu şehirlerin yavaş olarak nitelendirilmesi olağan bir durum değildir. Yerel halkın da bu konuda endişeli olduğunu tespit etmiş araştırmalar (Coşar, 2013; Tunçer & Olgun, 2017 gibi) mevcuttur. Yavaş şehirlerin özünün yereli, halkı ve şehrin ruhunu korumak olduğu düşünüldüğünde, turizmin bu olumsuz etkilerinin yavaş şehir felsefesiyle bağdaştığı söylenememektedir (Ertaş, 2019).

Neoliberalizm karşıtı olarak ortaya çıkmış ve yaşanabilirlik üzerine inşa edilmiş yavaş şehirler, son birkaç yıldır araştırmacıların ilgisini çekmeye başlamıştır. Ancak yavaş şehirlere yönelik araştırmalar yetersizdir (Park & Lee, 2019). Losada & Mota (2019), Oh vd. (2016), mevcut yavaş turizm literatürünün çoğunlukla teorik olduğunu ve ampirik araştırmalardan yoksun olduğuna dikkat çekmiştir. Literatür incelendiğinde, konuyla ilgili araştırmaların yavaş şehir oluşturma planları ve önerileri (Pecsek, 2016; Yu vd., 2017), yavaş seyahatin özellikleri (Lumsdon & McGrath, 2011) ve turistlerin motivasyonları ile davranışsal niyetleri (Lin, 2017; Meng & Choi, 2016; Özdemir & Çelebi, 2018) üzerinde yoğunlaştığı görülmektedir. Öte yandan son birkaç yıldaki araştırmalarda turistlerin özellikle yavaş seyahate yönelik bilişlerine ve bunların davranışsal sonuçlarına odaklanılmıştır. Örneğin, Jung vd. (2015), turistlerin yavaş yemek festivalinden algıladıkları kalite ve memnuniyetin yanı sıra tekrar ziyaret davranışını değerlendirmiştir. Yavaş şehrin marka çağrışımı ile turistlerin tekrar ziyaret etme niyeti arasındaki ilişki, Park & Lee (2019) tarafından incelenmiştir. Shang vd. (2020), destinasyon özgünlük unsurlarına sahip yavaş turizm deneyiminin, turistlerde yavaş şehir aidiyeti yaratılmasını önemli ölçüde etkilediğini göstermiştir. Alison (2012), yavaş şehirlerin refahının bir destinasyonun çevresi, yerel topluluklar ve turistlerin kendileri için bir dizi fayda sağlayabileceğini belirtmiştir. Bu nedenle, mevcut yavaş şehir

özelliklerini kullanarak bir yer, yerel topluluklar ve turistlerin faydaları arasındaki bu tür sürdürülebilir ilişkilerin nasıl sürdürüleceğine dair daha fazla araştırma yapmak önemlidir (Chi & Han, 2020).

2.2. Turist Algısı

Kitle turizminden farklı olarak yavaş turizm, doğal kaynakların ve yerel geleneklerin sürdürülebilir kalkınmasına güçlü bir vurgu yaparak yavaş temposu, kısa seyahat mesafeleri ve sınırlı hareketlilik ile karakterize edilmektedir (Huang vd., 2023). Yavaş turizmin gelişmesiyle yavaş turist profili de popülerlik kazanmıştır. Yavaş turistler telaşsız seyahat deneyimlerini tercih etmekte, kendilerini yerel yaşam tarzına kaptırmaya, aidiyet duygusunu geliştirmeye ve iç huzuru keşfetmeye daha fazla zaman ayırabilmektedir. Bu gezginler, kısa bir süre içinde birden fazla destinasyona koşmak yerine, genellikle yerel konaklamayı tercih ederek ve yerel malzemeleri ve tatları deneyimleyerek otantik kültürel etkileşimle özellikle ilgilenmektedir (Meng & Choi, 2016). Burada turistlerin algısı önemli bir faktör olarak devreye girecektir. Turistler bir ürünü ya da destinasyonu deneyimlerken, deneyim sonucunda yaşadıklarını beklentileriyle karşılaştırırlar (Gnanapala, 2015). Yavaş şehirlerle ilgili bahse konu beklentileri karşılanmayan turistlerin yavaş şehirle ilgili algısı da olumsuz yönde şekillenecektir. Ziyaret edilen yavaş şehirle ilgili güçlü ve olumlu algı, yavaş turistleri aynı yavaş turizm destinasyonunu tekrar ziyaret etmeye motive edecektir (Meng & Choi, 2016). Dahası, destinasyon seçim süreci turistlerin algıları sonucunda şekillenmektedir (Gnanapala, 2015). Yavaş şehir gibi markalaşmalar, belirli destinasyonların diğerlerine göre tercih edilmesinde ve daha olumlu algılanmasında hayati bir rol oynamaktadır (Park & Lee, 2019). Tüketicilerin markalarla ilişkilendirilen özellikleri gerçekte nasıl algıladıkları ise çok daha kritik bir noktadır. Bu nedenle turistlerin yavaş şehirlere ilişkin algılarının belirlenmesi ve bu algı düzeylerinin ortaya konulması kritik öneme sahiptir (Örs vd., 2022).

Algı, insanların uyarınları anlamlı ve tutarlı bir şekilde seçme, organize etme ve yorumlama süreçleri şeklinde tanımlanabilir (Solomon, 2001). Algı, turizm literatüründe en çok çalışılmış konulardan birini oluşturmaktadır. Konu yavaş şehirler kapsamında da birçok araştırmacının ilgi odağı olmuştur. Nitekim turizm literatürü incelendiğinde, yavaş şehir algısına ilişkin çeşitli araştırmaların yapıldığı dikkati çekmektedir. Ancak bu araştırmaların önemli bir kısmı genelde yerel halkın turizm gelişimine, turistlere ya da yavaş şehir oluşumuna/etiketine ilişkin algılarına odaklanmaktadır. Turizm araştırmaları, turistlerin ziyaret ettikleri destinasyondaki algılarını incelemeyi çoğunlukla ihmal etmiştir (Joo vd., 2019). Muhtemelen, bu araştırma boşluğu, bir destinasyonda ikamet etmeyenlerin, destinasyonda neyin planlandığı ve yönetildiğine ilişkin çok az fikre sahip olmasının beklendiği ikili bir görüşten kaynaklanmaktadır. Ancak turistlerin bir destinasyona duygusal olarak bağlanabilmesi (Cheng & Wu, 2015) ve bazen kendilerini o destinasyonla özdeşleştirebilmesi (Su & Swanson, 2017) muhtemeldir. Zira turistler bir destinasyonu ziyaret ettiklerinde, o destinasyonla ve orada yaşayanlarla duygusal bir bağ kurabilmektedir

(Cardinale vd., 2016). Bu bağ, turistlerin algılarını da önemli oranda etkilemektedir (Woosnam, 2012). Turistler bölge sakinlerine duygusal olarak yakın hissettiklerinde, destinasyondaki algıları da olumlu yönde şekillenecektir. Diğer taraftan, turistler ve bölge sakinleri arasındaki düşük duygusal bağ, turistlerin destinasyonda algısının kötü yönde etkilenmesine sebep olacaktır (Joo vd., 2019). Yerel halkın algısı önemli olmakla beraber, turistlerin algısı da turizm sektörü açısından önem arz etmektedir. Zira turist algısı, seyahat davranışının, karar vermenin ve destinasyon çekiciliğinin inceliklerini anlamada temel bir görev görmektedir. Turist algısı, turistlerin destinasyonlar, deneyimler ve hizmetler hakkında oluşturduğu subjektif yorum ve değerlendirmeleri şeklinde tanımlanabilir (Carballo vd., 2017; Cui vd., 2016; Mishra vd., 2011; Polas vd., 2022).

Deneyimlenen destinasyon ürününe dayalı turist algısı, destinasyon rekabetçiliğinin önemli bir göstergesini temsil etmektedir (Pavlović vd., 2016). Yavaş şehir özelliklerinin turist algıları üzerindeki etkisini anlamak ve nihayetinde turistlerin davranışlarını tahmin etmek, yavaş turizm pazarlamasını geliştirmek için uygun stratejiler oluşturmak açısından kritik öneme sahiptir (Chi & Han, 2020). Öyle ki turist algısı, turistlerin davranışlarını etkileyen önemli bir unsurdur. Turistlerin seyahate ve bir destinasyonu ziyarete ilişkin memnuniyetleri veya memnuniyetsizlikleri algılarına göre gelişmektedir (Gnanapala, 2015). Öte yandan turist algısı, yeniden deneyimleme niyeti ve olumlu tavsiyede bulunma gibi birtakım davranış niyetlerini önemli belirleyicisidir (Ali & Amin, 2014). Turist algısının turistlerin davranışlarının önemli öncülü olduğunu ampirik olarak tespit etmiş birçok araştırmadan söz edilebilir. Örneğin Baloglu vd. (2019), Chi & Han (2020), Chi & Han (2021), Han vd. (2019a), Hung vd. (2019), Ibrahim & Gill (2005), Mohamad vd. (2012), Murphy vd. (2000), Park & Lee (2019), Polas vd. (2022), Shang vd. (2020) olumlu algıların turistlerin çeşitli davranışlarını da olumlu yönde etkilediğini tespit etmiştir. Turist algısı, bir destinasyonun imajının şekillenmesinde de önemli bir boyutu oluşturmaktadır (Bertan & Altıntaş, 2013).

Bir destinasyonun turistler tarafından nasıl algılandığını bilmek, özellikle o destinasyonun sürdürülebilirliği açısından önemlidir (Park & Lee, 2019). Yavaş şehirlerin en öncelikli misyonlardan birini oluşturduğu düşünülen sürdürülebilirlik (Coşar vd., 2015; Lumsdon & McGrath, 2011; Mayer & Knox, 2006) için turist algısı, yavaş turizm/şehirler için de büyük bir önem taşımaktadır (Lin, 2017). Yavaş turizm literatürü incelendiğinde turistlerin algıladığı destinasyon kalitesi ve gelecekteki davranışları üzerine birçok ampirik çalışmanın yapıldığı görülmektedir. Bu, yavaş turizmin ve bileşenlerinin önemini geniş çapta kabul edildiğini göstermektedir. Ancak turistlerin yavaş şehir algılarına odaklanan ampirik çalışmalar sınırlı sayıdadır (Chi & Han, 2020; Meng & Choi, 2016). Nitekim turist algılarının önemi, birçok turizm araştırmacısı tarafından kabul edilmektedir. Turist algısı şehirlerin gelişiminde temel rol oynasa da (Tsai, 2016), yavaş şehir literatürünün bu konuda yetersiz kaldığı görülmektedir. Konunun önemi, literatürde önemli bir boşluğa işaret etmektedir.

3. Yöntem

Bu araştırmada Gökçeada'nın araştırma sahası olarak seçilmesinin temel sebebi, ada olma özelliğiyle Türkiye'deki diğer yavaş şehirlerden farklılık gösterdiği varsayımdır. Araştırmada nitel araştırma paradigması benimsenmiş ve fenomenoloji yaklaşımı uygulanmıştır. Fenomenoloji araştırmaları, bireylerin bir olgu ya da kavramla ilgili yaşamış deneyimlerine odaklanarak, söz konusu olguyu deneyimleyen bireylerin ortak özelliklerini çözümleyebilir ve bireysel deneyimleri bütüncül bir perspektifle yorumlayabilir (Creswell, 2013). Araştırma verisi, yapılandırılmış görüşme aracılığıyla toplanmıştır. Araştırmanın evrenini, Gökçeada'yı yavaş şehir unvanı almadan önce veya aldıktan sonra en az bir defa ziyaret etmiş yerli turistler oluşturmaktadır. Örneklemin belirlenmesinde amaçlı örneklem yöntemi kullanılmıştır. Amaçlı örnekleme, önceden belirlenmiş kıstas(lar)a uyan kişiler, örneklem olarak alınır (Erdoğan, 2012). Bu kapsamda, Gökçeada'yı yavaş şehir unvanı almadan önce veya aldıktan sonra en az bir defa ziyaret etmiş kıstasına uyan bireylere ulaşılmış ve katılımcı olmaları sağlanmıştır. Veri 29 Eylül-20 Ekim 2022 tarihleri arasında toplanmış, görüşülen kişilerin yanıtları tekrar etmeye başladığı için görüşmeler yirminci katılımcı ile tamamlanmıştır. Görüşmeler ortalama 25 dakika sürmüştür (en kısa görüşme K3 ile 12 dakika; en uzun görüşme K14 ile 36 dakika). Görüşmeleri bu araştırmanın ikinci yazarı yürütmüştür. Yapılan görüşmelerde katılımcıların tamamının izni ile ses kaydı alınmıştır, ayrıca yanıtlar araştırmacı tarafından elle not edilmiştir.

Katılımcılara yöneltilen sorular Coşar'ın (2013) çalışmasından yararlanılarak tasarlanmıştır ve görüşmeler yüz yüze gerçekleştirilmiştir. Nitel araştırma paradigmasında soruların genelde direkt açık uçlu (Neden, nasıl gibi) yöneltildiği dikkati çekmektedir. Ancak aşağıdaki üçüncü

ve beşinci sorular katılımcılara öncelikle kapalı uçlu olarak yöneltilmiştir, sebepleri daha sonra sorulmuştur. Burada amaç, katılımcının vereceği yanıtı manipüle etmemek ve katılımcının kaçış noktası kullanmasını önlemektir (Rabianski & Carn, 1992). Üçüncü soru, Gökçeada'yı ilk olarak yavaş şehir unvanı aldıktan sonra ziyaret etmiş kişilere yönelik hazırlanmıştır. Ancak katılımcı Gökçeada'yı yavaş şehir unvanı alınmadan önce de ziyaret etmişse, unvanın Gökçeada'yı tekrar ziyaret etmede etkili olup olmadığı da anlaşılmaya çalışılmıştır.

Soru 1. Gökçeada'yı ziyaret etme nedeniniz/nedenleriniz nelerdir?

Soru 2. Yavaş şehir kavramı sizin için ne ifade ediyor?

Soru 3. Yavaş şehir unvanının Gökçeada'yı ziyaretinizde etkisi oldu mu? (Neden?)

Soru 4. Yavaş şehir felsefesini düşündüğünüzde, Gökçeada'daki ziyaret deneyiminiz hakkında neler söylemek istersiniz?

Soru 5. Yavaş şehir felsefesini düşündüğünüzde, ada halkının bu felsefeyi benimsediğini düşünüyor musunuz? (Neden?)

Veri geçerliliğini ve güvenilirliğini sağlayabilmek amacıyla, görüşmeler katılımcıların kendilerini rahat hissedebilecekleri yerde ve onlar için uygun olan zamanda gerçekleştirilmiştir. Ayrıca katılımcıların kendilerini yine rahat hissedebilmeleri için, görüşmelerin sohbet havasında yapılmasına özen gösterilmiştir. Veri, araştırmanın her iki yazarı tarafından da incelenmiş ve çözümlenmiştir. Bu işlem, kodlama açısından iç tutarlılığı sağlamak için üç kez gerçekleştirilmiştir (Yıldırım & Şimşek, 2018). Son olarak, iki yazarın da hemfikir olduğu nihai bulgular ortaya çıkmıştır. Veri analizinde, bir fenomenin veya mesajın içeriğinin anlaşılmasında uygun bir yöntem olmasında (Sangpikul, 2010) dolayı, içerik analizi kullanılmıştır. Analiz, katılımcılara yöneltilen beş temel sorunun ana temaları kapsamında yapılmıştır. Dolayısıyla bu araştırmada içerik analizi, "ziyaret

Tablo 1. Katılımcıların Tanımlayıcı Özellikleri

Katılımcı (K)	Cinsiyet	Yaş	Meslek	Eğitim
K1	Kadın	49	Bankacı	Lisans
K2	Erkek	63	Emekli (iç mimar)	Yüksek lisans
K3	Kadın	46	Ekonomist	Lisans
K4	Kadın	47	Bankacı	Lisans
K5	Erkek	49	Reklamcı	Lisans
K6	Kadın	37	Öğretmen	Yüksek lisans
K7	Erkek	42	Esnaf	Lise
K8	Kadın	40	Finans danışmanı	Lisans
K9	Erkek	54	Arkeolog	Lisans
K10	Kadın	55	Eğitmen	Lisans
K11	Kadın	46	İnsan kaynakları	Lisans
K12	Kadın	50	Bankacı	Lisans
K13	Kadın	53	Emekli (Bankacı)	Yüksek lisans
K14	Erkek	52	İnşaat mühendisi	Yüksek lisans
K15	Erkek	39	Pazarlama iletişimsi	Lisans
K16	Kadın	50	Finans uzmanı	Lisans
K17	Erkek	40	Muhasebeci	Lisans
K18	Erkek	40	Fotoğrafçı	Lisans
K19	Kadın	42	Turizmci	Yüksek lisans
K20	Erkek	55	Emekli	Lise

sebepleri, “kavramsal algı”, “unvanın ziyarete etkisi”, “ziyaret deneyimi” ve “halkın yavaş şehre uyumu” ana temaları kapsamında yürütülmüştür. (Bu araştırma için etik kurul onayı, Şırnak Üniversitesi Etik Kurulu'ndan 21/09/2022 tarih ve 2022/114 sayılı karar ile alınmıştır.)

4. Bulgular

Katılımcıları tanımlayıcı bazı özellikler Tablo 1'de sunulmuştur. Tablo incelendiğinde, Gökçeda'yı eğitim düzeyi yüksek ve orta yaştaki bireylerin ziyaret ettiği görülmektedir. İçerik analizinin yapıldığı ana temalar kapsamındaki bulgular sırasıyla açıklanmıştır. Nitel araştırma desenleriyle nicel araştırma desenlerini birbirinden ayıran temel özelliklerden biri, bulguların sunumunda kullanılan araçlardır. Nitelik nicel araştırma desenlerinde temel araç frekanslardır. Nitel araştırma desenlerinde ise frekanslar yerine kelimelerin kullanılması daha sağlıklı bir yöntemdir (Hall, 2018). Bu sebeple bu çalışmada bulgular sunulurken, kelimelere odaklanılmıştır.

4.1. Ziyaret Sebebi

Katılımcıların Gökçeda'yı ziyaret sebepleri arasında doğal güzellikler (K1, K2, K4, K6, K9, K12, K15, K16, K17, K19, K20), temiz denizi/plajı/koyları (K6, K7, K15, K17, K18, K19, K20), sakin olması/kalabalık olmaması (K6, K9, K13, K14, K16, K20) ve keşif/merak (K2, K11, K12, K14, K20) temaları ağırlıklı olarak ön plana çıkmıştır. Bunun yanında; yiyecek-içecek/yöresel tatlar (K13, K15, K17, K19), ulaşım kolaylığı (İstanbul'a yakınlık) (K6, K9, K19, K20), Rum köyleri/kendine has köyler/taş evler/mimari yapı/tarihi doku (K7, K8, K9), turistik amaçlı (K3, K5, K10), fotoğraf çekmek (K5, K18), arkadaş tavsiyesi (K4, K11), halkla sohbet (K13), bisiklet sürmek/deniz sporları yapmak (K15), fiyat uygunluğu (K1) ve kamp yapmak (K20), diğer temalar olarak ortaya çıkmıştır. Günümüzde birçok insanın doğal yerleri ziyaret etmeyi daha çok tercih etmeye başladığı gözlemlenmektedir. Doğal güzelliklerin, Gökçeda'yı ziyaret sebepleri arasında da öncelikli olduğu görülmektedir: “Herkesin birbirinden farklı ziyaret sebebi bulunabilir. Zaten Gökçeda'yı ziyaret etmek için birçok sebepten söz etmek de mümkündür. Ancak benim açımdan Gökçeda'yı ziyaret etmemdeki sebeplerin başında adanın doğal güzellikleri geliyor” (K1). Yavaş şehirler, sakinlikleriyle bu unvanı almaktadır. Sakinlik misyonunun turistlerin ziyaret sebepleri arasında da olduğu gözlemlenmektedir: “Gökçeda'yı pek çok kere ziyaret etmemdeki en büyük etkenler sakin olması ve çok kalabalık olmaması diyebilirim. ...” (K9). Keşif/merak günümüz turizm sektöründe olduğu gibi, yavaş şehirleri ziyaret sebebi arasında da bulunmaktadır: “En önemli nedeni seyahat için yeni yerleri görüp keşfetmeyi tercih etme arzusu şeklinde açıklayabilirim” (K2).

4.2. Kavramsal Algı

Katılımcıların yavaş şehir kavramına ilişkin algısında dinginlik/sakinlik/sessizlik/huzur (K1, K2, K3, K4, K5, K10, K12, K13, K14, K15, K16, K18, K19, K20), koşuşturmadan/

rutin yaşamdan uzaklık (K1, K3, K4, K5, K9, K10, K13, K14, K15), doğallık/doğayla baş başa yaşam (K3, K8, K14, K15, K18, K19), trafik/ses gürültüsünden uzaklık (K3, K9, K14, K15, K17, K19) ve kendine özgü/tarihine uygun/korunmuş mimari (K4, K6, K9, K13, K16, K17) temalarının ağırlık kazandığı görülmüştür. Ticari kaygının olmaması (K2, K3, K13), gelenek ve göreneklerini/kültürünü korumuş (K6, K7, K8), altyapı sorunu olmayan (K9, K13), düzen/temizlik (K2, K6), yerel lezzetlere/ürünlere/organik ürünlere hakimlik (K7, K17), kendi kendine yeterlilik (K2, K19), yaşam felsefesi (K2), turizmde markalaşma (K11) ve samimi/neşeli/güleç yüzü insanlar (K20) diğer temalar olarak tespit edilmiştir.

Yavaş şehirler, esas itibarıyla bir felsefe olarak ortaya çıkmıştır ve modern yaşamın hızına bir tepki ifadesidir. Bu noktada turistlerin de yavaş şehir felsefesine uygun hareket etmesi beklenmektedir. Bazı katılımcıların yavaş şehir kavramı konusunda belirli bir bilince sahip olduğu görülmüştür: “Yavaş şehir benim için bir yaşam felsefesidir. Hayatın dingin olduğu, koşuşturmanın, yüksek sesin, şıkışıklığın olmadığı, doğanın ve doğallığın hâkim olduğu bir yer. ...” (K3). Yavaş ifadesi, yavaş şehirlere de aynı doğrultuda bir misyon yüklemektedir ve turistlerin algısına da yerleşmektedir: “Yavaş şehir, bende, trafik sorunu olmayan, çok kalabalık olmayan, küçük beldeleri anımsatıyor...” (K9). Katılımcıların genel olarak yavaş şehir kavramına ilişkin belirli bir bilince sahip olduğu anlaşılmaktadır. Ancak her ne kadar yavaş şehir bir yaşam felsefesi olsa da, bazı turistlerin yavaş şehirleri turistik bir destinasyon olarak gördüğü ve bu şehirleri diğer turizm destinasyonlarıyla karşılaştırdıkları da dikkati çekmektedir: “... Aşırı böyle yan yana kırk tane restoranın olduğu, gümbür gümbür müzik çalınan yerlerden ziyade, işte bu bahsettiğim gibi az ama öz, belli bir kalitesi olup ama bir yandan da böyle inanılmaz bir trafiği olup koşturmaya, ticaret vs. gibi şeylerin olmadığı, daha böyle insanın kafa dinleyebileceği, işte daha böyle doğayla iç içe olabileceği, bir anlamda böyle bir koşturmanın olmadığı şehirler...” (K15).

4.3. Unvanın Ziyarete Etkisi

Yavaş şehir unvanının Gökçeda'yı ziyaret etme konusunda kendilerini etkilediğini belirten katılımcıların (K2, K4, K6, K7, K8, K16, K17, K19, K20) yanıtlarında; dinginlik/huzur (K4, K7, K16, K17, K19, K20), doğallık (K2, K8, K17, K20), doğanın/kültürel mirasın korunması (K2, K6, K17), işletmelerde kaliteli hizmet (K6) ve yerel tatlar (K2) temaları ortaya çıkmıştır. Bu konuda yavaş şehir kavramına ilişkin algının da etkisi olduğu söylenebilir. Zira birey yavaş şehir kavramına/felsefesine ilişkin bir bilince sahip olduğunda, belki de unvanın etkisi daha fazla ön plana çıkmaktadır: “Etkisi oldu. Çünkü yaptığımız seyahatleri planlarken yavaş şehir kavramı önemli bir olgu olarak ortaya çıkıyor. Çünkü gittiğimiz bölgelerde kültürel miraslarımızı incelemek, yöresel ve doğal yiyecekleri tadımlamak önemli yer tutmaktadır” (K2). Yavaş şehir etiketinin, ilgili destinasyonun tanıtımına da önemli katkıda bulunduğu aşikardır. Bu tanıtım, turistler üzerinde de etkisini göstermektedir: “Elbette, bölgenin tanıtımına katkıda bulunuyor. Yavaş şehir olduğunda, bazı kurallar uygulanarak adanın doğal güzellğine zarar

verilmediğini düşünüyorum. Konaklama işletmelerinin ve restoranların belli bir kalitede hizmet verdikleri düşüncesi oluşuyor” (K6). Bazı destinasyonlar çok insan tarafından bilinmese de, belirli bir kesim tarafından ziyaret edilebilmektedir. Örneğin bir katılımcı her ne kadar unvanın ziyarete bir etkisi olduğunu belirtse de, esasında bu etkinin unvanla ilgili olmadığı ve turistin kendisiyle de ilgili olduğu anlaşılmaktadır: “... Bu cittaslow unvanı almadan önce de böyleydi. Aslında dinginliği arayanların kendini bulduğu yer diyebiliriz. Unvanı aldıktan sonra çok şey değişmedi aslında. Zaten tüm özellikleri taşıyordu” (K19). Ancak söz konusu farkındalık, bazı olumsuz çıktılara da sebep olabilmektedir. Örneğin yavaş şehir unvanının ziyaret konusunda kendisini etkilemediğini belirten bir katılımcının yanıtı şu şekildedir: “Hiçbir etkisi olmadı. Hatta yavaş şehir ilanıyla beraber aşırı kalabalıklaştığını gördüğüm için çok da hoşuma gitmedi açıkçası” (K13).

Genel olarak, unvanın ziyaret konusunda kendilerini etkilemediğini belirten katılımcıların (K1, K3, K5, K9, K10, K11, K12, K13, K14, K15, K18) yanıtlarında Gökçeada'nın yavaş şehir unvanından habersiz olunması (K3, K10, K12, K14, K15), yavaş şehir olmasa da ziyaret edilecek olması (K1, K10, K11, K18) ve unvan sonrası değişim/kalabalıklaşma (K5, K9, K13) temaları öne çıkmıştır. Esasında bu yanıtların da, turistlerin yavaş şehir felsefesine ilişkin bir bilince sahip olmasıyla ilgili olduğu anlaşılmaktadır: “Hiç etkili olmadı. Yavaş şehir unvanı almadan daha yavaştı. Bu unvanı alan beldelerin unvan sonrasında değiştiğini düşünüyorum” (K5). Ancak bazen turistler bir şehrin almış olduğu unvanı bilmeden o şehre gittiklerinde, daha sonraki ziyaretlerinde unvanın etkisi olabilmektedir: “Bu unvanı bilerek gitmemiştim Gökçeada'ya. Ancak aradığım tam olarak buydu” (K3). Unvanın Gökçeada'yı ziyaret konusunda kendilerini etkilemediğini belirten katılımcıların çoğunlukta olduğu ve bu katılımcıların özellikle Gökçeada'yı yavaş şehir olmasa da ziyaret edeceklerini ya da Gökçeada'nın yavaş şehir unvanından habersiz olduklarını belirtmeleri dikkate değerdir.

4.4. Ziyaret Deneyimi

Katılımcıların Gökçeada'yı ziyaret deneyimlerini ağırlıklı olarak yavaş şehir felsefesine uygun değil/-miş gibi/başarısız (K1, K3, K7, K8, K13, K14), yavaş şehir felsefesine uygun (K2, K9, K10, K11, K12, K15), özellikle yaz döneminde kaos ortamı/fazla araç/insan trafiği (K5, K6, K13, K17, K18, K19) ile özgürlük/huzur/dinginlik/doğal hayat (K2, K4, K16, K17, K19) temalarıyla açıkladığı dikkati çekmiştir. Turizmin genel özelliği olan yüksek sezondaki kalabalıklaşmanın, yavaş şehir deneyimi için de turistlerin algısına yerleşen ilk sonuçlardan biri olduğu görülmektedir. Ancak bu sonucu doğuran esas faktörlerden biri, bireyin bu deneyimini unvanından önce de yaşamış olmasından dolayı karşılaştırma imkanına sahip olması olabilir. Zira birey, daha önceki deneyim düzeyini tekrar yaşamak isteyecektir: “İlk gidişim yavaş şehir ilan edilmeden önceydi ve son derece makul boyutta ziyaretçi geliyordu. Ama yavaş şehir ilanıyla beraber ziyaretçi sayısında kabul edilmeyecek boyutta artış var. Yavaş şehir felsefesi kitap üzerinde kalan bir uygulama maalesef

...” (K13). Nitekim ilk defa ziyaret etmiş kişilerin bu noktada farklı bir deneyim yaşadığı görülmüştür: “Çok güzel denizi var, insanları güleyle, koşturmadan hareket ediyorsunuz ve tatilde olduğunuzu, dinlendiğinizi hissedebiliyorsunuz. Gereksiz bir kalabalık yok” (K16). Bunun yanında ziyaret deneyimini çevre/plaj/koy kirliliği (K6, K18, K20), yöresel tatlar/deniz ürünleri (K4, K17, K18), esnafta ticari kaygı (K3, K5), ulaşım sorunu (K6) ve kültür/tarih/otantiklik (K12) temalarıyla açıklayan katılımcılar da olmuştur. Yavaş şehirleri ziyaret eden bireylerin motivasyonlarının yavaş şehir felsefesine uygun olması beklenmektedir. Bu noktada, kişinin yavaş şehirleri başka destinasyonlarla kıyaslaması muhtemel olacaktır: “Şöyle, Gökçeada, tabii ada olduğu için belki, orası gerçekten yavaş bir yer, hani çok kalabalık değil. Araç trafiği yok. Ama onun dışında çok büyük bir fark gördüm mü? Hayır. Hani gittiğim farklı bir tatil beldesinden çok büyük bir fark görmedim açıkçası” (K11).

4.5. Halkın Yavaş Şehre Uyumu

Bir felsefenin devamlılık arz etmesinde, destinasyonun tüm paydaşlarının bu felsefeyi sahiplenmesi önemlidir. Yerel halk, bahse konu paydaşların başında gelmektedir. Katılımcıların Gökçeada halkının yavaş şehir felsefesini benimseyip benimsemedikleri noktasında görüş birliğinde olmadığı görülmektedir. Katılımcıların bir kısmı (K2, K4, K5, K7, K8, K11, K12, K16, K17, K19) yerel halkın yavaş şehir felsefesine uygun hareket ettiğini gözlemlediklerini belirtmişler ve yanıtlarında kültürel değerlerin korunması teması öne çıkmıştır: “Gökçeada'yla özdeşleşen kültürün, yerel tatların ve el sanatlarının kaybolmamış ve korunmuş olması, yerel sakinlerin yavaş şehir olgusunu benimsediğini gösteriyor. ...” (K17). Katılımcıların diğer kısmında (K1, K3, K6, K9, K10, K13, K14, K15, K18, K20) ise merkezdeki yerel halkın turizme/turistlere karşı olduğu ve halkın genel olarak ticari kaygıyla hareket ettiği yönünde bir algıya sahip olduğuna yönelik yanıtlar alınmıştır: “Ada halkının bu olguyu çok fazla benimsediğini düşünmüyorum. Çünkü gezdiğim birçok yerde yavaş şehirde yaşayan insanların yavaş şehir kavramının ne anlatmak istediğini bilmediklerini gördüm. Benim gözlemlediğim kadarıyla ada halkı aslında turizm faaliyetinde bulunmak istemiyor” (K6). Ayrıca yavaş şehir felsefesinin yaşatılmasında işletmecilerin de önemli bir rolü olduğu ve esnafın turistlere ticari gözle bakmasının turistlerde olumsuz algı oluşturduğu görülmektedir: “... Seneler önce gittiğimde çınar ağacı bir amcayla oturup kahve içip laflamıştık. Şimdi ise bir an önce kahveni içip kalk da o masaya başkası otursun gibi bir halleri var. ...” (K18).

Yavaş şehir felsefesi göz önünde bulundurulduğunda, özün korunmuş olmasının yavaş şehirler ve turistlerde uyandıracağı etki için ne denli önemli olduğu anlaşılmaktadır. Zira Gökçeada halkının yavaş şehir felsefesine yaklaşımına ilişkin katılımcıların bir kısmının (K1, K3, K6, K12, K13, K14, K15, K20) Rum köylerindeki halktan bahsettiği ve bu algının ağırlıklı olarak öne çıktığı görülmüştür: “Özellikle köylerde oturan eski Rum nüfustan tanıştığım kişiler, tam da yavaş şehir deyince aklıma gelen felsefeye uygun yaşayan insanlar. Zeytinliköy'de kahve içmek ve pasta yemek için

durduğumuz kafenin sahipleri bu tanıma uyan kişilerdi. Ayrıca eski bir tanıdığımın annesi Bademli Köyünde bizi ağırladı, bizimle sohbet etti. O köy ve oradaki ortam da gayet yavaştı., maalesef halkın diğer kesimi yavaş şehir felsefesiyle uyuşmuyor” (K14).

5. Sonuç ve Öneri

Turist algısının davranışlar ve destinasyonların sürdürülebilirliği üzerindeki önemli rolü ve yavaş şehir literatüründe turist algısına ilişkin ampirik çalışmaların yetersiz olması, bu araştırmanın temelini oluşturmuştur. Ada olma özelliğiyle Türkiye'deki diğer yavaş şehirlerden farklı bir yere sahip olduğu varsayımından hareketle, araştırma Gökçeada örneğinde gerçekleştirilmiştir. Turistlerin yavaş şehirlere ilişkin algılarını göz önünde bulundurma, doğru kalkınma stratejilerinin formüle edilmesine yardımcı olacaktır (Han vd., 2019b). Bu bağlamda, bu araştırma bulgularının, yerli turistlerin yavaş şehirlere ilişkin algılarını şekillendiren spesifik kültürel ve bağlamsal faktörlerin anlaşılmasının önemini vurgulayarak hem teorik hem de pratik açıdan katkılarda bulunduğu düşünülmektedir.

Gökçeada'nın yerli turistler için çok yönlü cazibesi, doğal güzelliklerin, huzurun, kültürel mirasın, çeşitli aktivitelerin ve erişilebilirliğin uyumlu bir şekilde harmanlanmasının bir sonucudur. Bu bulgu, yavaş şehirlerde doğanın önemini vurgulamaktadır. Yavaş şehirler kırsal olsun ya da olmasın, yerel halkın keyif alması ve paylaşması için doğal alanları korumalıdır (Kim vd., 2022). Öte yandan doğada vakit geçiren insanlar, hayranlık, artan canlılık ve artan bağlılık yaşarlar (Breunig, 2022). Dolayısıyla yerli turistlerin Gökçeada'yı ziyaret sebepleri arasında baskın gözüken doğal güzellikler, aynı zamanda turistlerin yere bağlılık duygusunu da güçlendirecektir. Bu ziyaret sebeplerini anlamak, destinasyon yönetimi için değerli bilgiler sağlayarak, paydaşların bu benzersiz yönlerden yararlanarak Gökçeada'nın yerli turistler için tercih edilen bir yavaş şehir destinasyonu olarak çekiciliğini daha da artırmasına olanak tanıyacaktır. Gökçeada'nın ziyaret edilme sebepleri göz önünde bulundurulduğunda, motivasyon faktörlerinden çekici faktörlerin ağırlık kazandığı dikkati çekmektedir. Ancak bir destinasyonun çekici faktörlerinin, karar verme sürecine etkisi açısından turistlerin itici faktörlerini karşılaması gerekmektedir. Dolayısıyla turizmdeki çekici faktörler, destinasyonun imajının yanı sıra, destinasyonun ürünlerinin ve ilgili kaynaklarının çekiciliğini de içermektedir. Yavaş turistlerin ziyaret sebeplerini araştırmak, turistlerin beklentilerini belirlemek, turizm ürünlerini buna göre uyarlamak ve etkili bir pazarlama programı açısından önemlidir (Özdemir & Çelebi, 2018). Öte yandan yerli turistlerin Gökçeada'daki yavaş şehir algısı, adanın sunduğu dinginlik, doğallık, sessizlik, korunmuş kültürel miras ve yerel yaşam tarzı gibi özelliklerle yoğun bir şekilde ilişkilidir. Bu bulguyu ziyaret sebepleriyle birlikte ele almak faydalı olacaktır. Kaçış ve rahatlama faktörleri seyahat motivasyonları arasında sıklıkla ortaya çıkan güdülse bileşenlerdir (Crompton, 1979). Bireyler günlük rutinden kaçma, stresten kaçma, şehir hayatından kaçma ve trafikten veya gürültü kirliliğinden kaçma, sakinlik ve rahatlama arzusu

gibi birçok nedenden dolayı seyahate yönelebilmektedir (Oh vd., 2016). Bu araştırmada da, kaçış ve rahatlama faktörlerinin turistlerin hem Gökçeada'yı ziyaret sebeplerinde hem de yavaş şehir algısında ön plana çıktığı anlaşılmaktadır.

Gökçeada'ya ulaşımın feribotla sağlanması, Gökçeada için olumlu bir yöndür. Feribotla ulaşım, tüm yavaş şehirlerin ortak problemi konumundaki taşıma kapasitesi sorununun yönetilebilir olma avantajının göstergesidir. Feribot kapasitesi doğrultusunda adada ziyaretçi sayısını kontrol etmek mümkün olabilecektir. Yavaş şehirlerde yavaşlık felsefesine aykırı hareket edildiğinde bu şehirlerin turistlerin zihninde farklı bir yer edinmeleri kaçınılmaz olacaktır. Öyle ki K20 nolu katılımcının bir yavaş şehir olan Gökçeada'yı ziyaret etmiş olmasına rağmen, “Bana yavaşlık; huzur, insanların sinirli olmadığı bir yer hayal ettiriyor. Herkesin yüzünün güldüğü, neşe içinde olduğu, biraz ütöpik bir yer sanki hayal ediyorum. Böyle bir yer gerçekte var mıdır ki? Umarım vardır” şeklindeki yanıtı, katılımcının Gökçeada'da yavaş şehir felsefesine uygun bir yaşam gözlemlemediğine işaret eder. Türkiye'de yavaş şehir ağına dahil olmaya çalışan destinasyon sayısı artış gösterdikçe, bu algının çoğalması da kaçınılmaz olarak öngörülmektedir. Bir şeyin miktarı ve değeri ile bireylerin memnuniyeti arasında ters bir ilişki vardır (Bocutoğlu, 2012). Bu ilişki dikkate alındığında, gelecekte yavaş şehir ağına dahil olan destinasyonların sayısı arttıkça, yavaş şehirlerin değerinin ve turistler için yaratacağı memnuniyet düzeyinin azalacağı öngörülebilir. Bu nedenle uygulayıcılara sadece yavaş şehirleri ziyaret edenleri değil, yavaş şehirlerin sayısını da kontrol etmeleri önerilmektedir. Literatürdeki bazı çalışmalarda (Aaker, 1996; Cobb-Walgreen vd., 1995; Faircloth vd., 2001; Henderson vd., 1998; O'Casey & Grace, 2003; Yoo vd., 2000), markanın ya da unvanın turist davranışlarını olumlu yönde etkilediği görülmüştür. Ancak bu çalışmada, Gökçeada'nın yavaş şehir unvanının turist davranışları üzerindeki etkisi katılımcılara göre farklılıklar göstermiştir. Bu bulgu, Bucak & Turan'ın (2016) araştırma sonuçlarını kısmen desteklemektedir. Söz konusu araştırmada da Gökçeada'ya gelen yerli ve yabancı sayısında artış yaşanmasına rağmen, bu durumun yavaş şehir unvanı ile ilişkili olmadığı belirtilmiştir. Öte yandan, Park & Lee (2019) tarafından yapılmış araştırmada, turistlerin yavaş şehirlerde yavaşlık ve rahat atmosfer arayışında bulunduğu tespit edilmiştir. Çalışmaya göre, turistlerin yerel halkla duygusal iletişim sağlamaları ve rahat bir atmosfer bulmaları halinde, yavaş şehir unvanının ziyaret etme niyeti üzerinde önemli bir etkisi görülmüştür. Bu araştırma bulgularının da söz konusu çalışmayı desteklediği görülmektedir. Zira araştırma bulguları genel itibarıyla değerlendirildiğinde, yerli turistlerin Gökçeada'da rahatlık, sakinlik, yerel halkın olumlu tutumu gibi arayışlarda bulunduğu anlaşılmaktadır. Dolayısıyla söz konusu arayışlarla yavaş şehir unvanının Gökçeada'ya ilişkin turist davranışları üzerindeki etkisi arasında anlamlı ilişkiler bulunduğu rahatlıkla söylenebilir. Bu araştırmaya göre yavaş şehir unvanı, bazı turistler için Gökçeada'nın çekiciliğini artıran önemli bir faktörken, turistlerin bir kısmı için ise ziyaret kararlarını etkilemeyen bir unsur olarak görülmektedir. Bu bulgular, destinasyon pazarlaması ve yönetimi açısından, unvanın bilinirliğinin artırılması ve potansiyel ziyaretçilerin

farklı algılarının anlaşılması gerekliliğini vurgulamaktadır. Buradan hareketle, yavaş şehir unvanının turistlerin bir kısmında ziyaret öncesinde bir etki oluştururken, turistlerin bir kısmında ise ziyaret esnasında ya da sonucunda bir etkide bulunduğu çıkarımında bulunmak mümkündür.

Turistlerin Gökçeada ziyaret deneyimlerine ilişkin algıları farklılık göstermiştir. Bu farklılıklar, destinasyon yönetimi açısından ziyaretçi beklentilerinin yönetilmesi, yoğun dönemlerde yaşanan trafiğin ve kalabalığın etkilerinin göz önünde bulundurulması ve adanın yavaş şehir kimliğini sürdürme çabalarının önemini vurgulamaktadır. Ziyaret deneyimine ilişkin yanıtlar birlikte ele alındığında, gürültü faktörünün genel olarak ön plana çıktığı anlaşılmaktadır. Bu noktada kalabalık yönetiminin ayrı bir önemi bulunmaktadır. Zira kalabalık yönetimi, ziyaretçilerin memnuniyetini, öğrenmesini ve destinasyona geri dönme isteğini garanti altına almak için kritik bir husustur. Kalabalık yönetimi ayrıca turistik yerlerin sürdürülebilir kalkınmasına da katkıda bulunmaktadır (Jin & Pearce, 2011). Gökçeada halkının yavaş şehir felsefesine olan yaklaşımı konusunda bu araştırmanın katılımcılarının farklı algılara sahip olduğu görülmüştür. Katılımcıların bir kısmının Gökçeada halkının yavaş şehir felsefesini benimsemediği yönündeki algısı, Taşpınar & Karakaş'ın (2017) Gökçeada'daki yaşam biçiminin yavaş şehir felsefesi ile çok fazla örtüşmediği yönündeki tespitini desteklemektedir. Katılımcıların diğer kısmının ise özellikle Rum köylerindeki yerel halkın yavaş şehir felsefesini benimsediği yönündeki algısı, özgünlüğün önemini bir kez daha ortaya koymaktadır. Nitekim yavaş şehrin özü özgünlük ve çeşitliliğidir. Yavaş şehir ziyaretçileri ise bu özgünlüğü ve çeşitliliği tatmin edici bir şekilde deneyimleme arayışındadır (Molz, 2009). Yerli turistlerin yerel halk ile yavaş şehir uyumuna ilişkin algısındaki farklılıklar, destinasyon yönetimi ve yerel toplumla ilişkiler açısından anlaşılması gereken önemli bir noktayı işaret etmektedir. Yerel halkın turizme ve kültürel değerlere olan yaklaşımı, adanın yavaş şehir kimliğini sürdürme çabalarında dikkate alınmalı ve yönetim stratejileri bu çeşitliliği göz önünde bulundurmalıdır. Dolayısıyla yavaş şehir yöneticilerinin, turistlerin destinasyondaki algılarını göz ardı etmemesi ve bu algıların turistlerin deneyimini ciddi şekilde etkilediğinin farkında olması önem taşımaktadır. Turistlerin yavaş şehir deneyimi ve yerel halka ilişkin algıları, ziyaretlerinin sonucunu önemli ölçüde belirleyecektir (Joo vd., 2019).

Yerli turistlerin Gökçeada'ya ilişkin algıları genel olarak değerlendirildiğinde, birkaç önemli husus ortaya çıkmaktadır. Yerel halka üretmeyi ve kendi kendine yeterliliği teşvik eden yavaş şehirler desteklenmelidir. Bu tür destinasyonları merak eden turistler olacaktır. Ancak bu tür ziyaretlerin yavaş şehirlerin yavaşlık misyonuna zarar vermeyecek şekilde gerekli denetimler altında yapılması bir gerekliliktir. Bu çalışmada bazı turistlerin yavaş şehirlere zarar verilebileceği yönünde endişelere sahip olduğu görülmüştür. Örneğin K2 nolu katılımcının "Bana göre yavaş şehir kavramına bir felsefe olarak bakılmalıdır. Her şeyin ticarileştiği, parasal değerlerin ve rantın ön plana çıkarıldığı günümüzde, bir kentin gerçek anlamda bu kavrama kavuşabilmesi için öncelikle kentin

geçmişten gelen doğal yapısının, mimari dokusunun, kültürel ve tarihsel mirasının iyi korunabilmesi gereklidir. Bunların bozulduğu bir kentte yavaş şehir kavramı ticari göz boyama şekline dönüşür..." yanıtı üzerinde düşünmek gerekmektedir. Turistlerin bu algıları uygulayıcılar tarafından önemsenmelidir. Aksi takdirde, gelecekte yavaş şehirlerin karşı olduğu hızlı yaşamdan daha hızlı bir yaşama geçmesinin ve yavaş şehirlere alternatif destinasyonlar aramanın muhtemel olduğu söylenebilir.

Yavaş şehirlerdeki turist algılarını incelemek, mevcut literatüre birkaç yönden teorik katkı sunmaktadır. Bu araştırma yavaş şehirlerdeki turist algılarını Gökçeada örneğinde inceleyerek, henüz sınırlı sayıda çalışılmış olmasına rağmen, her geçen gün bilim insanları tarafından ilgi görmeye başlayan yavaş turizm literatürüne katkıda bulunmaktadır. Ayrıca bu araştırmanın turistlerin daha yavaş bir yaşam temposuna öncelik veren, yerel gelenekleri, kültürü ve sürdürülebilirliği vurgulayan destinasyonlarla nasıl etkileşim kurabildiğini anlamaya yardımcı olacağı düşünülmektedir. Bu araştırmanın teorik açıdan bir diğer katkısının, deneyimle ilgili olduğu söylenebilir. Araştırma bulguları, yavaş şehirlerin turist algılarını nasıl etkilediğine odaklanarak turist deneyimlerinin niteliksel yönlerine ışık tutmaktadır. Bu araştırmanın bahse konu katkılarının yanında, araştırma birtakım sınırlılıklar da içermektedir. Öncelikle bu araştırma bulguları, Gökçeada ve yerli turistler kapsamında düşünülmelidir. Araştırma bulgularının diğer yavaş şehirlere ve turistlere genellenmesi söz konusu değildir. Bu çalışmada yavaş şehirlere ilişkin algı, sadece turist perspektifinden incelenmiştir. Gelecekte Gökçeada'da yavaş şehir felsefesinin algılanması ve benimsenmesinde yerel yönetimlerin ve neoliberal politikaların rolü araştırılabilir. Bu bağlamda, belirli politikaların yerel yönetim önceliklerini etkileyip etkilemediği ve bu önceliklerin yavaş şehir ilkeleriyle nasıl örtüştüğü veya uzaklaştığı incelenebilir. Yine gelecekte, turistlerin davranışlarının yerel halkın uygulamalarıyla uyumlu olup olmadığı araştırılabilir. Bu, algı ile gerçeklik arasında bir uyumsuzluk olup olmadığını belirlemek için yavaş şehir ilkeleri bağlamında yerel davranışları gözlemlemeyi içerebilir. Bu tür araştırmalar, turist algılarının doğruluğuna ışık tutabilir. Son öneri olarak, gelecekte yavaş şehir algısındaki farklılıkları, yavaş şehir felsefesinin benimsenmesini ve neoliberalizmin etkisini anlamak amacıyla, Gökçeada benzer yavaş şehirlerle karşılaştırılabilir. Bu, yavaş şehir felsefesinin başarılı bir şekilde uygulanmasına ve yerel değerlerle uyumlaştırılmasına katkıda bulunan faktörlerin belirlenmesine yardımcı olabilir. Bu araştırma alanları, yavaş şehir felsefesi, yerel algılar ve neoliberalizmin Gökçeada ve ötesindeki etkisi arasındaki ilişkinin daha kapsamlı anlaşılmasına katkıda bulunabilir. Son olarak, bazı araştırmacılar (Akkoç & Aksöz, 2020; Çakıcı vd., 2014; Erdogan, 2016; Çiçek & Sarı, 2018; Dündar & Sert, 2018; Walker & Lee, 2019 gibi), yavaş şehirlere yaşayan yerel halkın yavaş şehir unvanından memnun olduğunu tespit etmiştir. Ancak bu memnuniyetin ticari kazançtan mı yoksa yavaş şehir felsefesinin kendisinden mi kaynaklandığı, gelecekte doğrudan araştırılmaya muhtaç bir konudur.

Etik Beyan: Bu araştırma için, Şırnak Üniversitesi Etik

Kurulu'nun 21/09/2022 tarihli ve 2022/114 sayılı kararı ile etik kurul izni alınmıştır. Aksi bir durumun tespiti halinde TO&RE Dergisinin hiçbir sorumluluğu olmayıp, tüm sorumluluk çalışmanın yazar(lar)ına aittir.

Yazar Katkı Beyanı: 1. Yazarın katkı oranı 50%, 2. Yazarın katkı oranı 50%.

Çıkar Beyanı: Yazarlar arasında çıkar çatışması yoktur.

Kaynakça

- Aaker, D. A. (1996). *Building strong brands*, The Free Press, New York.
- Akkoç, İ. T. & Aksöz, E. O. (2020). Sakin şehirlerde sürdürülebilirliğin metaforik açıdan karşılaştırılması. *Journal of Turkish Tourism Research*, 4(1), 606-620. Erişim adresi: <https://www.tutad.org/index.php/tutad/article/view/196>
- Ali, F. & Amin, M. (2014). The influence of physical environment on emotions, customer satisfaction and behavioural intentions in Chinese resort hotel industry. *Journal for Global Business Advancement*, 7(3), 249-266. <https://doi.org/10.1504/JGBA.2014.064109>
- Alison, C. (2012). Advocating and implementing slow tourism. *Tourism Recreation Research*, 37(1), 77-80. <https://doi.org/10.1080/02508281.2012.11081690>
- Baloglu, S., Busser, J. & Cain, L. (2019). Impact of experience on emotional well-being and loyalty. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 28(4), 427-445. <https://doi.org/10.1080/19368623.2019.1527269>
- Bertan, S. & Altıntaş, V. (2013). Visitors' perception of a tourism destination: The case of Pamukkale. *Tourism: An International Multidisciplinary Journal of Tourism*, 8(1), 115-132. <https://doi.org/10.26215/tourismos.v8i1.331>
- Bocutoğlu, E. (2012). İktisat teorisinde emeğin öyküsü: Değerin kaynağı olan emekten marjinal faydanın türevi olan emeğe yolculuk. *Hak İş Uluslararası Emek ve Toplum Dergisi*, 1(1), 127-150. Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/84747>
- Breunig, M. (2022). Slow nature-focused leisure in the days of COVID-19: Repressive myths, social (in)justice, and hope. *Annals of Leisure Research*, 25(5), 637-650. <https://doi.org/10.1080/11745398.2020.1859390>
- Bucak T. & Turan Ö. (2016). Bölge turizmüne yeni akımların etkisi: Gökçeada yavaş yemek örneği. *Journal of Yasar University*, 11(43), 211-219. <https://doi.org/10.19168/jyu.66409>
- Campbell, S. (1996). Green cities, growing cities, just cities? Urban planning and the contradictions of sustainable development. *Journal of the American Planning Association*, 62(3), 296-312. <https://doi.org/10.1080/01944369608975696>
- Carballo, R. R., León, C. J. & Carballo, M. M. (2017). The perception of risk by international travelers. *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*, 9(5), 534-542. <https://doi.org/10.1108/WHATT-07-2017-0032>
- Cardinale, S., Nguyen, B. & Melewar, T. C. (2016). Place-based brand experience, place attachment and loyalty. *Marketing Intelligence & Planning*, 34(3), 1-30. <https://doi.org/10.1108/MIP-04-2014-0071>
- Cheng, T.-M. & Wu, H. C. (2015). How do environmental knowledge, environmental sensitivity, and place attachment affect environmentally responsible behavior? An integrated approach for sustainable island tourism. *Journal of Sustainable Tourism*, 23(4), 557-576. <https://doi.org/10.1080/09669582.2014.965177>
- Chi, X. & Han, H. (2020). Exploring slow city attributes in mainland China: Tourist perceptions and behavioral intentions toward Chinese cittaslow. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 37(3), 361-379. <https://doi.org/10.1080/10548408.2020.1758286>
- Chi, X. & Han, H. (2021). Performance of tourism products in a slow city and formation of affection and loyalty: Yaxi Cittaslow visitors' perceptions. *Journal of Sustainable Tourism*, 29(10), 1586-1612. <https://doi.org/10.1080/09669582.2020.1860996>
- Cobb-Walgreen, C. J., Ruble, C. A. & Donthu, N. (1995). Brand equity, brand preference, and purchase intent. *Journal of Advertising*, 24(3), 25-40. <https://doi.org/10.1080/00913367.1995.10673481>
- Coşar, Y. (2013). *Yavaş şehir (cittaslow) olgusunun turist davranışları ve yerel halkın kentsel yaşam kalitesi algısına etkileri*, Doktora Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, İzmir. Erişim adresi: <https://tez.yok.gov.tr/UlusalTezMerkezi/tezDetay.jsp?id=wsgEc3r-s9EpAL3F7HOWFw&no=yDqUJm5e6Y-oVVc1DL8Bg>
- Coşar, Y., Timur, A. & Kozak, M. (2015). *The influence of slow city in the context of sustainable destination marketing*. İçinde, A. Correia, J. Gnoth, M. Kozak & A. Fyall (Ed.), *Marketing places and spaces*, ss. 209-220, Emerald Group Publishing Limited, Leeds.
- Cottrell, S., van der Duim, R., Ankersmid, P. & Kelder, L. (2004). Measuring the sustainability of tourism in Manuel Antonio and Texel: A tourist perspective. *Journal of Sustainable Tourism*, 12(5), 409-431. <https://doi.org/10.1080/09669580408667247>
- Creswell, J. W. (2013). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches*, Sage Publication, Thousand Oaks, CA.
- Crompton, J. L. (1979). Motivations for pleasure vacation. *Annals of Tourism Research*, 6(4), 408-424. [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(79\)90004-5](https://doi.org/10.1016/0160-7383(79)90004-5)
- Cui, F., Liu, Y., Chang, Y., Duan, J. & Li, J. (2016). An overview of tourism risk perception. *Nat Hazards*, 82, 643-658. <https://doi.org/10.1007/s11069-016-2208-1>
- Çakıcı, A. C., Yenipinar, U. & Benli, S. (2014). Yavaş şehir hareketi: Seferihisar halkının tutum ve algıları ile yaşam doyumları. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 11(3), 26-41. Erişim adresi: tarihinde <https://dergipark.org.tr/pub/soid/issue/11390/136042>
- Çiçek, D. & Sarı, Y. (2018). Yerel halkın turizme olan desteği: Türkiye'deki sakin şehirler üzerine bir araştırma. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 29(2), 185-196. <https://doi.org/10.17123/atad.488175>
- Dündar, Y. & Sert, A. N. (2018). Yerel halkın yavaş (sakin) şehir hakkındaki algıları: Seferihisar'da nitel bir araştırma. *Journal of Turkish Tourism Research*, 2(4), 74-91. Erişim adresi: <https://www.tutad.org/index.php/tutad/article/view/45>
- Erdogan, M. (2016). Local community perception towards slow city: Gokceada sample. *Asian Social Science*, 12(5), 241-246. <https://doi.org/10.5539/ass.v12n5p241>
- Erdoğan, İ. (2012). *Pozitivist metodoloji ve ötesi*, Erk Yayınları, Ankara.
- Ertaş, Ç. (2019). *Yavaş şehirlerde turizm*. İçinde, B. Kanca & Ç. Ertaş (Ed.), *Turizmin geleceği: Yeni arayışlar*, ss. 146-169, Detay Yayıncılık, Ankara.
- Faircloth, J. B., Capella, L. M. & Alford, B. L. (2001). The effect of brand attitude and brand image on brand equity. *Journal of Marketing Theory and Practice*, 9(3), 61-75. <https://doi.org/10.1080/10696679.2001.11501897>
- Gnanapala, W. K. A. (2015). Tourists perception and satisfaction: Implications for destination management. *American Journal of Marketing Research*, 1(1), 7-19. Erişim adresi: <http://www.aiscience.org/journal/ajmr>

- Güneş, G., Çalışkan Arısoy, E. & Aslan, E. (2015). Cittaslow ağına dahil kentler ve sürdürülebilir turizm kriterlerine yönelik bir analiz, *Doğu Karadeniz Bölgesi Sürdürülebilir Turizm Kongresi*, 14-16 Mayıs 2015, ss. 311-324, Gümüşhane. Erişim adresi: https://kutuphane.gumushane.edu.tr/media/uploads/kutuphane/files/surdurulebilir_turizm_kongresi_bildiri_kitabi.pdf
- Hall, C. M. (2018). *Quantitative and qualitative content analysis*. İçinde, R. Nunkoo (Ed.), *Handbook of research methods in tourism and hospitality management*, ss. 395-406, Edward Elgar Publishing, Northampton, MA, USA.
- Han, H., Eom, T., Al-Ansi, A., Ryu, H. B. & Kim, W. (2019a). Community-based tourism as a sustainable direction in destination development: An empirical examination of visitor behaviors. *Sustainability*, 11(10), 2864. <https://doi.org/10.3390/su11102864>
- Han, J. H., Kim, J. S., Lee, C. & Kim, N. (2019b). Role of place attachment dimensions in tourists' decision-making process in Cittaslow. *Journal of Destination Marketing & Management*, 11, 108-119. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2018.12.008>
- Heitmann, S., Robinson, P. & Povey, G. (2011). *Slow food, slow cities and slow tourism*. İçinde, P. Robinson, S. Heitmann & P. Dieke (Ed.), *Research themes for tourism*, ss. 114-127, CABI, UK.
- Henderson, G. R., Iacobucci, D. & Calder, B. J. (1998). Brand diagnostics: Mapping branding effects using consumer association networks. *European Journal of Operational Research*, 111(2), 306-327. [https://doi.org/10.1016/S0377-2217\(98\)00151-9](https://doi.org/10.1016/S0377-2217(98)00151-9)
- Huang, T.-Y. T., Chen, J. S. & Ramos, W. D. (2023). Slow tourism: The relationship between tourists' slow food experiences and their quality of life. *Tourism Review*, 78(1), 159-176. <https://doi.org/10.1108/TR-02-2022-0053>
- Hung, K., Peng, N. & Chen, A. (2019). Incorporating on-site activity involvement and sense of belonging into the Mehrabian-Russell model-The experiential value of cultural tourism destinations. *Tourism Management Perspectives*, 30, 43-52. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2019.02.003>
- Ibrahim, E. E. & Gill, J. (2005). A positioning strategy for a tourist destination, based on analysis of customers' perceptions and satisfactions. *Marketing Intelligence & Planning*, 23(2), 172-188. <https://doi.org/10.1108/02634500510589921>
- Jin, Q. & Pearce, P. (2011). Tourist perception of crowding and management approaches at tourism sites in Xi'an. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 16(3), 325-338. <https://doi.org/10.1080/10941665.2011.572667>
- Joo, D., Cho, H. & Woosnam, K. M. (2019). Exploring tourists' perceptions of tourism impacts. *Tourism Management Perspectives*, 31, 231-235. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2019.05.008>
- Jung, T., Ineson, E. M., Kim, M. & Yap, M. H. (2015). Influence of festival attribute qualities on slow food tourists' experience, satisfaction level and revisit intention: The case of The Mold Food and Drink Festival. *Journal of Vacation Marketing*, 21(3), 277-288. <https://doi.org/10.1177/1356766715571389>
- Kim, J. H., King, B. E. M. & Kim, S. S. (2022). Developing a slow city tourism evaluation index: A delphi-AHP review of cittaslow requirements. *Journal of Sustainable Tourism*, 30(4), 846-874. <https://doi.org/10.1080/09669582.2021.1897130>
- Knox, P. L. & Mayer, H. (2009). *Small town sustainability, economic, social and environmental innovation*. Birkhaeuser Verlag AG, Berlin.
- Kurnaz, H. A. & İpar, M. S. (2020). Yavaş şehir Akyakada aşırı turizm olgusunun esnafın bakış açısıyla değerlendirilmesi. *Journal of Hospitality and Tourism Issues*, 2(1), 39-55. Erişim adresi: tarihinde <https://dergipark.org.tr/tr/pub/johti/issue/55264/746938>
- Lin, L.-P. (2017). Industrial tourists' behavioral intention toward slow travel in Taiwan. *Journal of Sustainable Tourism*, 25(3), 379-396. <https://doi.org/10.1080/09669582.2016.1213848>
- Losada, N. & Mota, G. (2019). 'Slow down, your movie is too fast': Slow tourism representations in the promotional videos of the Douro Region (Northern Portugal). *Journal of Destination Marketing & Management*, 11, 140-149. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2018.12.007>
- Lumsdon, L. M. & McGrath, P. (2011). Developing a conceptual framework for slow travel: A grounded theory approach. *Journal of Sustainable Tourism*, 19(3), 265-279. <https://doi.org/10.1080/09669582.2010.519438>
- Mayer, H. & Knox, P. L. (2006). Slow cities: Sustainable places in a fast world. *Journal of Urban Affairs*, 28(4), 321-334. <https://doi.org/10.1111/j.1467-9906.2006.00298.x>
- Mehran, J., Olya, H. G. T., Han, H. & Kapuscinski, G. (2020). Determinants of canal boat tour participant behaviours: An explanatory mixed-method approach. *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 37(1), 112-127. <https://doi.org/10.1080/10548408.2020.1720890>
- Meng, B. & Choi, K. (2016). The role of authenticity in forming slow tourists' intentions: Developing an extended model of goal-directed behavior. *Tourism Management*, 57, 397-410. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2016.07.003>
- Mishra, P. K., Rout, H. B. & Mohapatra, S. S. (2011). Causality between tourism and economic growth: Empirical evidence from India. *European Journal of Social Sciences*, 18(4), 518-527. Erişim adresi: https://www.europeanjournalofsocialsciences.com/issues/EJSS_18_4.html
- Mohamad, M., Abdullah, A. R. & Mokhlis, S. (2012). Tourists' evaluations of destination image and future behavioural intention: The case of Malaysia. *Journal of Management and Sustainability*, 2(1), 181-189. <https://doi.org/10.5539/jms.v2n1p181>
- Molz, J. G. (2009). Representing pace in tourism mobilities: Staycations, slow travel and the amazing race. *Journal of Tourism and Cultural Change*, 7(4), 270-286. <https://doi.org/10.1080/14766820903464242>
- Murphy, P., Pritchard, M. P. & Smith, B. (2000). The destination product and its impact on traveller perceptions. *Tourism Management*, 21, 43-52. [https://doi.org/10.1016/S0261-5177\(99\)00080-1](https://doi.org/10.1016/S0261-5177(99)00080-1)
- O'Cass, A. & Grace, D. (2003). An exploratory perspective of service brand associations. *Journal of Services Marketing*, 17(5), 452-475. <https://doi.org/10.1108/08876040310486267>
- Oh, H., Assaf, A. G. & Baloglu, S. (2016). Motivations and goals of slow tourism. *Journal of Travel Research*, 55(2), 205-219. <https://doi.org/10.1177/0047287514546228>
- Örs, H., Ermeç, A., Çatlı, Ö. & Çağay, A. (2022). An investigation on the relationship between slowness level of Cittaslow perceived by tourists, voluntary simplicity lifestyle and environmental sensitivity: The case of Cittaslow Seferihisar. *Current Issues in Tourism*, 25(8), 1242-1257. <https://doi.org/10.1080/13683500.2022.2047165>
- Özdemir, G. & Çelebi, D. (2018). Exploring dimensions of slow tourism motivation. *Anatolia*, 29(4), 540-552. <https://doi.org/10.1080/13032917.2018.1460854>
- Park, H.-J. & Lee, T. J. (2019). Influence of the 'slow city' brand association on the behavioural intention of potential tourists. *Current Issues in Tourism*, 22(12), 1405-1422. <https://doi.org/10.1080/13683500.2017.1391753>

- Pavlović, D., Avlijaš, G. & Stanić, N. (2016). Tourist perception as key indicator of destination competitiveness. *TEME*, 40(2), 853-868. Erişim adresi: <http://teme2.junis.ni.ac.rs/index.php/TEME/article/view/215>
- Pecsek, B. (2016). Revitalizing tourism in small regional towns through folklore-driven slow tourism: The example of Matyó Land, Hungary. *Dos Algarves: A Multidisciplinary e-Journal*, 27, 94-119. <https://doi.org/10.18089/DAMeJ.2016.27.5>
- Polas, M. R. H., Saha, R. K. & Tabash, M. I. (2022). How does tourist perception lead to tourist hesitation? Empirical evidence from Bangladesh. *Environment, Development and Sustainability*, 24, 3659-3686. <https://doi.org/10.1007/s10668-021-01581-z>
- Rabianski, J. & Carn, N. G. (1992). Cross-examination: How to protect yourself and the appraisal report. *The Appraisal Journal*, 60(4), 472-482. Erişim adresi: <https://eds.s.ebscohost.com/eds/pdfviewer/pdfviewer?vid=2&sid=17c66171-8d01-442b-8dca-e547aec9fcd4%40redis>
- Sangpikul, A. (2010). Marketing ecotourism through the internet: A case of ecotourism business in Thailand. *International Journal of Hospitality and Tourism Administration*, 11(2), 107-137. <https://doi.org/10.1080/15256481003732782>
- Shang, W., Qiao, G. & Chen, N. (2020). Tourist experience of slow tourism: From authenticity to place attachment-a mixed-method study based on the case of slow city in China. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 25(2), 170-188. <https://doi.org/10.1080/10941665.2019.1683047>
- Solomon, M.R. (2001). *Consumer behaviour: Buying, having, being*, Prentice Hall, New Jersey.
- Su, L. & Swanson, S. R. (2017). The effect of destination social responsibility on tourist environmentally responsible behavior: Compared analysis of first-time and repeat tourists. *Tourism Management*, 60, 308-321. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2016.12.011>
- Tang, C., Zheng, Q., Qin, N., Sun, Y., Wang, S. & Feng, L. (2017). A review of green development in the tourism industry. *Journal of Resources and Ecology*, 8(5), 449-459. <https://doi.org/10.5814/j.issn.1674-764x.2017.05.002>
- Taşpınar, O. & Karakaş, N. (2017). Destinasyon konumlandırma stratejisi kapsamında cittaslow hareketi: Gökçeada örneği. *Aksaray Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 1(2), 18-35. Erişim adresi: <http://aseddergi.aksaray.edu.tr/tr/pub/issue/39720/470460>
- Tsai, C.-T. (2016). Memorable tourist experiences and place attachment when consuming local food. *International Journal of Tourism Research*, 18(6), 536-548. <https://doi.org/10.1002/jtr.2070>
- Tunçer, M. & Olgun, A. (2017). Seferihisar'ın ekonomik ve mali yapısı üzerinden yavaş şehir uygulamalarına ilişkin bir inceleme. *Uluslararası Ekonomi ve Yenilik Dergisi*, 3(1), 47-72. <https://doi.org/10.20979/ueyd.297748>
- Ünal, Ç. (2016). Turizm coğrafyasında yeni kavramlar "yavaş şehirler ve yavaş turizm". *Doğu Coğrafya Dergisi*, 21(36), 13-28. <https://doi.org/10.17295/dcd.09928>
- Walker, T. B. & Lee, T. J. (2019). Visitor and resident perceptions of the slow city movement: The case of Japan. *International Journal of Tourism Sciences*, 19(2), 112-127. <https://doi.org/10.1080/15980634.2019.1621535>
- Woosnam, K. M. (2012). Using emotional solidarity to explain residents' attitudes about tourism and tourism development. *Journal of Travel Research*, 51(3), 315-327. <https://doi.org/10.1177/0047287511410351>
- Yıldırım, A. & Şimşek, H. (2018). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri*. Seçkin Yayıncılık, Ankara.
- Yoo, B., Donthu, N. & Lee, S. (2000). An examination of selected marketing mix elements and brand equity. *Journal of Academy of Marketing Science*, 28(2), 195-211. <https://doi.org/10.1177/0092070300282002>
- Yu, X., Li, Y. & Zhou, X. (2017). Tourist towns from the perspective of "slow city" model-a study of planning and design of waterfront space in Fuliang County, Jingdezhen. *6th International Conference on Energy and Environmental Protection*, 29-30 Haziran 2017, ss. 875-880, Zhuhai. <https://doi.org/10.2991/iceep-17.2017.152>