

ARAŞTIRMA MAKALESİ / RESEARCH ARTICLE

Turizmin Televizyona Yansıması: TRT Gezelim Görelim Örneği

Tourism Reflected on Television: A Case Study of TRT's Gezelim Görelim

(Sorumlu Yazar) Hatice GÜÇLÜ NERGİZ*

* Doç.Dr., Kocaeli Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü, PK 41080 Kartepe/ Kocaeli.
ORCID: 0000-0002-8848-7014
E-posta: hg.nergiz@kocaeli.edu.tr

MAKALE BİLGİLERİ

Makale işlem bilgileri:

Gönderilme tarihi: 20 Mayıs 2025
Birinci düzeltme: 27 Temmuz 2025
Kabul: 11 Eylül 2025

Anahtar sözcükler: Gezi, Televizyon, Turizm, Türkiye Radyo Televizyon Kurumu (TRT), Gezelim Görelim.

ARTICLE INFO

Article history:

Submitted: 20 May 2025
Resubmitted: 27 July 2025
Accepted: 11 September 2025

Key words: Travel, Television, Tourism, Turkish Radio and Television Corporation (TRT), Gezelim Görelim.

ÖZ

Çalışma, televizyonda uzun süre yayımlanan bir gezi ve tanıtım programı aracılığıyla Türkiye'de turizmin gelişimini değerlendirmeyi amaçlamaktadır. Bu kapsamda, 1984 yılında Türkiye Radyo Televizyon Kurumu (TRT)'nin yayımlamaya başladığı Gezelim Görelim programı, Anadolu'nun doğal güzellikleri, sosyal yapısı, kültürü, tarihi ve geleneklerini ele alan programın internet ortamındaki bölümlerinden, amaçlı örnekleme yöntemiyle seçilenler izlenmiş; bu bölümlerden elde edilen yazılı metinler içerik analiziyle incelenmiştir. Araştırma, programın turizmin gelişiminde öncü bir rol üstlendiğini, turizm türlerine ilişkin kavramlara sıkça yer verildiğini ve yerel halkın samimi biçimde programda yer aldığını ortaya koymaktadır. Çalışma, televizyon yayıncılığının turizm üzerindeki etkisini ortaya koyarken; televizyonun yalnızca bir kitle iletişim aracı değil, aynı zamanda kültürel belleği inşa eden ve aktaran bir araç olarak işlevini de kuramsal düzlemde ele almaktadır. Sonuç olarak, Gezelim Görelim programı üzerinden Türkiye'nin kültürel mirasının nasıl temsil edildiği analiz edilmiş; böylece televizyon yayıncılığının yalnızca bir tanıtım aracı değil, aynı zamanda kültürel mirası aktaran güçlü bir kültürel bellek ortamı olduğu ortaya konmuştur.

ABSTRACT

This study aims to evaluate the development of tourism in Turkey through a long-running travel and promotional television program. In this context, the Gezelim Görelim program, which began airing in 1984 by the Turkish Radio and Television Corporation (TRT), has been examined. The program, which focuses on the natural beauty, social structure, culture, history, and traditions of Anatolia, was analyzed through selected episodes available online using purposive sampling. Written texts derived from these episodes were subjected to content analysis. The research reveals that the program played a pioneering role in the development of tourism, frequently included concepts related to different types of tourism, and featured local people in a sincere and authentic manner. While highlighting the impact of television broadcasting on tourism, the study also theoretically addresses the function of television not only as a mass communication medium but also as a tool that constructs and transmits cultural memory. In conclusion, the study analyzes how Turkey's cultural heritage is represented through the Gezelim Görelim program and demonstrates that television broadcasting functions not merely as a promotional tool but also as a powerful medium of cultural memory that conveys and preserves heritage.

Makalenin kaynak gösterme şekli:

Güçlü Nergiz, H. (2026). Turizmin Televizyona Yansıması: TRT Gezelim Görelim Örneği, *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 37 (2): 386 - 402. <https://doi.org/10.17123/atad.1703070>

GİRİŞ

Turizm, destinasyonların ekonomik ve kültürel gelişiminde önemli bir rol oynamaktadır. Bu gelişimde en etkili araçlardan biri olarak kullanılan görsel medya aracı ise televizyondur. Televizyon, kitle iletişim araçları arasında insanların

dikkatini çekerken (Kim vd. 2007), toplumsal yaşamın akışına uygun olarak sürekli bir dönüşüm içerisinde olmuş, zamana ve mekâna bağlı olarak gelişimini sürdürmüştür (Erengözgin 1993). Bu zamana ve mekâna bağlılık, yalnızca televizyonun teknik bir özelliği değil, aynı zamanda onun

toplumsal etkisini pekiştiren bir unsurdur. Bu bağlamda televizyon, yalnızca anlık bilgi ve eğlence sunan bir araç olmanın ötesinde, toplumsal olarak paylaşılan bir televizyon geçmişinin oluşumuna da katkıda bulunan bir araç olmaya devam etmektedir. Ekranlara yansıyan programlar ve içerikler zamanla bir arşiv niteliği kazanarak sosyal ve bireysel belleğin şekillenmesinde etkili olmakta (Gutiérrez Lozano 2013), bu durum ise televizyonu aynı zamanda bir kültürel bellek aracı haline getirmektedir. Özellikle geniş kitlelere ulaşabilme gücü sayesinde televizyon, turistik bölgelerin tanıtımında da uzun yıllardır aktif rol üstlenmektedir. Turizm literatüründe televizyon programlarını ele alan literatürün son yıllarda hızlı bir artış eğilimi gösterdiği gözlemlenmektedir (Hanefors ve Mossberg 2002). Televizyonun seyahat motivasyonları ve niyetleri (Chang 2016; Ertz vd. 2021; Kantarci vd. 2017; Liu ve Pratt 2019), televizyon dizilerinin çekim yerlerinde turist deneyimi (Couldry 1998; Gómez-Morales vd. 2022; Kim 2010, 2012; Tzanelli ve Yar 2014) ve destinasyonlar üzerindeki etkisini (Beeton 2001; Connell 2005; Kim vd. 2007; Kim vd. 2009; Thelen vd. 2020; Tooke ve Baker 1996) inceleyen araştırmalara rastlanmaktadır. Bunun yanında televizyonlarda din (Bilis 2017), şov (Mazıcı vd. 2017), belgesel (Yıldırım 2019), yemek (Kanık 2016, Yılmaz ve Şenel 2017), dizi (Saltık vd. 2010) ve filmler (Frost 2006) gibi pek çok farklı program türünün araştırma konusu olarak ele alındığı görülmektedir. Bu durum, televizyonun hem turizm tanıtımı aracı hem de kültürel belleğin taşıyıcısı olarak çift yönlü işlevini ortaya koymaktadır. Ancak, televizyonda yayımlanan programları farklı açılardan ele alan bu çalışmalar genellikle televizyon programlarının belirli tarihsel olayların, yerlerin veya mekânların medya yoluyla temsilini bir başka ifadeyle kültürel bellek alanında üstlendiği rolünü içermemektedir. Bu çalışmada, televizyonun kültürel bellek işlevinin turizmin gelişim sürecinin analizinde etkin bir araç olarak kullanılabileceği varsayımı temel alınmıştır.

Televizyon gezi programları yalnızca tanıtıcı içerikler sunmakla kalmaz, aynı zamanda bir ülkenin turizm tarihini belgeleyen önemli görsel arşivler de oluştururlar. Bu programlar aracılığıyla, farklı dönemlerdeki seyahat alışkanlıkları,

turistik bölgelerin gelişim süreçleri ve yerel kültürlerin dönüşümü izlenebilir hale gelmektedir. Örneğin, 1990'lı yıllarda deniz-güneş-kum üçlüsüne odaklanan içeriklerin, günümüzde yerini gastronomi turizmi, eko turizm ve sürdürülebilir turizm temalarına bırakması; turistik tercihlerdeki değişimi ve yeni eğilimleri ortaya koymaktadır. Aynı şekilde, konaklama tesislerinin yapısındaki dönüşüm, altyapı iyileştirmeleri ve ulaşım olanaklarındaki gelişmeler de bu programların arşivlerinde görsel olarak belgelenmektedir.

Televizyon yayınları aracılığıyla yalnızca bir bölgenin fiziksel görünümü değil, aynı zamanda zamanla değişen kültürel uygulamaları da kayıt altına alınmaktadır. Başka bir ifadeyle, görsel medya hem tanıtım hem de belgeleme işlevini yerine getiren bir araçtır. Bu yönüyle televizyon, bireysel hafızaların şekillenmesinde etkili olurken, toplumsal belleğin oluşumunda da merkezi bir rol üstlenmektedir (van Dijck 2004). Bu kapsamda televizyon gezi programları, turizm tarihi açısından yazılı kaynakları tamamlayıcı nitelikte önemli bir başvuru kaynağıdır. Akademik araştırmalarda bu tür görsel belgeler, belirli dönemlerin turistik anlayışlarını, tercih edilen destinasyonları ve kültürel temsilleri analiz etme açısından anlamlı veriler sunmaktadır.

Gezi ve tanıtım programları, turizm mirasını kayıt altına alarak zamansal değişimini ifade ederken, hem akademik araştırmalar hem de turizm politikaları için kıymetli bir veri kaynağı örneğini oluşturmaktadır. Bu bağlamda, televizyonun arşivleyici rolü, yazılı kaynakların ötesine geçerek çok boyutlu bir tarih anlatısına katkı sunmaktadır. Televizyon programlarının arşiv özelliğinden yararlanarak turizm tarihine ilişkin çıkarımlar yapmak tarafsız ve gerçek verilere dayanması açısından önem taşımaktadır. Bu nedenlerle, gezi programı üzerinden turizmin gelişimini belirlemek bu açıdan çalışmanın önemini ortaya çıkarmaktadır.

Bu çalışmanın amacı, Türkiye'nin turizm gelişim sürecinin televizyon yayıncılığında nasıl yansıtıldığının ortaya çıkartılmasıdır. Bu doğrultuda Türkiye Radyo Televizyon Kurumu'nda 1984 yılında yayımlanmaya başlanan Gezelim Görelim programı örnek olay olarak ele alınmıştır. Bu

programın geçmişte yayımlanan bölümlerinden Youtube TRT Nostalji kanalına yüklenen bölümleri deşifre edilerek veri seti oluşturulmuş ve bu metinler üzerinden analizler gerçekleştirilmiştir.

LİTERATÜR TARAMASI

Geçmiş, yalnızca kalıntılar, izler ya da bireysel anıların birikiminden ibaret değildir (Assmann 2011). Bu bağlamda, geniş kitlelerin bellek ve hatırlama pratiklerine yönelik ilgisi giderek artmaktadır (Schmidt 2008). Kişisel deneyimlerin kaydedilmesi, arşivlenmesi ve yeniden hatırlanması sürecinde; yazılı belgelerden dijital kamehalara kadar uzanan medya teknolojileri etkin biçimde kullanılmaktadır. Bu süreç, bireylerin kişisel arşivlerini oluşturmalarına olanak tanımakta; söz konusu arşivler, hem otobiyografik hem de kültürel kimliğin inşasında kurucu bir rol üstlenmektedir. Birikmiş bu materyaller, bireyin tarihsel bir bağlam içinde nasıl şekillendiğini yansıması açısından da önemli bir işlev görmektedir (van Dijck 2004).

Bireylerin kimliği ile geçmişleri arasındaki yakın ilişki, bellek kavramı çerçevesinde ele alınmıştır. Ancak bu ilişkinin yalnızca bireysel düzeyde kalmayıp, toplumsal boyutlarının da bulunduğu vurgulanmaktadır (Avcu 2019). Belleğin bireye özgü bir özellik olmadığı, toplumsal olarak şekillendiği düşüncesi ise toplumsal bellek kavramının temelini oluşturmuştur (Öymen Özak ve Pulat Gökmen 2009). Assmann (2011), bellek kavramının bireysel deneyimlerle kolektif anlamlandırma süreçlerinin kesişiminde şekillendiğini ileri sürerken, kültürel belleğin aynı zamanda bireyin içinde yetiştiği fiziksel peyzaj, kent dokusu, maruz kaldığı metinler, katıldığı ritüeller ve şöenler, sıkça ziyaret ettiği mekânlar, dinlediği müzikler ile deneyimlediği anlatılar gibi kültürel çerçeveler içinde köklendiğini vurgulamaktadır. Bu bağlamda medya, özellikle televizyon söz konusu kültürel çerçevelerin oluşumu ve bireysel-toplumsal hatırlama süreçlerindeki etkisi bakımından giderek daha önemli bir konum kazanmaktadır (Schmidt 2008).

Gutiérrez Lozano'nun (2013) belirttiği gibi, bireysel düzeyde televizyon belleği, belirli bir izleyici kitlesinin deneyimlerine dayanan sürekli bir

anımsama süreci olarak tanımlanabilir. Eğer televizyon aracılığıyla algılanan olaylara ilişkin bu anılar sözlü olarak ifade edilip analitik biçimde kayda geçirilirse, televizyon belleği tarihsel veri açısından değerli bir kaynak haline gelir. Akademik çalışmalar da bu bireysel televizyon anılarından yola çıkarak kolektif toplumsal süreçlere dair kapsamlı bilgiler üretebilmektedir. Bu çerçevede, görsel medya ve özellikle televizyonun kitle iletişimindeki rolü, kültürel değerlerin yayılımında kritik bir işlev üstlenmektedir.

Görsel medya, neyin moda, ilginç ve dikkat çekici olduğuna dair algıları etkilemektedir (Kim vd 2007). Görsel medya araçlarından biri olan televizyon ise kitle iletişim araçları arasında hem geniş kitlelere ulaşma gücü hem de görsel-işitsel etkileşim kapasitesiyle öne çıkmaktadır. Televizyon programları önceden kurgulanmış, planlanmış, düşünülmüş, verilmek istenilen duygu ve düşünceye göre üretilmiş yapımlardır (Yıldırım 2019). İzleyici, çoğunlukla ev ortamı gibi kapalı bir ortamda gönüllü olarak televizyondaki programlar aracılığıyla hayali bir gerçeklik dünyasında gezintiye çıkarılmaktadır. Bu bağlamda, seyahat ve gezi programları, yerlerin ve insanların yeniden yorumlandığı ve daha geniş kitlelere iletildiği programları ifade eder (Squire 1996). Özellikle kamu hizmeti yayıncılığı çerçevesinde hazırlanan programlar, izleyiciye sadece bilgi sunmakla kalmaz, aynı zamanda kültürel etkileşimi ve sosyal öğrenmeyi de destekler (McQuail 2010).

Söz konusu programlar genellikle belgesel türüne yakın bir yapıya sahiptir. İçeriklerinde doğal güzellikler, tarihî mekânlar, yerel mutfaklar ve geleneksel el sanatları gibi öğelere sıklıkla yer verilmektedir. Bu durum, programların hem eğitici hem de kültürel bir işleve sahip olduğunu göstermektedir. Öte yandan, televizyon yoluyla yapılan bu tanıtımlar, insanların bu yerleri merak etmesine yol açarak turizm hareketliliğinin artışı da sağlamaktadır. Özellikle kırsal ve az bilinen bölgelerin dikkat uyandırması ve ilgi çekmesi bu bölgelerin ekonomik olarak desteklenmesini mümkün kılmaktadır. Destinasyon imajları, televizyon programlarının dolaylı tüketimi yoluyla şekillendirilebilir çünkü televizyon,

tarafli tanıtım kampanyalarından daha güvenilir bir bilgi kaynağı olarak algılanma eğilimindedir (Connell 2005). Seyahat ve turizm temalı televizyon programları yalnızca tanıtım işlevi görmekle kalmaz, aynı zamanda bir ülkenin turizm tarihini belgeleyen görsel arşivler olarak da hizmet eder. Bu programlar sayesinde izleyiciler ve araştırmacılar, seyahat alışkanlıklarının evrimini, turistik destinasyonların gelişimini ve yerel kültürlerde zamanla meydana gelen dönüşümleri izleyebilirler. Bu konuda Frost (2006) kültürel miras ve seyahat programlarının, geleneksel yaşam tarzlarını, festivalleri ve bölgesel manzaraları kayıt altına alarak ulusal kimliğin ve kültürel belleğin inşasına katkıda bulunduğunu ifade etmektedir. Bu tür programların kültürel bellek ve kimlik inşasındaki rolü, Türkiye bağlamında televizyon yayıncılığının gelişim süreciyle birlikte değerlendirilebilir.

Türkiye’de televizyon yayıncılığı, 1950’li yıllarda İTÜ-TV ile başlamış; 1968 yılında ise kamu yayın kurumu niteliğindeki Türkiye Radyo Televizyon Kurumu’nun (TRT) kurulmasıyla birlikte kamu hizmeti yayıncılığı anlayışı kurumsal bir yapı kazanmıştır (Kar ve Gündüz 2024). Kamu yayıncılığı yapan TRT, bu misyonuna uygun olarak haber, eğitim, kültür ve eğlence içerikli programlar yayımlamaktadır (TRT 2025). Televizyon yayıncılığı, bireysel ve toplumsal bellek arasında bir köprü işlevi görerek, geçmişe dair imgelerin, anlatıların ve değerlerin hem bireyler hem de toplumlar nezdinde yeniden üretildiği önemli bir araçtır. Bu bağlamda televizyon programları, yalnızca bilgi aktaran araçlar değil, aynı zamanda kültürel belleği şekillendiren ve sürdüren anlatı alanlarıdır. Özellikle kamu hizmeti yayıncılığı anlayışıyla hareket eden TRT bünyesinde hazırlanan Gezelim Görelim gibi programlar, Anadolu’nun kültürel, tarihsel ve doğal mirasını belgeleyerek, toplumsal hafızada yer etmesine katkı sunmaktadır. Programın her bölümünde farklı coğrafi bölgeler, yerel gelenekler, mimari yapılar, yemek kültürü ve yaşam pratikleri ele alınarak görsel ve işitsel bir bellek alanı inşa edilmektedir. Böylece program, hem bireysel hem de kolektif düzeyde kimlik inşasına katkı sağlayan bir kültürel bellek aracı olarak değerlendirilebilir.

Son yıllarda televizyonun etkisi dijital platformlar lehine azalmaya başlamış olmakla birlikte, Gezelim Görelim gibi programların tekrar bölümleri hâlen YouTube TRT Arşiv gibi dijital alanlarda izlenmeye devam etmektedir. Bu durum, geleneksel içeriklerin dijital ortamlarda da sürdürülebilirliğini koruyarak yeni kuşak izleyicilere ulaşma potansiyelini ortaya koymaktadır. Nitekim, Weispenning (2003), tekrar programlarını izleme motivasyonunun özellikle öngörülebilirlik, nostalji ve aşinalık boyutları açısından incelenmesinin, tekrar yayıncılığının zaman ve bellek algılarıyla ilişkilendirilebileceğini göstermektedir. Bu bağlamda TRT, Türkiye’nin kültürel değerlerini tanıtma misyonunu kamu yayıncılığı kapsamında yerine getirirken, aynı zamanda turizmin gelişimine de dolaylı katkılar sunmaktadır.

İNCELEME YAKLAŞIMI

Bu araştırma, nitel araştırma paradigması doğrultusunda ve durum çalışması deseni çerçevesinde tasarlanmıştır. Nitel araştırmalar, bireylerin veya grupların anlam dünyasını anlamayı hedefleyen, doğal ortamda veri toplanarak yürütülen çalışmalardır (Yıldırım ve Şimşek 2006). Bu bağlamda, belirli bir durumun derinlemesine incelenmesini gerektiren bu çalışma, durum çalışması desenine uygun olarak yapılandırılmıştır (Creswell 2007).

Veri toplama aracı olarak doküman incelemesi (belge analizi) yöntemi tercih edilmiştir. Doküman analizi; basılı veya dijital ortamdaki mevcut verilerin sistematik biçimde incelenmesi ve yorumlanmasını içeren bir nitel veri toplama yöntemidir (Bowen 2009). Bu yöntem, geçmişe dönük belgelerin değerlendirilmesi yoluyla belirli olguların derinlemesine analiz edilmesini mümkün kılar (Karasar 1994; Bowen 2009). Bu araştırmada, yazılı, sözlü veya görsel belgeleri sistematik biçimde analiz etmeye olanak tanıyan ve hem nitel hem de nicel olarak uygulanabilen içerik analizi yöntemi kullanılmıştır. İçerik analizi; kitaplar, el yazmaları, çizimler, fotoğraflar, kaydedilmiş konuşmalar, videolar, e-posta listeleri, çevrimiçi forum mesajları ve blog yazıları gibi çok çeşitli kaynaklardan elde edilen veriler

üzerinde uygulanabilmektedir. Bu içerikler, analiz sürecinde kavramsal birimler hâlinde kodlanmakta ve adlandırılmaktadır. Nitel içerik analizinde, kategoriler analiz süreciyle birlikte geliştirilmektedir. Bu yöntem sayesinde metinlerdeki örtük ve açık mesajlara dair anlamlı çıkarımlarda bulunmak mümkündür (Wilson 2011). Araştırma kapsamında, program kayıtlarına ilişkin metinler çalışma amacına uygun olarak kodlanmış, temalar oluşturulmuş ve analiz süreci bu doğrultuda tamamlanmıştır.

Araştırmanın temel amacı, televizyon yayıncılığı üzerinden Türkiye'nin turizm tarihini okumaktır. Bu kapsamda, Türkiye'de televizyonculuğun öncüsü olan Türkiye Radyo Televizyon Kurumu'nda (TRT) 1984 yılında yayınlanmaya başlayan Gezelim Görelim programı örnek olarak seçilmiştir. Programda, Anadolu'nun çeşitli bölgeleri tarih, tanıtım, turizm potansiyeli, gelenek ve görenekleri ile mutfak kültürü gibi unsurlar üzerinden ele alınmakta ve bu yönleriyle tanıtılmaktadır. Anadolu'nun doğal güzellikleri, sosyal ve ekonomik yapısı, kültürel mirası ve geleneksel yaşam tarzı izleyiciye sunulurken, hem iç hem de dış turizme katkı sağlanması amaçlanmaktadır.

Araştırmada kullanılan video kayıtlarına, bir video paylaşım platformu olan YouTube üzerinden TRT Nostalji kanalı aracılığıyla erişilmiştir. Veri seti, 1 Mart 2025 ile 1 Mayıs 2025 tarihleri arasında ilgili TRT Nostalji kanalında yer alan bölümlerden amaçlı örneklem yöntemiyle seçilen bölümlerinden oluşmaktadır. Örneklemenin belirlenmesinde çalışmada, Türkiye'nin farklı coğrafi bölgelerinden dengeli bir temsil sağlanması amacıyla Akdeniz, Doğu Anadolu, Ege, İç Anadolu ve Marmara bölgelerinden altı şehir; Karadeniz bölgesinden sekiz şehir ve Güneydoğu Anadolu bölgesinden dört şehir olmak üzere toplamda 42 bölüm analiz kapsamına alınmıştır. Bu bölgesel dağılım, Türkiye'nin turizm çeşitliliğini ve coğrafi zenginliğini yansıtmaya hedefiyle belirlenmiştir. Ancak, Karadeniz bölgesinden daha fazla bölümün analizlerde yer alması ve Güneydoğu Anadolu'dan az sayıda şehrin dahil edilmesi, internet ortamında yer alan bölümlerin dağılımının eşit olmamasından kaynaklanmak-

tadır. Özellikle programların internet ortamında yayımlanan eski bölümlerinin erişilebilirliği ve bölgesel yoğunluğu, bu dağılımda belirleyici olmuştur. Bu nedenle, amaçlı örneklem yöntemiyle seçim yapılırken, bölgesel denge gözetilmekle birlikte veri temini koşulları da dikkate alınmıştır. Bu yaklaşım, çalışma kapsamının temsiliyetini artırmayı hedeflerken, coğrafi farklılıkların analizde uygun biçimde temsil edilmesini sağlamak için tercih edilmiştir.

Veri Analizi Süreci

Çalışmada, Gezelim Görelim programının belirli bölümleri içerik analizi yöntemiyle incelenmiştir. Veri seti, Türkiye'nin yedi coğrafi bölgesinden ve programın internet ortamında erişilebilir olan eski bölümleri arasından, amaçlı örneklem yöntemiyle seçilen 42 adet bölümden oluşmaktadır. Seçim kriterleri; bölgesel çeşitlilik, içerik bütünlüğü, turizm temasının belirginliği ve teknik olarak görüntü/ses kalitesi yönünden kullanılabilirlik olarak belirlenmiştir. Analiz birimi olarak her bölüm içerisindeki sahne geçişleri, sunucu anlatıları ve görsel öğelerle desteklenen söylem yapıları dikkate alınmıştır. Bölümler, ortalama 30 dakikalık sürelerden oluşmakta olup, her biri tek tek izlenmiş, her bölüme ilişkin yazılı notlar kayıt edilmiştir. Analiz sürecinde söylemler, görsel temalar ve programda yer alan konuşmacılar temel analiz birimleri olarak ele alınmıştır. Konuşmacıların meslekleri, konuşma içerikleri ve söylem bağlamları da değerlendirmeye dâhil edilerek çözümleme derinleştirilmiştir. İçerik analizi sürecinde tematik kodlama yöntemi uygulanmıştır. Bu doğrultuda, program bölümlerinde tekrar eden, vurgulanan ve anlatı içinde yapılandırılan içerikler; çalışma amacına uygun biçimde geliştirilen dört ana tema çerçevesinde analiz edilmiştir. Belirlenen ana temalar şunlardır: (1) Doğal Güzellikler ve Turistik Değerlerin Sunumu, (2) Kültürel Mirasın Aktarımı, (3) Sosyo-Ekonomik Yapı, (4) Turizm Türleri.

Bu doğrultuda belirlenen temalardan ilki olan "Doğal Güzellikler ve Turistik Değerlerin Sunumu", program bölümlerinde sıkça yer verilen dağlar, göller, nehirler, kıyı alanları, yaylalar gibi doğal peyzaj unsurlarının anlatımıyla ilgilidir. Bu te-

mada ayrıca yöresel ürünlerin doğayla ilişkilendirilerek tanıtılması da dikkate alınmıştır. İkinci tema olan “*Kültürel Mirasın Aktarımı*”, tarihî yapılar, geleneksel mimari, yerel yemek kültürü, el sanatları, festivaller ve gelenek-görenek gibi kültürel öğelerin tanıtımına odaklanmaktadır. “*Sosyo-Ekonomik Yapı*” teması kapsamında, yerel halkın gündelik yaşam pratikleri, geçim kaynakları, meslekî faaliyetleri ve toplumsal ilişkileri incelenmiştir. Son olarak, “*Turizm Türleri*” teması altında doğa turizmi, kırsal turizm, kültür turizmi, gastronomi turizmi gibi farklı turizm türlerine yapılan doğrudan ya da dolaylı göndermeler analiz edilmiştir. Her bir tema, program içeriklerinde yer alan söylemler, görsel materyaller ve konuşmacı katkıları üzerinden yapılandırılmıştır. Kodlama süreci, nitel araştırma yöntemleri literatürüne uygun biçimde yürütülmüş, araştırmacı tarafından yapılan ön kodlamalar sonucunda tema geçerliliği sağlanmıştır. Karara varılamayan durumlarda uzman görüşüne başvuru-

rularak, kodlar nihai hâline getirilmiştir. Bu yapı sayesinde çalışmanın analiz süreci sistematik ve şeffaf hale getirilmiş, tekrarlanabilirliği ve metodolojik güvenilirliği sağlanmıştır.

İçerik analizi kapsamında, her bir tema altında yer alan alt kodlara ilişkin veriler, ilgili sahnelerden elde edilen söylemler ve anlatım ifadeleri üzerinden oluşturulmuştur. Kodlama süreci büyük oranda veriye dayalı olarak yürütülmüş ve her bir tema altında toplanan kodlar, analiz sürecinde yararlanarak tekrar eden içerikler temel alınarak yapılandırılmıştır. Tematik analiz sürecinin şeffaflığını artırmak amacıyla, aşağıdaki tabloda her bir temaya ilişkin kod örnekleri ve bu kodlara ait temsili alıntılar sunulmuştur. Örnek olarak Tarsus/Mersin bölümüne ait tematik kodlama aşağıda yer almaktadır (Tablo 1):

Tarsus/ Mersin bölümüne ilişkin analizde görüldüğü üzere, program içerikleri tematik düzeyde çeşitlilik göstermekte; doğal, kültürel,

Tablo 1. Tarsus/Mersin Bölümüne Ait Tematik Kodlama Örneği

Ana Tema	Alt Tema/ Alt Kodlar	Örnek Alıntılar
Doğal Güzellikler ve Turistik Değerlerin Sunumu	Yaylalar, Şelale, Toroslar, Roma Yolu, Osmanlı Parkı	“Toroslar’ın eteklerindeki yaylalar, serin havasıyla yaz aylarında göç eden halkı ağırlıyor.” “Cumhuriyet Meydanı’ndan geçen Roma Yolu’nun taş döşemeleri hâlâ sağlam durumda.”
Kültürel Mirasın Aktarımı	Kleopatra Kapısı, St. Paul Evi ve Anıt Müzesi, Eshab-ı Kehf Mağarası, kilim dükkânı, Yörük kahvesi ve tavaşı, Nacarlı Köyü folklor ekibi, yöresel müzik	“Aziz Paul’un doğduğu ev, Hristiyanlar tarafından hac yeri olarak ziyaret ediliyor.” “Yörükler, geleneksel kahveyi ‘kahve tavaşı’nda kavuruyor; bu tava göçebe yaşamın simgesi.”
Sosyo-Ekonomik Yapı	Hayvancılık (keçiler), yerel zanaat (kilim), yöresel tatlıcı (Sami), pazarlama faaliyetleri	“Nacarlı Köyü’nde halkın kurduğu halk oyunları ekibi, yarışmalarda derece kazanmış.” “Kilim dükkânları hâlâ geleneksel yöntemlerle üretim yapıyor.”
Turizm Türleri	İnanç turizmi, gastronomi turizmi, kültürel turizm	“Aziz Paul’un evi ve kilisesi, inanç turizmi kapsamında yoğun ziyaret alıyor”. “Tarsus’un meşhur köpüklü kahvesi ‘Tarsus’, cam bardakta sunuluyor.” “Tatlıcı Sami’nin yaptığı sarı burma, bölgeye özgü bir lezzet olarak öne çıkıyor.”

ekonomik ve turistik unsurlar bir bütün olarak sunulmaktadır. Her bir tema, yalnızca betimleyici unsurlar içermekle kalmayıp aynı zamanda anlatı yoluyla izleyicide yerel kimliğe dair bir algı oluşturmayı da hedeflemektedir. Bu bağlamda yapılan içerik çözümlemeleri, programın turistik değerlerin tanıtımı kadar kültürel belleğin inşasında da işlevsel bir rol oynadığını ortaya koymaktadır. Aynı tematik kodlama yaklaşımı, incelenen diğer tüm program bölümlerine de sistematik biçimde uygulanmış; her bölümde tekrar eden kavramlar, söylemler ve anlatım yapılarına göre benzer analiz süreçleri gerçekleştirilmiştir.

Programın internet ortamında eski bölümlerinin yayımlandığı tarih bilgisi yer almamaktadır. Bölümlerin yayımlandığı tarihlere ilişkin bir tahmini yıl aralığı konuşma metinlerinden veya program konuğu vali, kaymakam ve belediye başkanı gibi kişilerin görev tarihlerinden çıkarılmaya çalışılmıştır. Ancak, burada tüm programlar için böyle bir tahmin yapılamamıştır. Bu durum, programların yayımlandığı tarihsel döneme ilişkin kapsamlı bir değerlendirme yapılmasını engellemiştir.

Gezelim Görelim Programı

Türkiye’de ilk televizyon yayını 31 Ocak 1968 tarihinde Türkiye Radyo Televizyon Kurumu (TRT) tarafından başlamıştır. Türkiye’nin kültürel, tarihi, sanatsal ve geleneksel değerlerini belgeleyerek, önemli yapımlara ve projelere imza at-

mıştır (TRT 2008). Kültür ve Turizm Bakanlığı ile zaman zaman ortak projeler yürüten TRT, hem iç turizmin hem de dış turizmin gelişimine de katkı sağlamıştır. Program, Türkiye Radyo Televizyon Kurumu tarafından tanıtım programı alt türünde sınıflandırılmış ve kendi alanında rekor kırmış bir yapımdır (TRT 2008: 562). Programın yayımlandığı süre boyunca sunuculuğu Nuray Yılmaz tarafından gerçekleştirilmiş olup, program künyesi Tablo 2’de yer almaktadır.

Nuray Yılmaz, Orta Doğu Teknik Üniversitesi İşletme Bölümü mezunudur. Mezun olduğunda işletme-pazarlama alanında çalışma fikri olan Yılmaz, bir ahabının “Sen tam televizyoncu tipsin”, demesi üzerine televizyona sözleşmeli olarak girmiştir. Daha sonra sınava girerek, kadrolu çalışma hayatına başlamıştır. Çeşitli programlarda asistanlık yaptıktan sonra bir gezi ve tanıtım programı olan Gezelim Görelim programını hazırlamaya başlamıştır. Yılmaz, bu konudaki motivasyonunu şu sözlerle dile getirmiştir: “Ben de tanımıyorum ülkemi; tanıtırken tanımış olayım” (Yılmaz 2014), şeklinde ifade etmiştir. Programın yönetmeni Kadir Yılmaz ve Emren Vardar’dır. Program, 1984 yılında yayın hayatına başlamış ve 2016 yılına kadar 32 yıl devam etmiştir. Bu çalışmada incelenen Gezelim Görelim, TRT aracılığıyla izleyiciyle buluşan ve kurum tarafından “tanıtım programı” olarak tanımlanan bir programdır¹.

Bulgular

Tablo 2. Program Künyesi

Nitelik	Açıklama
Yapımcı	Nuray Yılmaz ve Emren Vardar
Yönetmen	Kadir Yılmaz ve Emren Vardar
Sunucu	Nuray Yılmaz
Başlama Tarihi	1984
Bitiş Tarihi	2016
Tür	Tanıtım
Yayın Süresi	Ortalama 30 dakika

¹ Programın kayıtları Gezelim Görelim 1. Bölüm (Tarsus - Mersin) @NostaljiTRT® - YouTube adresinden izlenmiştir.

Gezelim Görelim, Türkiye'nin farklı bölgelerinde yer alan şehirlerin, kasabaların, köylerin tanıtımını yaparak izleyicilere ekran karşısında Türkiye'nin farklı cennet köşelerinde unutulmaz bir deneyim sunmaktadır. Program, geleneksel öğeleri öne çıkararak folklorik bir temsille yerel kimlikleri seyircinin dikkatini çekecek biçimde ekranlara taşımıştır. Tanıtımı yapılan yörelerde ön plana çıkan turizm değerleri gruplandırılarak özetlenmeye çalışılmıştır. Tarihi kaleler, yerel mimari, kervansaraylar, türbeler, köprüler, külli-yeler ve kiliselerin yanı sıra yeryüzü şekilleriyle uyumlu yerel mimari, şehir kalıntıları, camilere de yer verilmektedir. İncelemeye alınan bölümler-

rin coğrafi bölgelere ve şehirlere ilişkin dağılımı Tablo 3'te yer almaktadır.

Nitel içerik analizi yöntemiyle incelenen bölümlerde, görsel anlatının doğal güzelliklerle desteklendiği, yerel halkla röportajlara yer verildiği ve yöresel mutfak unsurlarının vurgulandığı gözlemlenmektedir. Özellikle halk oyunları ve türkülerin görsellerle desteklendiği tespit edilmiştir. Bununla birlikte, her bir bölümde öne çıkan turizm türleri belirlenerek, bu türlerin coğrafi dağılımı da analiz edilmiştir. Aşağıda sunulan tablo, programlarda hangi turizm türlerinin öne çıkarıldığını ve bu türlerin hangi yörelerle ilişkilendirildiğini göstermektedir (Tablo 4).

Tablo 3. İncelenen Bölümlerin Coğrafi Bölgelere ve Şehirlere İlişkin Dağılımı

Coğrafi Bölge	Şehirler	Şehirler
Akdeniz Bölgesi	Adana	Şarkikaraağaç ve Yalvaç/ Isparta
	Alanya/ Antalya	Tarsus/ Mersin
	Dört Yol/ Hatay	Osmaniye
Doğu Anadolu Bölgesi	Doğubeyazıt/ Ağrı	Iğdır
	Bitlis	Kars
	Erzurum	Gevaş/ Van
Ege Bölgesi	Acıgöl/ Afyonkarahisar	Balçova ve Bergama/ İzmir
	Aydın	Kütahya
	Denizli	Akyaka ve Bodrum/ Muğla
Güneydoğu Anadolu Bölgesi	Adıyaman	Diyarbakır
	Gaziantep	Siverek/ Şanlıurfa
İç Anadolu Bölgesi	Beyazıt/ Ankara	Nevşehir
	Ereğli ve Karapınar/ Konya	Sivas
	Karaman	Sulusaray ve Zile/ Tokat
Karadeniz Bölgesi	Artvin	Mesudiye/ Ordu
	Düzce	Rize
	Çanakçı ve Yeşilköy/ Giresun	Sinop
	Pınarbaşı/ Kastamonu	Akçaabat ve Trabzon
Marmara Bölgesi	Burhaniye ve Gönen/ Balıkesir	Edirne
	Keles/ Bursa	Ağva ve Şile/ İstanbul
	Gökçeada/ Çanakkale	Kandıra/ Kocaeli

Kaynak: Yazar tarafından geliştirilmiştir.

Turizmin Televizyona Yansıması: TRT Gezelim Görelim Örneği

Tablo 4. Programlarda Öne Çıkan Turizm Türleri ve Öne Çıkan Yöreler

Turizm Türleri	Öne Çıkan Yöreler
Deniz-güneş-kum turizmi	Alanya/ Antalya, Gökçeada/ Çanakkale, Ağva ve Şile/ İstanbul, Özdere/ İzmir, Kandıra/ Kocaeli, Akyaka ve Bodrum/ Muğla
İnanç turizmi	Bitlis, Diyarbakır, Edirne Bergama/ İzmir, Karaman, Trabzon
Doğa turizmi	Doğubeyazıt/ Ağrı, Düzce, Karapınar/ Konya, Pınarbaşı/ Kastamonu Kandıra/ Kocaeli, Nevşehir
Kış/ kayak turizmi	Ağrı, Siverek/ Şanlıurfa
Kültür turizmi	Denizli, Gönen/ Balıkesir, Kandıra/ Kocaeli, Taşkale/ Konya
Yayla turizmi	Alanya/ Antalya, Keles/ Bursa, Düzce, Yeşilköy/ Giresun, Dört Yol/ Hatay, Iğdır, Isparta, Karaman, Karapınar/ Konya, Tarsus/ Mersin Rize, Trabzon
Termal turizm	Gönen/ Balıkesir, Denizli, Düzce, Balçova/ İzmir, Sivas, Reşadiye/ Tokat
Mağara turizmi	Alanya/ Antalya, Denizli, Pınarbaşı/ Kastamonu, Tarsus/ Mersin, Reşadiye/ Tokat, Düzköy/ Trabzon

Kaynak: Yazar tarafından geliştirilmiştir.

Doğal Güzellikler ve Turistik Değerlerin Sunumu: Programın her bölümünde Anadolu coğrafyasının dağları, yaylaları, gölleri ve vadileri öne çıkarılmış, doğa temsili pastoral bir anlatımla izleyicilere sunulmuştur. Görsel çekimlerde doğa unsurlarının dinginliği ve huzur verici yönü doğal yönüyle dikkat çeken program sunucusu Yılmaz'ın içtenliğiyle ekranlara aktarılmıştır. Bu durum, programda özellikle doğa temelli bir turizm anlayışının erken örneklerini sergilemektedir. Doğa görüntülerine eşlik eden anlatımlar, yerel halkın doğayla kurduğu ilişkiyi de yansıtarak çevresel farkındalığa vurgu yapmaktadır. Örneğin, Karadeniz Bölgesi'nin doğa koşullarından kaynaklanan köyler arasında iletişim kurarken kuş dilini geliştiren insanların olması gibi. Günümüzde olduğu gibi cep telefonlarının ve teknolojinin olmadığı bir ortamda yöre halkı kendince etkili bir çözüm yolu geliştirmiştir. Programda doğanın görsel dili etkili bir biçimde kullanılmıştır. Dağlar, ormanlar, yaylalar ve kıyı manzaraları hem estetik bir sunumla aktarılmış hem de bölgenin eko turizm potansiyeline işaret etmiştir. Doğal çevrenin tanıtımı, sadece görsel bir unsur olmanın ötesinde bölgenin sürdürülebilir turizm kapasitesine dair ipuçları da sunmuştur.

Örneğin; Tarsus/ Mersin programında yer verilen şelale, Özdere/ İzmir'de deniz-güneş-kum turizminin yanı sıra deniz suyuyla termal suyun birleşim yeri olan Karakoç Kaplıcası farklı doğal güzellikler arasındadır. Türkiye'nin her köşesinde keşfedilmemiş pek çok turizm değeri bulunmaktadır. Program tek bir turizm türüne ağırlık vermek yerine bir yöreyi tanıtırken tarihi geçmişinden söz ederken, doğal çevrenin zenginliklerini de yaşatılan kültürel unsurlarla birleştirerek sunmaktadır. Programda sıkça alternatif turizm kavramına yer verilmesi bunun en iyi örneklerinden biridir. Mağaralar da turizmin ayrılmaz bir parçası olarak yer almıştır. Henüz ziyarete açılmamış ya da yeni açılmış bazı mağaraların tanıtımı konusunda öncülük edilmiştir. Trabzon'da yer alan Çalköy Mağarası olarak duyurulan, ancak bugün Çal Mağarası olarak kayıtlara geçen mağara da bunlardan biridir. Programın yayımlandığı tarihte henüz resmi açılışı yapılmamış olan ve içinde şelale, yürüyüş yolları bulunan ve 550 metrelik alanda ışıklandırması tamamlanan bir mağaradır.

Yayla turizmi, doğa yürüyüşleri, manzara seyir noktaları gibi turistik unsurlar, programda belirgin biçimde vurgulanmıştır (Fotoğraf 1). Ay-



Fotoğraf 1. Gezelim Görelim programına ait örnek yayın görselleri

rica, bölgenin çekim merkezi hâline gelen doğal ve kültürel alanları, turizm destinasyonu kimliği kazanmasına katkı sağlamaktadır. Bu tanıtım dili, yerel turistik ürünlerin görünürlüğünü artırmakta ve bölgeye olan ilgiyi tetiklemektedir. Programda yer alan konaklama tesisleri, yöresel mutfaklar, el sanatları çarşıları ve festivaller gibi unsurlar, bölgenin turistik çekicilikleri olarak sunulmuştur. Bu içerikler, özellikle iç turizmi teşvik etmeye yönelik kamu yayıncılığı yaklaşımının izlerini taşımaktadır.

Kültürel Mirasın Aktarımı: Programda Anadolu'nun geleneksel yaşam biçimi, el sanatları, müzikleri ve halk oyunları önemli yer tutmaktadır. Özellikle her bölümde yer verilen halk röportajları, kültürel aktarımın sözlü tanıklıklar yoluyla yapılmasını sağlamış; bölgenin belleği bireysel anlatılar aracılığıyla inşa edilmiştir. Ayrıca geleneksel kıyafetler, mimari dokular ve ye-

rel üretim pratikleri görsel olarak detaylı şekilde sunulmuştur.

Bu durum, programın kültürel süreklilik ve yerel kimlik açısından işlevsel bir belgesel niteliği taşıdığını göstermektedir. Bölümde yerel halkın yaşam tarzı, geleneksel mimari yapılar ve tarihî eserler aracılığıyla kültürel miras görünür kılınmıştır. Yöredeki camiler, türbeler ve geleneksel evler gibi somut kültürel miras öğeleri tanıtılmış; aynı zamanda halk hikâyeleri, yerel efsaneler ve geçmişe dair anlatılarla somut olmayan kültürel miras da aktarılmıştır. Bu durum, bölgenin kültürel zenginliğinin turistik bir çekim unsuru olarak ele alındığını göstermektedir. Örneğin, Bitlis dokumacılığın yapıldığı bir kent. Kültürel miras unsuru olan bez bebeklerden biri de Keles/Bursa, Boğazözü Köyü/ Adıyaman'da yer alıyor. Kültürel miras, bir toplumun tarihsel süreç içerisinde oluşturduğu ve nesiller boyunca aktardığı

maddi ve manevi değerlerin bütünüdür. Bu miras; gelenekler, görenekler, dil, inanç sistemleri, sanat, mimari, el sanatları ve mutfak kültürü gibi unsurları içerir. Kültürel mirasın korunması ve aktarılması, bir toplumun kimliğini sürdürmesi ve kültürel sürekliliğin sağlanması açısından büyük önem taşır. Bu bağlamda, kültürel miras yalnızca geçmişe ait bir öge değil, aynı zamanda günümüz toplumunun ve gelecek kuşakların kültürel yapısını şekillendiren dinamik bir unsurdur. Programda yer verilen yöresel halk dansları, müzikler, el sanatları, geleneksel yemek tarifleri ve halkla yapılan söyleşiler aracılığıyla yerel kültürler görsel ve işitsel olarak belgelenmiştir. Ayrıca, bu unsurlar yerel halkın doğal yaşam biçimi içinde sunularak kültürün otantik yapısı korunmuştur. İzleyici, sadece bilgi edinmekle kalmamış, aynı zamanda kültürel öğelerle görsel bir temas kurma imkânı bulmuştur. Bu durum, kültürel mirasın sadece öğrenilmesini değil, aynı zamanda hissedilmesini ve içselleştirilmesini de sağlamıştır.

Programın her bölümünde vurgulanan temel konulardan biri yöresel lezzetler olmuştur. Programda, bölgeye özgü yemeklerin hazırlanışı ve sunumu detaylı şekilde gösterilmiştir. Özellikle yerel malzemelerle yapılan yemekler aracılığıyla gastronomi turizmine katkı sunulmuştur. Sunulan yöresel lezzetler sadece beslenme kültürünü değil, aynı zamanda toplumsal hafızayı ve kimliği de yansıtan öğeler olarak değerlendirilmiştir. Tarsus/ Mersin bölümünde köpüklü kahvenin cam bardakta servisine Tarsusi ismi verilerek, servis edilmesi bunlara bir örnek olarak verilebilir. Bir diğer kültürel unsur kahve tavaıdır. Göçebe toplumun kullandığı 350-400 yıllık demonte heybenin ucuna konulabilen, ocağın üzerine konup kahve kavrulan tava da geçmişte kullanılan ürünlerden biridir. Türk mutfağının önemli ürünlerinden biri olan peynir çeşitleri de programda yer verilen ürünlerden biridir. Çanakakale, Edirne, Ereğli/ Konya, Bitlis ve Nevşehir yörelerinde farklı peynir türlerinden söz edilmiştir. Çanakakale ve Edirne peynir üretiminde bilinen yerlerdir. Ereğli/ Konya'da doğal oluşumlardan biri olan obruklar peynirler için soğuk hava deposu olarak kullanılıyor. Obruklar, peynirin yanı sıra yoğurt ve tereyağı gibi farklı süt ürünlerinin

doğal koşullarda saklanması amacıyla da değerlendirilmektedir. Ayrıca Bitlis yöresinde, kurutulmuş çökelek peynirinin geleneksel olarak çorba yapımında kullanıldığına dair bilgilere ulaşılmıştır. Doğal oluşumların mutfak kültüründe yararlanıldığı bir diğer yer ise Nevşehir'dir. Çömlek peynirini Nevşehir'de görmekteyiz. Program, Türkiye'nin farklı kültürel yapılarının tanıtımına da aracılık etmektedir. Örneğin, Tarsus/ Mersin bölümünde Yörük kültürünün gösterilmesi. Farklı etnik grupların yaşam tarzları, geleneksel kıyafetleri, el sanatları ve müzikleri gibi öğeler programa entegre edilmiştir. Bu, bölgedeki kültürel çeşitliliğin tanıtımı açısından önemlidir. Etnik kültür unsurlarının görünür kılınması, kültürel çoğulculuk ve hoşgörü anlayışını destekleyen bir yaklaşımla sunulmuştur.

Sosyo-Ekonomik Yapı: Programda yöre halkının günlük yaşamına, geçim kaynaklarına ve üretim süreçlerine yer verilerek bölgenin sosyo-ekonomik profili sunulmuştur. Tarım, hayvancılık, küçük ölçekli el sanatları ve yerel ticaret gibi ekonomik faaliyetler detaylandırılmış; bu sunum, hem yerel kalkınmaya hem de kırsal turizme dair bilgi sunmaktadır. Ayrıca, röportajlar aracılığıyla köylülerin yaşam koşulları ve beklentileri de izleyiciye yansıtılmıştır. Bölümlerde sıklıkla yer verilen zanaatkarlar, çiftçiler ve küçük esnaf aracılığıyla bölgenin üretim yapısı görselleştirilmiş; tarım, hayvancılık ve el emeğine dayalı üretim süreçleri detaylandırılmıştır. Bu bağlamda program, yalnızca turistik unsurları değil, yerel halkın gündelik yaşam pratiklerini de ekrana taşıyarak kalkınma, geçim ve yaşam kalitesi gibi sosyo-ekonomik göstergelere dair çıkarımlar yapılmasına olanak tanımaktadır. Bu bağlamda, programda vurgulanan sosyo-ekonomik bileşenler ve bunların bölgesel dağılımı Tablo 5'te sunulmaktadır.

Programın 1984 yılında yayın hayatına başlamış olması dikkate alındığında, bölümlerin yayımlandığı tarihler net olarak belirlenemese de, içeriklerin kırsal alanların dönüşüm sürecine dair erken dönem veriler sunduğu söylenebilir. Hayvan türleri açısından değerlendirildiğinde Kaklık/ Honaz/ Denizli, Gemiş/ Çardak/ Denizli ve kangal çoban köpekleriyle Sivas ön plana çıkmaktadır. Türkiye'de balıkçılıkla geçimini sağlayan

Tablo 5. Programlarda Öne Çıkan Sosyo-Ekonomik Yapı ve Yöreleri

Sosyo- Ekonomik Yapı	Öne Çıkan Yöreleri
Geçim kaynakları (tarım, hayvancılık)	Denizli, Isparta, Balıkesir, Muğla, Antalya
Balıkçılık	Yeniköy/ Şarkikaraağaç/Isparta, Özdere/ İzmir, Alanya/ Antalya, Gökçeada/ Çanakkale, Gönen/ Balıkesir ve Akyaka/ Muğla
El emeğine dayalı üretim, yerel ürünler, küçük işletmeler	Gönen (Balıkesir), Şile (İstanbul), Trabzon
Hayvancılık	Kaklık/ Honaz/ Denizli, Gemiş/ Çardak/ Denizli
Kadınların ekonomiye katılımı ve toplumsal cinsiyet rolleri (el işi ürünler, kooperatif yönetimi, tarımsal üretim, turizm işletmeciliği)	Gönen/ Balıkesir, Düzköy/ Trabzon, Şile ve Ağva /İstanbul
Turizmin ekonomik yapıdaki etkileri	Şile, Ağva, Muğla kıyıları

kıyı ve iç su yerleşimleri arasında Yeniköy (Şarkikaraağaç/Isparta), Özdere (İzmir), Alanya (Antalya), Gökçeada (Çanakkale), Dereköy (Gönen/Balıkesir) ve Akyarlar (Muğla) dikkat çeken örneklerdendir. Bölgesel kalkınma düzeyleri, kırsal ile kentsel alanlar arasındaki ekonomik farklılıkların dolaylı biçimde gözlemlenmesini mümkün kılmıştır. Bunun en çarpıcı örnekleri özellikle doğu ve güney doğu bölgelerimizde köy yaşamında kız çocuklarının okula gönderilmemesi ve çoğunlukla evde ev işleri dışında, hayvanların bakımından sorumlu tutulmalarını görmekteyiz.

Programda yapılan röportajlar aracılığıyla yerel halkın kendi yaşamlarını anlatma biçimleri, sosyo-ekonomik yapının halkın bakış açısıyla nasıl algılandığını ortaya koymuştur. Bu anlatılar, izleyiciye yalnızca bilgi sunmakla kalmamış, aynı zamanda toplumsal sınıflar, gelir düzeyleri ve yaşam tarzları arasındaki farkları da fark ettirmiştir. Örneğin, kırsal kesimlerde ekonomik geçimin büyük ölçüde tarıma ve hayvancılığa dayandığı görülürken, bazı bölgelerde turizmin veya sanayileşmenin istihdam yapısını dönüştürdüğü gözlemlenmiştir. Ayrıca program, kadınların ve gençlerin ekonomik yaşamdaki rolüne dair önemli ipuçları sunmaktadır. Kadınların üretim süreçlerine katılımı, el emeği ürünlerin satışı ve ev içi emek gibi temalar, toplumsal cinsiyet rolleri bağlamında değerlendirilebilecek içerikler sunmuştur. Bu yönüyle Gezelim Görelim, sadece ekonomik faaliyetleri değil, aynı zamanda bu

faaliyetlerin toplumsal yapıyla nasıl iç içe geçtiğini de gözler önüne sermektedir. Turizmin gelişim gösterdiği özellikle pansiyonculuğun yaygın olduğu yörelerde kadınların da yer aldıkları dikkat çekmektedir. Şile ve Ağva'da kadınların işlettiği turizm tesisleri kadının ekonomiye katkısını ortaya koymaktadır. Düzköy/ Trabzon'da kadınlar tarlada çalışan iken, Gönen/ Balıkesir'de Tarımsal Kredi Kooperatifi'nin başını bir kadın yürütürken, aynı şehirde kadınların iğne oyası ve el işlemlerinde yine ekonomiye katkılarını öğrenmekteyiz.

Turizm Türleri: Programda sunulan içerikler, bölgenin çeşitli turizm türlerine uygunluğunu ortaya koymaktadır. Özellikle kırsal turizm, doğa turizmi, kültür turizmi ve gastronomi turizmi gibi alanlarda potansiyel taşıdığı görülmektedir. Farklı turizm türlerinin aynı mekânda bütünleşik biçimde sunulması, destinasyonun çok yönlü bir turizm deneyimi sunabileceğini göstermektedir. Türkiye'nin farklı coğrafi bölgelerinde öne çıkan doğa turizmi kaynakları, bölgesel özelliklere bağlı olarak çeşitlilik göstermektedir. Marmara Bölgesi'nde çoğunlukla termal kaynaklar ve sahil turizmi programlarda ön plandadır. Ege Bölgesi'nde termal alanlar ve deniz- güneş kuma dayalı turizm dikkat çekmektedir. Akdeniz Bölgesi'nde ise termal kaynaklara ek olarak mağaralar ve kıyı şeridi ön plana çıkmakta; bu bölge, doğal güzellikleri ve iklim avantajlarıyla sahil turizmine ev sahipliği yapmaktadır. İç Anado-

lu Bölgesi'nde doğa turizmi kapsamında termal kaynaklar öne çıkarken, Karadeniz Bölgesi'nde mağaralar ve yaylalar doğal zenginlikler sıkça yer almaktadır. Doğu Anadolu Bölgesi'nde farklı kültürel değerleriyle vurgulanmaktadır. Güneydoğu Anadolu Bölgesi'nde ise mutfak kültürünün zenginliği öne çıkan unsurlar arasında yer almaktadır. Tarsus/ Mersin bölümünde inanç turizmi açısından yörenin Efes, Bergama, İznik gibi tanınmadığından söz edilerek, inanç turizminin canlanması için yapılan faaliyetlerden söz ediliyor.

Bu çalışmada TRT tarafından uzun yıllar boyunca yayımlanan "Gezelim Görelim" programının seçili bölümleri, turizm türleri açısından incelenmiştir. Turizm literatüründe yaygın olarak tanımlanan kültürel turizm, doğa turizmi, sağlık turizmi, kırsal turizm, deniz turizmi, gastronomi turizmi ve macera turizmi gibi çeşitli türler, program içeriklerine göre sınıflandırılmıştır. Programın bölümlerinde yer verilen destinasyonların öne çıkan turizm potansiyelleri, görsel ve anlatı unsurları üzerinden analiz edilmiştir.

Analiz sürecinde, programın yayınlandığı dönemdeki turizm anlayışı ile içerik arasındaki ilişki gözetilmiştir. Örneğin, Karadeniz Bölgesi'ne ait bölümlerde ağırlıklı olarak yayla turizmine ve doğal peyzaj unsurlarına yer verildiği, Ege ve Akdeniz bölümlerinde ise kıyı turizmi ve tarihî dokuların ön plana çıktığı gözlemlenmiştir. İç Anadolu ve Doğu Anadolu bölümlerinde ise kültürel miras, geleneksel yaşam biçimleri ve kırsal turizm unsurları öne çıkmıştır. Bu farklılaşma, Türkiye'nin bölgesel turizm çeşitliliğini ortaya koyarken aynı zamanda programın tanıtıcı işlevini de güçlendirmiştir. Termal tesislerin tanıtıldığı bölümler sağlık turizmi kapsamında, yöresel yemeklerin öne çıkarıldığı bölümler ise gastronomi turizmi kapsamında değerlendirilmiştir. Doğa yürüyüşleri, mağara gezileri ve kamp alanlarının gösterildiği bölümler ise doğa ve macera turizmi başlığı altında ele alınmıştır.

Elde edilen veriler, Gezelim Görelim programının Türkiye'nin turistik çeşitliliğini yalnızca tanıtmakla kalmayıp aynı zamanda bu çeşitliliği görsel bir hafızaya dönüştürdüğünü göstermektedir. Programın turizm türleri bağlamında yap-

tığı bu görsel haritalama, yerel kültürlerin tanıtımı kadar destinasyon pazarlamasına da katkı sunmuştur. Böylelikle televizyon yayıncılığının turizmin türlerine dair algının oluşumunda etkili bir araç olarak rol üstlendiği söylenebilir.

İncelenen bölümlerden Karadeniz Bölgesi genellikle yaylalar, ormanlık alanlar, doğal su kaynakları ve geleneksel kırsal yaşam biçimleri ile tanıtılmıştır. Bölümlerde yer alan görüntülerde, doğayla iç içe bir yaşam tarzı, geleneksel mimari örnekleri, yerel üretim biçimleri (örneğin süt ürünleri, arıcılık) ve yayla kültürü ön plana çıkmaktadır. Bu içerikler, hem kırsal turizm hem de doğa turizmi bağlamında değerlendirilebilir. Ayrıca, yerel halkın yaşamına dair aktarımlar, kültürel sürdürülebilirliğe ilişkin ipuçları sunmakta; bu da programın tanıtım fonksiyonunun ötesine geçerek kültürel mirasın korunmasına dolaylı katkı sağladığını göstermektedir. Ordu'nun Mesudiye ilçesinde Köy Kent Projesi programda geniş yer bulmaktadır. Kırsal yaşam için o günün koşullarında önerilen alternatif çözüm yolları da ortaya konmaktadır. Dokuz köy için ilk olarak altyapı ve ulaşım sorununa yönelik alınan önlemlerin yanı sıra, köyler için sağlık ocağı, çok amaçlı salon, çocuk oyun parkı gibi ortak kullanım alanlarının hizmete açılması bunlardan bazılarıdır. Burada göçün tersine göçü sağlamaya yönelik çeşitli önlemlere de yer verilmektedir. Köy okullarında ihtiyaç duyulan ağaç işleme fabrikası açılması, düşük kredili tarım destekleriyle bölgede tarımın canlandırılmaya çalışılması gibi. Bu ve benzer örneklerde Türkiye'de turizmin canlandırılmasına yönelik kararlara paralel biçimde çok boyutlu bir kalkınma politikasının da izlendiği tespit edilmiştir. Bölgede kırsal turizmin gelişebilmesi için altyapı ihtiyacının giderilmesi, tarım ve hayvancılığın da devam ettirilerek, kente göçün önlenmesine yönelik izlenen politikaları da gezi ve tanıtım programından öğrenmekteyiz.

Kıyı kasabalarından biri olan Özdere, Alanya, Bodrum ve Didim'in yer aldığı programlarda daha çok deniz turizmi, tatil köyleri, plajlar ve bölgeye özgü mutfak kültürü tanıtılmıştır. Bu bölümlerde kullanılan görsellerde yaz turizmine özgü aktiviteler (deniz-kum-güneş üçlemesi), konaklama olanakları ve turistik işletmeler öne

çıkılmaktadır. Bu bağlamda, bu bölümlerde kitle turizmi dinamikleriyle örtüşen bir içerik saptanmaktadır. Ayrıca zeytinyağlılar, deniz ürünleri ve Ege mutfağının yöresel tatları gibi öğelere yer verilmesi, gastronomi turizmi açısından da önemli bir boyut sunmaktadır. Bu tür içerikler, destinasyonun sadece doğal güzellikleriyle değil, aynı zamanda yerel mutfağıyla da cazip hale getirildiğini göstermektedir. Bu noktada, bölgeler arasında turizm türlerine ilişkin farklılığın ve turizm stratejileri ve hedeflerinin yalnızca yer yüzü şekillerine bağlı olarak değil; bölgenin sosyal, ekonomik ve kültürel nitelikleriyle uyumlu bir biçimde olma gerekliliğini ortaya koymaktadır. Bölgesel niteliklere bağlı olarak Karadeniz, İç Anadolu, Güney Doğu Anadolu ve Doğu Anadolu Bölgeleri şehirlerinde daha çok otantik, deneyim temelli ve çevre dostu turizm vurgusu yer alırken; Marmara, Ege ve Akdeniz Bölgesinde yer alan şehirlerde genel olarak konfor, tatil ve hizmet odaklı bir yaklaşım benimsenmiştir. Bu farklılık, Türkiye'nin turizm potansiyelinin çeşitliliğini ortaya koymakta ve Gezelim Görelim programının bu çeşitliliği ekran aracılığıyla yaygınlaştırma rolünü güçlendirmektedir.

SONUÇ

Televizyonun gündelik yaşamın bir parçası haline gelmesiyle (Kar ve Gündüz 2024), Türkiye'de televizyon yayıncılığı hızlı ve çok yönlü bir gelişim süreci yaşamıştır. Bu çalışma, Türkiye'de turizmin gelişim sürecinin televizyon yayıncılığı aracılığıyla nasıl yansıtıldığını ortaya koymayı amaçlamaktadır. Bu doğrultuda Türkiye Radyo Televizyon Kurumu'nda 1984 yılında yayımlanmaya başlanan Gezelim Görelim programı örnek olay olarak seçilmiştir. Program, Anadolu'nun doğal güzellikleri, sosyal ve ekonomik yapısı, gelenekleri, tarihi ve kültürel birikimini kapsamlı biçimde tanıtmaktadır. Bu nedenle, kamu yayıncısı TRT'de yayımlanan Gezelim Görelim programı, Türkiye'nin kültürel ve doğal mirasını görünür kılmakla kalmayıp, aynı zamanda toplumsal kültürel belleğin inşasında ve aktarımında önemli bir araç olarak turizm politikalarına dolaylı katkılar sunmaktadır.

Programın sunuculuğunu üstlenen Yılmaz, bu uzun soluklu yolculuğu boyunca programla özdeşleşmiş ve 32 yıl boyunca Türk seyircisinin beğenisini kazanmıştır. Turizm kavramının halka tanıtılmasında ve kültürel mirasımızın taşıdığı değerın ekrana yansıtılmasında öncülük etmiş bir arşiv kaynağıdır. Program, Anadolu'nun tarihi ve doğal güzelliklerinin tanıtılmasında gönüllü bir turizm elçisi gibi hareket ederek, yerel halkın da yaşadığı bölgenin farkına varmasına katkı sunulmuştur. Türkiye'nin deniz, güneş ve kum turizminin yanı sıra yayla, kültür, kış, mağara ve akarsu turizmi gibi çeşitli alternatiflerle turizm çeşitliliği bakımından zengin bir ülke olduğunu ekran başındaki izleyicilere aktaran bir program olmuştur. Sürdürülebilir turizmin ana unsuru olan toplum boyutuna programda yerel halkın katılımına imkân vererek, her fırsatta vurgu yapılmış olması da dikkate değer bir yandır. Bunun dışında programda turizmin gelişimine ilişkin kıyı bölgelere yerleşen yabancı turistlerin olması bugün için alışılmış bir bilgidir. Ancak, doğu bölgelerimizi ziyaret eden yabancı turistlerin bu şehirleri ilgi çekici bulması, bölgede yaşayan yöre halkını misafirperver bulması turizmde otantiklik olgusunun önem taşıdığını ortaya koymaktadır. Ayrıca, programın bazı bölümlerinde yalnızca destinasyon tanıtımı yapılmamış; aynı zamanda kırsal kalkınmaya yönelik uygulamalara, göç politikalarına ve yerel halkın yaşam kalitesini artırmaya yönelik girişimlere de yer verilmiştir. Bu yönüyle Gezelim Görelim, turizm-medya ilişkisini tek yönlü bir tanıtım ekseninden çıkararak, toplumsal kalkınma, kültürel sürdürülebilirlik ve çevresel farkındalık gibi geniş kapsamlı bir yaklaşımla ele almıştır.

Gezelim Görelim programı Türkiye'nin turistik kimliğinin bölgesel bağlamlarda yeniden üretildiği araç işlevi görmüş; farklı turizm türlerinin tanıtımında televizyon yayıncılığının yönlendirici ve şekillendirici gücünü açık biçimde ortaya koymuştur.

Li ve arkadaşlarının (2025) belirttiği üzere, Çin'de 1980'li yıllarda kaset çalarların dönemin sosyal ilişkilerini şekillendirmede ve kültürel kimliğin inşasında önemli bir araç olması gibi, Türkiye'de televizyon ve özellikle TRT, ülkenin

tarihsel, kültürel ve toplumsal dönüşüm süreçlerinde toplumsal belleğin oluşturulmasında, yerel kimliklerin korunmasında ve kültürel değerlerin geniş kitlelere aktarılmasında merkezi ve benzersiz bir rol üstlenmiştir. Bu bağlamda, Gezelim Görelim programı Anadolu'nun zengin kültürel ve doğal mirasını ekranlara taşıyarak hem turizm bilincinin gelişimine katkı sağlamış hem de kültürel sürekliliğin desteklenmesinde önemli bir işlev görmüştür. Bu tür yayınların turizm planlamasına, destinasyon yönetimine ve kültürel mirasın korunmasına yönelik stratejilerde dikkate alınması, hem medya içeriklerinin etkinliğini artıracak hem de turizm politikalarının daha kapsayıcı ve sürdürülebilir bir çerçevede geliştirilmesine katkı sağlayacaktır. Bu bağlamda, televizyon programlarının yalnızca eğlence ya da bilgilendirme aracı olarak değil, aynı zamanda kültürel ve ekonomik kalkınmanın destekleyici unsurları olarak değerlendirilmesi gerektiği sonucuna ulaşılmıştır.

Bugün, dijital platformların ve sosyal medyanın turizm tanıtımında öne çıkmasıyla birlikte, televizyon programlarının etkisi görece azalmış gibi görünse de, Gezelim Görelim gibi uzun soluklu arşiv programlarının dönemin kültürel belleğini yansıtan belgeler olarak değerlendirilmesi, medya-turizm ilişkisine tarihsel bir perspektif kazandırmaktadır. Bu yönüyle çalışma, geçmişteki medya içeriklerinin geleceğe yönelik turizm planlamaları ve kültürel politika oluşturma süreçlerinde referans alınabilecek nitelikte olduğunu ortaya koymaktadır.

Arşiv niteliğinde bir kaynak olarak ele alınarak incelenen Gezelim Görelim programından elde edilen bulguların literatüre katkı sağlaması hedeflenmektedir. Televizyon tanıtım ve gezi programlarından derlenen veriler, dönemin sosyo-kültürel ve turistik koşullarına dair yeni ve özgün bilgilerin açığa çıkarılmasına imkân tanımaktadır. Ayrıca, televizyon programları, belirli nesillere özgü olarak endüstriyel biçimde inşa edilmiş kültürel belleği temsil ettiğinden, bu programların sonraki izleyiciler tarafından izlenmesi, onları orijinal izleyici kitlesinin deneyimleri ve değerleri hakkında bilgilendirme işlevi görmektedir (Weispfenning 2003). Böylece, Gezelim

Görelim hem tarihsel bir arşiv kaynağı hem de nesiller arası kültürel aktarımda önemli bir rol üstlenmektedir.

Bu çalışma, kamu yayıncılığında tarafsız, özgün ve ilkeli yayın anlayışına sahip bir televizyon kurumunun tanıtım ve gezi programının turizme bakış açısını da ortaya koymaktadır. Bu çalışma, turizmin medyatik temsiline ilişkin yapılan sınırlı sayıdaki araştırmalara görsel malzeme temelli bir içerik analiziyle katkı sağlamaktadır. Kamu yayıncılığına ait bir programın uzun soluklu arşiv içeriği üzerinden yürütülen analiz, görsel medyanın kültürel sürdürülebilirlik, yerel kalkınma ve alternatif turizm türlerinin görünürlüğü üzerindeki etkisini ortaya koyması açısından özgün bir akademik katkı sunmaktadır.

Bu çalışmanın temel sınırlılığı, yalnızca Gezelim Görelim programının belirli sayıda bölümünün içerik analiziyle sınırlandırılmış olmasıdır. Bu nedenle elde edilen bulgular, programın tamamını temsil etmemekle birlikte belirli bir dönemin temsiline yöneliktir. Gelecekte yapılacak araştırmaların, farklı dönemlerde yayımlanmış benzer belgesel ya da gezi programlarını da karşılaştırmalı olarak ele alması, kültürel temsillerin zaman içindeki değişimini ortaya koymada katkı sağlayacaktır. Ayrıca farklı medya platformlarında (örneğin dijital yayınlar, YouTube içerikleri, sosyal medya serileri) üretilen turizm temalı programların kültürel bellek oluşturmadaki rolünün incelenmesi, televizyon odaklı bu çalışmayı tamamlayıcı nitelikte olacaktır. Nitel analizlerin yanı sıra, izleyici yorumları, anketler ya da odak grup görüşmeleriyle desteklenecek nicel ya da karma yöntemli araştırmalar, halkın bu tür programlara yönelik algısını ve etkilenme biçimlerini anlamaya yönelik daha kapsamlı veriler sunabilir. Çalışmanın sınırlılıklarının içinde internet ortamında erişilebilen bölümlerin araştırmada incelenmesine dayalı olması gelmektedir. Araştırmanın sınırlılıkları arasında, incelenen program bölümlerinin kesin yayın tarihlerinin mevcut kaynaklarda yer almaması ve bu nedenle tarihsel bağlamın net olarak belirlenememesi bulunmaktadır. Bu durum, analizde tarihsel sürekliliğin tam anlamıyla sağlanmasını engellemiş ve sonuçların yorumlanmasında tarih bazında

bir değerlendirmenin yapılamamasını neden olmuştur. TRT Arşiv kayıtlarının güncellenmesine bağlı olarak programın tüm eski bölümlerine de erişim sağlanamamıştır. Bundan sonra yapılacak araştırmalarda daha fazla bölüm incelemeye alınarak, daha kapsamlı bir inceleme yapılabilir.

KAYNAKÇA

- Assman, J. (2011). *Communicative and Cultural Memory İçinde; P. Meusburger, M. Heffernan, M., & E. Wunder, E. (Editörler) Cultural of Memories: The Geographical Point View* (ss. 15-27). Netherlands: Springer.
- Avcu, İ. (2019). Bellek, Travma ve Edebiyat, *Atatürk Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Dergisi*, 63: 627-646.
- Beeton, S. (2001). Smiling for the Camera: The Influence of Film Audience on a Budget Tourism Destination, *Tourism, Culture & Communication*, 3 (1): 15-25.
- Bilis, A. E. (2017). Modern Yaşamda Dini Değerlerin Televizyonda Temsili: "Nihat Hatipoğlu İle İftar" Programı Örneği, *Selçuk İletişim*, 9 (4): 189-210.
- Bowen, G. A. (2009). Document Analysis as a Qualitative Research Method, *Qualitative Research Journal*, 9 (2): 27-40.
- Chang, D. Y. (2016). A Study of TV Drama Series, Cultural Proximity and Travel Motivation: Moderation Effect of Enduring Involvement, *International Journal of Tourism Research*, 18 (4): 399-408.
- Connell, J. (2005). Toddlers, Tourism and Tobermory: Destination Marketing Issues and Television-Induced Tourism, *Tourism Management*, 26 (5): 763-776.
- Couldry, N. (1998). The View from inside the 'Simulacrum': Visitors' Tales from the Set of Coronation Street, *Leisure Studies*, 17 (2): 94-107.
- Creswell, J. W. (2007). *Qualitative Inquiry and Research Design: Choosing Among Five Approaches* (İkinci baskı.). California: Sage Pub.
- Erengöz, Y. (1993). Medya Aracı Olarak Televizyon (Basil-mamış Yüksek Lisans Tezi). İstanbul: İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Tanıtım ve Halkla İlişkiler.
- Ertz, M., Sarigollu, E., Karakas, F. ve Chehab, O. (2021). Impact of TV Dramas on Consumers' Travel, Shopping and Purchase Intentions, *Journal of Consumer Behaviour*, 20 (3): 655-669.
- Frost, W. (2006). Braveheart-ed Ned Kelly: Historic Films, Heritage Tourism and Destination Image, *Tourism Management*, 27: 247-254.
- Gómez-Morales, B., Nieto-Ferrando, J. ve Sánchez-Castillo, S. (2022). (Re) Visiting Game of Thrones: Film-Induced Tourism and Television Fiction, *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 39 (1): 73-86.
- Gutiérrez Lozano, J. F. (2013). Television Memory after the End of Television History?. İçinde J. Teurlings, ve M. D. Valck. (Editörler) *After the Break: Television Theory Today* (ss. 131-144). Amsterdam: Amsterdam University Press.
- Hanefors, M. ve Mossberg, L. (2002). TV Travel Shows—A Pre-Taste of the Destination, *Journal of Vacation Marketing*, 8 (3): 235-246.
- Kanık, İ. (2016). Küreselleşme Sürecinde Kültürel Melezleşme Örneği Olarak Yemek Kanalları ve Programları, *Folklor/Edebiyat*, 22 (86): 237-258.
- Kantarci, K., Başaran, M. A. ve Ozyurt, P. M. (2017). Understanding the Impact of Turkish TV Series on Inbound Tourists: A Case of Saudi Arabia and Bulgaria, *Tourism Economics*, 23 (3): 712-716.
- Karasar, N. (1994). *Bilimsel Araştırma Yöntemi: Kavramlar, İlkeler, Teknikler. Altıncı Basım*. Ankara: 3A Araştırma Eğitim Danışmanlık Ltd.
- Kar, A. T. ve Gündüz, U. (2024). İTÜ-TV'den TRT'ye Türkiye'de Televizyon Tarihi ve Dijitalleşme. 10. Uluslararası Atatürk Kongresi Bildiriler Cilt I, Ankara Atatürk Araştırma Merkezi Başkanlığı (ss. 195-225), DOI:10.51824/978-975-17-6042-5.07
- Kim, S. (2012). Audience Involvement and Film Tourism Experience: Emotional Places, *Emotional Experiences, Tourism Management*, 33 (2): 387-396.
- Kim, S. (2010). Extraordinary Experience: Re-Enacting and Photographing at Screen-Tourism Locations, *Tourism and Hospitality Planning & Development*, 7 (1): 59-75.
- Kim, S., Long, P. ve Robinson, M. (2009). Small Screen, Big Tourism: The Role of Popular Korean Television Dramas in South Korean Tourism, *Tourism Geographies*, 11 (3): 308-333.
- Kim, S. S., Agrusa, J., Lee, H. ve Chon, K. (2007). Effects of Korean Television Dramas on the Flow of Japanese Tourists, *Tourism Management*, 28 (5): 1340-1353.
- Liu, X. ve Pratt, S. (2019). The Downton Abbey Effect in Film-Induced Tourism: An Empirical Examination of TV Drama-Induced Tourism Motivation at Heritage Attractions, *Tourism Analysis*, 24 (4): 497-515.
- Li, X., Zhu, S., Wang, J. ve Lu, Y. (2025). Materiality and Media Memory: The Practical Application and Meaning Construction of the Tape Recorder in China in 1980s, *Journal of Material Culture*, 30 (2): 191-211.
- Mazıcı, E. T., Ateş, N. B. ve Yıldırım, A. (2017). Televizyon Programlarında Ürün Yerleştirme: "Survivor All Star" Örneği, *Selçuk İletişim*, 9 (4): 238-257.
- McQuail, D. (2010). *McQuail's Mass Communication*. Los Angeles: Sage Pub.
- Öymen Özak, N. ve Pulat Gökmen, G. (2009). Bellek ve Mekân İlişkisi Üzerine Bir Model Önerisi, *İTU Dergisi*, 8 (2): 145-155.
- Saltık, I. A., Coşar, Y. ve Kozak, M. (2010). Televizyon dizilerinin Destinasyon Pazarlaması Açısından Olası Sonuçları, *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 21 (1): 41-50.
- Schmidt, S. (2008). Memory and Remembrance: A Constructivist Approach. İçinde; A. Erl ve A. Nünning (Editörler) *Cultural Memory Studies* (ss. 191-201). New York: Walter de Gruyter.
- Squire, S. J. (1996). Literary Tourism and Sustainable Tourism: Promoting "Anne of Green Gables" in Prince Edward Island, *Journal of Sustainable Tourism*, 4 (3): 119-129.

Turizmin Televizyona Yansıması: TRT Gezelim Görelim Örneği

- Thelen, T., Kim, S. ve Scherer, E. (2020). Film Tourism Impacts: A Multi-Stakeholder Longitudinal Approach, *Tourism Recreation Research*, 45 (3): 291–306.
- Tooke, N. ve Baker, M. (1996). Seeing is Believing: The Effect of Film on Visitor Numbers to Screened Locations, *Tourism Management*, 17 (2): 87–94.
- Türkiye Radyo Televizyon Kurumu (TRT). (2008). *Geçmişten Geleceğe: Belgeler, Bilgiler (1968-2008)*. Ankara.
- Türkiye Radyo Televizyon Kurumu (TRT). (2025). <https://www.trt.net.tr/kurumsal/tarihce> Erişim Tarihi: 17.03.2025.
- Tzanelli, R. ve Yar, M. (2014). Breaking Bad, Making Good: Notes on a Televisual Tourist Industry, *Mobilities*, 11 (2): 188–206.
- Weispfenning, J. (2003). Cultural Functions of Reruns: Time, Memory, and Television, *Journal of Communication*, 53 (1): 165–176.
- Wilson, V. (2011). Research Methods: Content Analysis, *Evidence Based Library and Information Practice*, 6 (4): 177–179.
- van Dijck, J. (2004). Mediated Memories: Personal Cultural Memory as Object of Cultural Analysis, *Continuum*, 18 (2): 261–277.
- Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2006). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Yıldırım, E. (2019). Televizyon Belgesel Filmleri Anlatı Yapısının İzler Kitle Beklentilerine Etkileri ve Örnek Belgesel Film Çözümlemesi, *Dördüncü Kuvvet Uluslararası Hakemli Dergi*, 2 (2): 134–149.
- Yılmaz, N. (2014). Emeklilik Hayalinde Gezmek Yok. Yeni Şafak (<https://www.yenisafak.com/hayat/emeklilik-hayalinde-gezmek-yok-2032176>) Erişim Tarihi: 02.04.2025)
- Yılmaz, H. ve Şenel, P. (2017). Televizyonda Yayınlanan Gastronomi Konulu Gezi Programlarının Davranışsal Tatma Niyetine Etkisi, *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 20 (38): 521–544.



Hatice GÜÇLÜ NERGİZ

Adnan Menderes Üniversitesi Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu'ndan mezun oldu (1996). Yüksek lisans derecesini Adnan Menderes Üniversitesi, Turizm İşletmeciliği Dalı'ndan (2000), doktora derecesini de Anadolu Üniversitesi, Turizm ve Otel İşletmeciliği Dalı'ndan aldı (2006). Adnan Menderes Üniversitesi'nde çalışmaya başladı (1996). Doçentlik unvanını turizm alanında aldı (2017). Halen Kocaeli Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü'nde görev yapmaktadır.