

**Journal of
Humanities and Tourism
Research**



Year : 2022
Volume : 12
Issue : 1

ISSN: 2717-7092

JoHUT



Journal of Humanities and Tourism Research

ISSN: 2717-7092

Cilt: 12

Sayı: 1

2022

Vol.12

No.1

<http://johut.karabuk.edu.tr/>

DERGİ HAKKINDA

Journal of Humanities and Tourism Research (JoHUT) açık erişimli, hakemli, yılda dört kere Mart, Haziran, Eylül ve Aralık aylarında yayımlanan bilimsel bir dergidir. Karabük Üniversitesi yayını olan dergi 2010 yılından beri yayımlanmaktadır. 2020 yılı 10 cilt itibarıyla eski adı Karabük Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi (Karabük University Journal of Institute of Social Sciences / JOISS) olan derginin adı Journal of Humanities and Tourism Research olarak değiştirilmiştir. JoHUT uluslararası bir dergi olup uluslararası endekslerde taranmaktadır. Beşeri bilimler ve turizm alanında yapılan araştırmaları yayımlama ve bilim insanlarının hizmetine sunmayı amaçlayan JoHUT, Türkçe ve İngilizce dillerinde yayın yapmaktadır.

ABOUT THE JOURNAL

The Journal of Humanities and Tourism Research (JoHUT) is an open-access, refereed scientific journal published quarterly in March, June, September and December. The Journal, which is a periodical of Karabük University, has been published since 2010. Starting from the 10th volume of 2020, the Journal has changed its name from Karabük University Journal of Institute of Social Sciences (JOISS) to Journal of Humanities and Tourism Research. JoHUT is an international journal and indexed internationally. JoHUT, which aims to distribute research in humanities and tourism for the service of scientists, publishes manuscripts in Turkish and English.

EDITOR

Prof. Dr. Nuray TÜRKER nturker@karabuk.edu.tr

EDİTÖR YARDIMCILARI / ASSOCIATE EDITORS

Assoc. Prof. Dr. Cenk Murat KOÇOĞLU cmkocoglu@karabuk.edu.tr

Assoc. Prof. Dr. Önder DENİZ (Uşak University) onder.deniz@hotmail.com.tr

GÜZEL SANATLAR BÖLÜM EDİTÖRÜ / SECTION EDITOR OF FINE ARTS

Dr. Muhammet BİLGEN mbilgen@kastamonu.edu.tr

YAYIN KURULU / SCIENTIFIC COMMITTEE

Prof. Dr. Faruk ALAEDDİNOĞLU (Van Yüzüncü Yıl University)

Prof. Dr. Rainer M. CZICHON (Uşak University)

Prof. Dr. Dilşen İnce ERDOĞAN (Aydın Adnan Menderes University)

Prof. Dr. İzzet GÜMÜŞ (İstanbul Gelişim University)

Prof. Dr. Ilze IVANOVA (University of Latvia/Latvia)

Prof. Dr. Iveta KOVALCIKOVA (University of Presov/Slovakia)

Prof. Dr. Karl KUNST (Vienna Institute for Archeological Science/Austria)

Prof. Dr. Voon Chin PHUA (Gettysburg College/USA)

Prof. Dr. Dirk WICKE (Goethe University/Germany)

Assoc. Prof. Dr. Eka DEVIDZE (European University/Georgia)

Dr. Maria PRODROMOU (European University/Cyprus)

DİL EDİTÖRÜ / LANGUAGE EDITOR

Jesse E. SHIRCLIFF

Printing Assistants

Mehmet UÇAR - R.A İbrahim YILMAZ

The journal was previously entitled as Karabuk University Journal of the Institute of Social Sciences

Derginin önceki ismi: Karabük Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi

Journal of Humanities and Tourism Research is indexed in;

DRJI, Türk Eğitim İndeksi, SOBIAD, CiteFactor, ESJI, İSAM, ResearchBib, UDL EDGE, Bilgindex, ROOTINDEXING, Türkiye Turizm Dizini, ROAD, Crossref, CABI, EBSCO

Journal of Humanities and Tourism Research aşağıdaki indekslerde taranmaktadır;

DRJI, Türk Eğitim İndeksi, SOBIAD, Cite Factor, ESJI, İSAM, ResearchBib, UDL EDGE, Bilgindex, ROOTINDEXING, Türkiye Turizm Dizini, ROAD, Crossref, CABI, EBSCO



Journal of Humanities and Tourism Research

ISSN: 2717-7092

Cilt: 12

Sayı: 1

2022

Vol.12

No.1

<http://johut.karabuk.edu.tr/>

İçindekiler / Contents

Kültürel Miras Kaynaklarının Turistlerin Tutum ve Değerlendirmelerine Etkisi Üzerine Bir Araştırma: Tarihi Yarımada Örneği

A Study on the Effects of Cultural Heritage on the Attitudes and Evaluations of Tourists: The Case of the Historic Peninsula

Hakan ÖNGÖREN, Mehmet ZAMAN 1-21

Batı Karadeniz Bölümünün Coğrafi İşaretli Ürünlerinin Tespiti ve Bunların Turistik Önemi

Determination of Geographically Indicated Products of the Western Black Sea Region and their Touristic Importance

Hasan KÖŞKER 22-35

Weber'in Rasyonalitesi Perspektifinden Sakinlerin Turizme Karşı Algı ve Tutumları: Güzelyurt İlçesi (Aksaray) Örneğinde Ampirik Bir Analiz

Residents' Perceptions and Attitudes towards Tourism from the Weber's Rationality Perspective: An Empirical Analysis for the Case of Guzelyurt District (Aksaray)

Kuttusi ZORLU, Ali YILMAZ 36-55

Doğal ve Kültürel Peyzaj Değerinin Turizm Potansiyeline Etkisi: Rize Ziraat/ Botanik Çay Bahçesi Örneği

The Effect of Natural and Cultural Landscape Value on Tourism Potential: The Case of Rize Botanic/Ziraat Tea Garden

Ömer Lütfü ÇORBACI, Türker OĞUZTÜRK, Gülçay Ercan OĞUZTÜRK, Merve ÜÇOK, Fatma AYDIN 56-67

Cezayir'in İşgali Öncesinde Fransa'nın Mehmet Ali Paşa'yı Kullanma Planı

France's Plan of Using Mehmet Ali Pasha Before the Occupation of Algeria

Selda KAYAPINAR 68-77

2026 Kış Olimpiyat Oyunları Ev Sahipliği Aday Şehirlerinin Karşılaştırmalı Analizi ve Erzurum İçin Öneriler

Comparative Analysis of Candidate Cities to Host 2026 Winter Olympic Games and Suggestions for Erzurum

Tuna BATUHAN 78-92

Abana-İnebolu-Cide Kıyı Şeridinde Deniz Ürünleri Rotasının Oluşturulması ve Turizme Kazandırılması

Establishing a Seafood Route on the Abana-Inebolu-Cide Coastline and Bringing it to Tourism

Aykut ŞİMŞEK 93-100

Devletin Sigara Kullanımı Üzerine Pazarlamama (Demarketing) Uygulamaları ve Tüketiciler Üzerinde Covid-19 Dönemindeki Etkisi

Demarketing Practices of the Government on Cigarette Use and Its Effect on Consumers During the Covid-19 Period

Ahmet GÜRBÜZ, Hatice COŞKUNOĞLU KAYA 101-124

Yüzey Kaplama Çinilerinde Görülen Bozulmalar ve Bozulmaların Tespitine İlişkin Çizelge Önerisi

Deteriorations Observed in Surface Tiles and Chart Suggestion on Determination of Deteriorations

Işıl KONAK 125-146

Kültürel Peyzaj Alanlarında Afetler ve Riskler: İstanbul Tarihi Yarımada Yönetim Planı Üzerine Bir Değerlendirme

Disasters and Risks in Cultural Landscapes: An Assessment on the Historical Peninsula Management Plan

Nilüfer KART AKTAŞ 147-162

Tescillenen Yöresel Yemek İsimlerinin Yaygın Kullanımla Uyumu: Kastamonu Simidi mi Kel Simit mi?

Compatibility of Registered Local Food Names with Common Use: Kastamonu Bagel or Kel Bagel?

Seher ÇELİK YEŞİL, Çetin AKKUŞ 163-172

Covid-19 ve Risk Yönetimi: Sistematik Bir İnceleme

Covid-19 And Risk Management: A Systematic Review

Yücel BULUT, Işıl USTA KARA 173-186

Destinasyon Çekicilik Unsuru Olarak Mimari Yapıların İncelenmesi: İzmir Örneği

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

Cenk Murat KOÇOĞLU, Nazlı SİPAHİ 187-203

Örgütlerde İzleyici Etkisi ve İşyeri Zorbalığı Arasındaki İlişki ve Olumsuz Sonuçlarının Üstesinden Gelmenin Yolları

The Connection between the Bystander Effect and Workplace Bullying in Organizations and the Ways to Overcome its Major Negative Outcomes

Can BİÇER 204-217

Kültürel Miras Turizmi Araştırmalarının Görsel Haritalama Tekniği ile Bibliyometrik Analizi

Bibliometric Analysis of Cultural Heritage Tourism Studies with Visual Mapping Technique

Hatice SARI GÖK 218-234



Kültürel Miras Kaynaklarının Turistlerin Tutum ve Değerlendirmelerine Etkisi Üzerine Bir Araştırma: Tarihi Yarımada Örneği*

A Study on the Effects of Cultural Heritage on the Attitudes and Evaluations of Tourists: The Case of the Historic Peninsula

Hakan ÖNGÖREN¹, Mehmet ZAMAN²

Özet

Fatih ilçesi, 1985 yılında UNESCO tarafından "tarihi yarımada" olarak tanımlanmıştır. Bu araştırmanın amacı anket tekniğinden yararlanılarak Fatih'te bulunan tarihi ve kültürel varlıklar ile destinasyon turizmi hakkında turistlerin tutum ve değerlendirmelerini ortaya çıkarmaktır. Bu hedef kapsamında turistlere demografik özellikleri ile imkân, imaj ve tutum ve davranışları ölçme temelinde sorular yöneltilmiştir. Araştırmada nicel araştırma tekniklerinden bağıntısal analiz yöntemi kullanılmıştır. Anket yardımıyla elde edilen veriler SPSS 26 programına aktarılmıştır. İstatistiksel analiz yeterliliği için geçerlilik, güvenilirlik, basıklık ve çarpıklık testleri yapılmıştır. İstatistik sonuçları kapsamında araştırma soruları geliştirilmiş ve ankette yer alan yargıların kendi aralarındaki yön ve ilişkileri saptanmıştır. Kültürel turizm çekiciliği konusunu anlamlandırmak için Fatih ilçesindeki müzelere ait 2005-2019 yılları müze istatistikleri elde edilmiştir. Buna göre tarihi yarımada'daki müzeleri ziyaret eden turist sayısının son 15 yıl içerisinde büyük ölçekte artış ve azalış eğilimleri göstermesinde gelen turistlerin tarihi yarımada hakkındaki değişkenlik gösteren tutum ve algısı, Türkiye'nin bu dönem içinde bulunduğu olumsuz koşullar ve ikili ülke ilişkilerinin olumsuz etkisinin de olduğu sonucu ortaya çıkmıştır.

Anahtar Sözcükler: Tarihi Yarımada, Fatih, Tarih, Kültür, Turizm, Müze

Abstract

Fatih district has been described as a "historical peninsula" by UNESCO since 1985. The purpose of this research is to reveal the attitudes and evaluations of tourists about historical and cultural assets and destination tourism located in Fatih using the survey technique. The goal of this study is to show the attitudes and assessment of tourists about the historical and cultural heritage in Fatih district and destination tourism by using the survey technique. Within the scope of this goal, questions were asked to the tourists on the base of measuring their demographic characteristics, opportunities, images, attitudes, and behaviors. The correlation analysis method from quantitative research techniques has been used in the research. The dataset obtained with the help of the survey has been transposed to the SPSS 26 program. Validity, reliability, kurtosis, and skewness tests have been performed for statistical analysis adequacy. Within the content of statistical results, research questions have been developed and the direction and relations between the judgments in the questionnaire had been determined. The

¹Marmara Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, İstanbul, Türkiye
²Atatürk Üniversitesi, Edebiyat Fakültesi, Erzurum, Türkiye

ORCID:

H.Ö.: 0000-0003-3142-8184

M.Z.: 0000-0002-1833-6501

Corresponding Author:

Hakan ÖNGÖREN

Email:

hackahn1907@gmail.com

Citation: Öngören, H. ve Zaman, M. (2022). Kültürel miras kaynaklarının turistlerin tutum ve değerlendirmelerine etkisi üzerine bir araştırma: Tarihi Yarımada örneği. *Journal of Humanities and Tourism Research*, 12 (1): 1-21.

Submitted: 09.09.2021

Accepted: 14.12.2021

museum statistics of the museums in Fatih district for the years 2005-2019 has been obtained to make sense of the cultural tourism attraction. Accordingly, the increasing and decreasing trends in the number of tourists visiting museums on the historical peninsula over the past 15 years is largely affected by the changing attitudes and perceptions of tourists towards Turkey, the negative effects of adverse conditions of Turkey in this period of time, and bilateral relations with other countries.

Keywords: Historical Peninsula, Fatih, History, Culture, Tourism, Museum

1. GİRİŞ

Turizm sektörü geçmişten günümüze doğru gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerde oldukça ilgi görmektedir. Dünya Turizm Örgütü'nün en son kaydına göre de turizm sektörü sürekli genişleme ve çeşitlenme yaşamış ve son altmış yılda dünyanın en büyük ve en hızlı büyüyen ekonomik sektörlerinden biri haline gelmiştir (UNWTO, 2013). Uluslararası seyahat eden kişi sayısı 1950 yılında 25 milyon kişi iken 2005 yılında 808 milyon kişiye çarpıcı bir şekilde yükselmiştir (Phosikham ve ark., 2015: 37). 2013 yılında, uluslararası seyahat eden kişi sayısı %5 artarak 1,1 milyar kişi olmuştur. 2018 yılında ise uluslararası seyahat eden kişi sayısı yaklaşık 600 milyon kişi artarak 1,7 milyar kişi olmuştur (World Tourism Organization (UNWTO), 2018).

Turizmin günümüzde en popüler çeşidi de kültürel turizmdir. Dünya'da insanlık tarihi süresince yaşam sürmüş olan medeniyetlerin bizlere emaneti olan kültürel varlıklar, zaman içerisinde yaşanan yıpratıcılığın ve tahrip ediciliğine karşın bizlere kadar ulaşmış değerli unsurlardır. Geçmiş dönemlerde yaşamış olan uygarlıkların inanışları, yaşantıları, gelenek ve örf-adetleri gibi birçok husus ile alakalı bilgi sahibi olmamız konusunda bu değerli kültür hazineleri bizlere kolaylık sağlamaktadır (Sezer, 2017: 175; Zaman, 2012). Nitekim bir destinasyonda doğal ve kültürel miras varlıklarının olması o bölgenin rekabet edilebilirlik düzeyini artırmaktadır. Aynı zamanda iyi bir destinasyon imajına sahip olan destinasyon ayrıcalıklı hale gelmektedir. Bununla birlikte bu ayrıcalık turistlerin davranış ve eğilimlerini olumlu etkilerken, bölge destinasyonun turizm yönünden çekiciliğine, imajına, geçerliliğine ve inandırıcılığına sahip olmasını sağlamaktadır (Yükselen ve Güler, 2009: 23). Pekerşen ve ark., (2019), bu konu ile ilgili olarak "Turizm sektöründe hizmet veren işletmelerin sundukları helal ürün ve hizmetlere yönelik risk boyutlarının değerlendirilmesi: İstanbul tarihi yarımada'yı ziyaret eden yabancı turistler üzerinde bir araştırma" adlı çalışmada helal ürünler ile alakalı olarak tarihi yarımada'ya gelen turistlerin algı ve tutumlarını öğrenmeye çalışmış ve sonuç olarak turistlerin birbirlerinden tavsiye almaları ileriki zamanda tercihlerinde etkileşime sebebiyet verdiği sonucuna ulaşmıştır (Pekerşen ve ark., 2019: 197).

Kültürel miras kaynaklarından yararlanarak turizm destinasyonlarında marka şehirler yaratma konusu 1980'li yıllardan günümüze kadar yapılan önemli katkılarla köklü bir tartışma hattının temelini oluşturmuştur. Bununla birlikte kültürel miras ve kentsel gelişim konularında, öğrenmeye katkıda bulunan kurumların çalışmalarında da sürekli bu konu üzerinde durulmaktadır (García-Hernández ve ark., 2017: 2-3). Bundan kaynaklı olarak son dönemlerde ülkemizde ve dünyada akademik anlamda "kültürel varlık turizmi" konulu araştırmalarda büyük bir artış ve çeşitlilik yaşanmaktadır.

Bu çalışmada tarihi yarımada olan Fatih ilçesinde bulunan tarihi ve kültürel mirasların korunma alanı olan müzelere ait ziyaretçi verileri değerlendirilerek ilçedeki turist çekiciliği konusu açıklanmaya çalışılmıştır. Bağrı ve Kala (2014) "ziyaret edilen destinasyon seçimini, geri dönme ve kalıcı ilişkileri sürdürme kararını etkilediği için turistlerin göstermiş oldukları memnuniyet turist davranışının mükemmel bir göstergesidir" değerlendirmesinde bulunmuştur. Buna göre Fatih'te turistlere yönelik yapılan anket doğrultusunda turistlerin Fatih'teki tarihi ve kültürel varlıklar ile destinasyon hakkındaki imkân, imaj, tutum ve değerlendirmelerinin ne olduğu yapılacak olan istatistiksel analizlerle anlaşılmasına ve anlamlandırılmaya çalışılacaktır. Bu çalışmadan çıkacak olan

sonuç ve değerlendirmeler ile turizmin en önemli unsuru olan turistlerin destinasyon hakkındaki tutum ve görüşleri, tarihi yarımada'da ilerleyen süreçlerde turizm konusunda karar vericilerce yapılacak olan turizm planlamaları adına yararlı olacaktır. Çalışma bu yönüyle de önem arz etmektedir.

2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

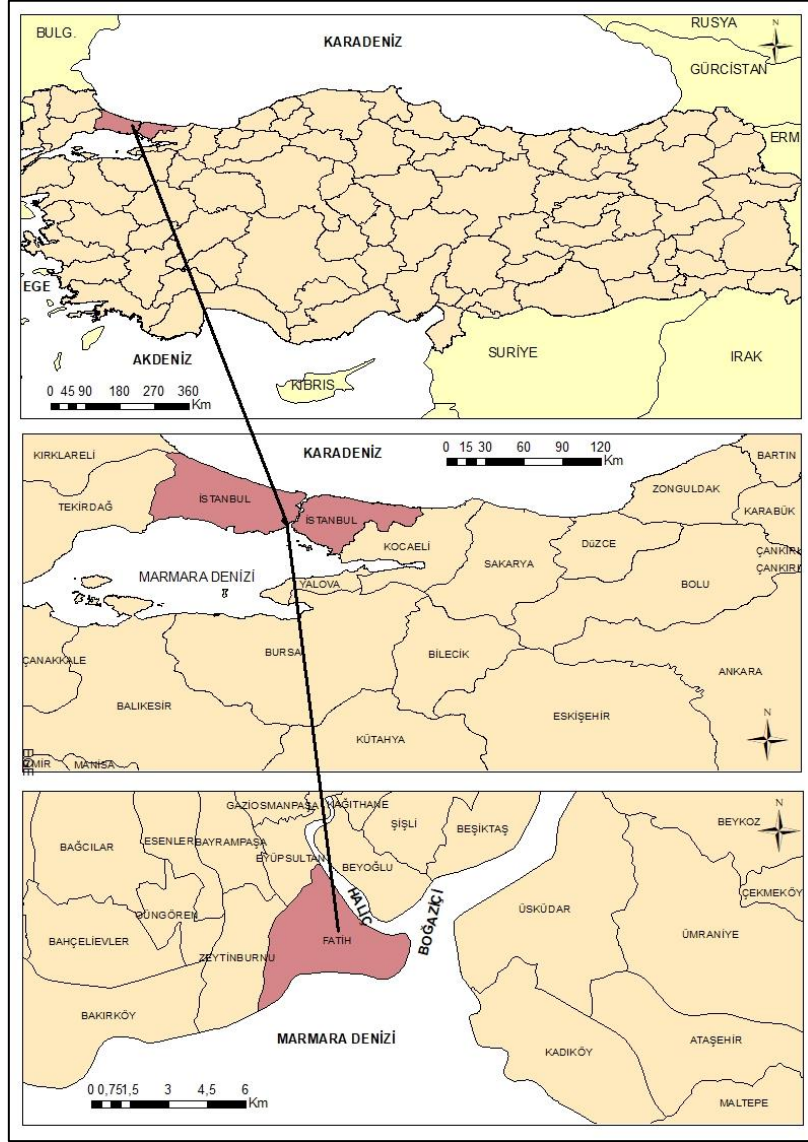
2.1. Tarihi Yarımada Coğrafyası

Matematiksel konum olarak Fatih ilçesi (tarihi yarımada) 41° 02' 00" Kuzey enlemi ve 28° 55' 34" Doğu boylamında yer almaktadır. Coğrafi ve tarihi konum itibariyle de Fatih, İstanbul'un en özgün ve en eski kentsel yerleşim alanlarından birisidir. UNESCO tarafından 1985 yılından itibaren dünya kültür mirası listesine alınmış çok özgün ve karakteristik bir alandır. İstanbul'un binlerce yıllık tarihi boyunca tanık olduğu medeniyetlerin her birinde şehrin kendine özgü misyonu ile öne çıkmış ve adeta şehrin bir simgesi olmuştur. Ayrıca bölge, ticari ilişkiler ve ekonomik faaliyetler bağlamında mal ve hizmetlerin toplama ve dağıtım merkezi olarak günümüze kadar işlevini sürdürmüştür (Fatih Belediyesi (a), 2021; Turgut, 2008: 319).

Tarihi geçmişi M.Ö. 685 yılına kadar dayanmakta olan ve suriçi olarak da adlandırılan tarihi yarımada (historic peninsula), tarih boyunca başta Magera, Mısır, Roma, Bizans ve son olarak Osmanlı İmparatorluğu gibi imparatorlukların sınırları içerisinde yer alan Bizans ve Osmanlı İmparatorluklarına başkentlik yapmıştır (Hamamcıoğlu ve Yenen, 2009: 175). Günümüzde Fatih ilçesinin tamamına karşılık gelen tarihi yarımada deniz tarafında Marmara Denizi, İstanbul Boğazı ve Haliç Körfezi (Golden Horn), kara tarafında ise Bizanslılar dönemine ait, şehrin korunması amacıyla inşa edilmiş olan şehir surlarıyla çevrilmiştir. Bu durumundan dolayı da bölgeye aynı zamanda "Suriçi" de denilmektedir (Kubat, 2019: 22-23; Harita 1).

Jeomorfolojik özellikleri ele alındığında Fatih ilçesi, deniz seviyesinden yaklaşık 60 metre yükseklikte olup yükseklik doğudan batıya gidildikçe artmaktadır. Fatih ilçesinde ılıman iklim görülmektedir. Meteoroloji Genel Müdürlüğü verilerine göre tarihi yarımadaya kış aylarında yaz aylarından çok daha fazla yağış düşmektedir. Fatih'in yıllık ortalama sıcaklığı 15,1 °C, yıllık ortalama yağış miktarı, 728 mm'dir (Öngören, 2016: 22-25).

Kültürel Miras Kaynaklarının Turistlerin Tutum ve Değerlendirmelerine Etkisi Üzerine Bir Araştırma: Tarihi Yarımada Örneği



Harita 1. Fatih İlçesinin Lokasyonu

Fatih (tarihi yarımada) 1984 yılı itibariyle ilçe statüsü kazanmış ve 2008 yılında tarihi Eminönü ilçesi ile birleşmiştir. TÜİK verilerine göre 2020 yılı Fatih ilçesinin nüfusu 396.594 kişi olmuştur. Nüfusun önemli bir kısmını göçle gelen kesim oluşturmaktadır. Göçle gelen kesimin fazlalığı, ilçede özellikle 2000'li yılların başında konut sıkıntısının ortaya çıkmasına sebebiyet vermiştir. 1985 yılında bölgenin yaklaşık 1/4'lük kesiminin sit alanı ilan edilmesi ile de yeni yapılaşmanın önüne geçilmiştir. Bütün bunların sonucunda ilçede günümüzde kentsel çarpıklaşma sorunu da ortaya çıkmaya başlamıştır (Ögçe, 2020: 39; Fatih Belediyesi (b), 2021).

Fatih ilçesi, Kapalıçarşı, Mısır Çarşısı ve diğer önemli çarşılar ve turizm tesisleri ile birlikte turizm ekonomisi açısından önemli bir potansiyele sahiptir. Bu bağlamda ilçe ekonomisi şu şekilde açıklanmaktadır;

“İstanbul İli'nin ekonomik hareketlerini %100 ile ifade edersek İlçenin yeri %75'e ulaşmıştır. Bankalardaki çek-senet hareketlerini ele alacak olursak İstanbul piyasasında Anadolu'ya gönderilen çek-senet hareketlerinin de %70'i Eminönü kısmından kaynaklanmaktadır. Ülkemizin altın borsası ilçedeki Kapalıçarşı'da hüküm sürer ve bu çarşıımızın günlük altın hareketi trilyonla ifade edilebilecek düzeydedir” (Fatih Kaymakamlığı, 2021).

Fatih ilçesine ait fiziki ve beşeri bilgiler değerlendirildiğinde ilçenin kültürel turizm faaliyetleri açısından uygun iklim koşullarına sahip olduğu, yer şekillerinin turistik faaliyetleri sınırlandırıcı bir seviyede olmadığı anlaşılmaktadır. Literatür bilgisine göre ilçenin çarpık kentleşme sorununun varlığı ise turistik hareketlerin üzerinde sınırlandırıcı bir etki yaratacağı muhtemeldir. Bundan sonraki aşamada ise tarihi yarımada'daki kültürel miras, turizm çekiciliği ve ilçede yer alan müzelere ait istatistikler konularına değinilecektir.

2.2. Kültürel Miras Turizmi

Tarihi varlık ve kültürel turizmi, tamamen veya kısmen bir topluluğun, bölgenin tarihi, sanatsal, bilimsel veya yaşam tarzı/miras tekliflerine ilgi duyan, ev sahibi topluluk dışından ziyaretçileri çekerek ekonomik büyüme sağlayan bir kalkınma aracıdır (Silberberg, 1995: 362). Bu turizm çeşidinde turistler, manzaralar, görsel ve sahne sanatları ve özel yaşam tarzları, değerler, gelenekler ve olaylar dâhil olmak üzere kültürel ortamları deneyimlemeye odaklanmaktadır (Özgüç, 2007: 18).

Yaşamış olduğumuz dönemde geçmiş dönemlere ait var olan değerlerin bu kadar ilgi çekmesinde birden fazla unsurun etkisi bulunmaktadır. Bu unsurlardan ilki ve en önemlisi de insanlardaki nostalji güdüsünün varlığıdır. İnsanın kendisini koruması ile alakalı olarak güdülenmenin bir parçası da geçmişi koruma güdüsüdür. İnsanların geçmişlerini bilmeden gelecek içerisinde nereye erişebileceğini idrak etmek bu açıdan zorluk taşımaktadır. Nostalji güdüsü, yaşanan ve yaşanması muhtemel krizlere adapte olmanın önemli bir aracı olarak dikkati çekmekte, toplumsal bir yumuşatıcı rolü üstlenmekte ve güvenin zayıfladığı ya da tehdit altına girdiği bir durumda ulusal kimliği güçlendirmektedir (Aliagaoglu, 2004: 52).

Kültürel miras turizminde iki temel yaklaşımı bulunmaktadır. Bu yaklaşımlardan ilki kültürel mirasın, turizm çekiciliği yönünden değerlendirilmesidir. Söz konusu yaklaşım yoluyla turisti harekete geçiren olaylar ve çekicilikler, konumunu etkileyen nedenler, bunların mekânsal (coğrafi) dağılımı, tarih süreci içerisinde mekânsal (coğrafi) olarak nelerden etkilenmiş olduğu vb., konular değerlendirilmektedir. Bir diğer yaklaşım da söz konusu durumun turist yönünden ele alınması meselesidir. Bu yaklaşım yoluyla turistlerin kültürel turizme neden katılım sağladığını, ne gibi insanların kültürel çekiciliğe katılmak adına hareket ettiğini, kültürel turizme nasıl katıldığını ele almaktadır (Doğaner, 2013; Doğaner 2014: 9; Datzira-Masip, 2006).

Kültürel miras turizmi tarihi yarımada adına oldukça önem arz ettiği bilinen bir gerçektir. Nitekim Fatih ilçesi sahip olduğu zengin kültürel varlıklar sayesinde ülkemizin kültür turizminin çekim merkezi olmuştur. Bu yönüyle ilçeye kültür turizmi kapsamında gelen turistlerin ilçenin bu potansiyeli hakkındaki imkân, imaj ve tutum ve davranışları da oldukça önemli bir konu olarak karşımıza çıkmıştır.

2.3. Tarihi Yarımada'daki Kültürel Miras ve Turizm Çekiciliği

Türkiye, 1983 yılında BM'ye UNESCO (Birleşmiş Milletler Eğitim, Bilim ve Kültür Örgütü) nezdinde sahip olduğu dünya mirasını koruma sözü vermiştir. Türkiye'nin sahip olduğu tarihi ve kültürel mirasın korunması adına hükümet, 2004 yılında "2863 Sayılı Kültür ve Tabiat Varlıkları Kanunu"nu ilan etmiş ve ilgili kanuna göre tarihi ve kültürel varlıklar yönünden önem arz eden alanları sit alanı olarak belirlemiştir. Bu kanun çerçevesince Fatih (Tarihi Yarımada) 4 sit alandan oluşmaktadır:

- Arkeolojik Park Koruma Alanı,
- Süleymaniye Camii ve Çevresi Koruma Alanı,
- Zeyrek Camii ve Çevresi Koruma Alanı,

- İstanbul Kara Surları Koruma Alanı 1985 yılında Dünya Mirası olarak listelenmiştir (Gültekin, 2012: 239).

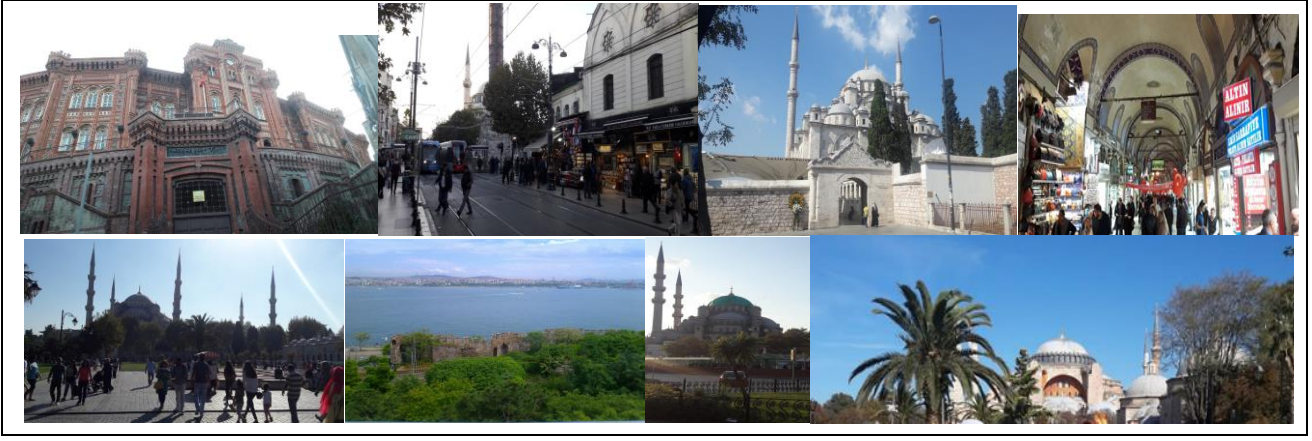
Tablo 1. Tarihi Yarımada'daki Kültür Varlıkları

Camiiler	Kiliseler	Sinagoglar	Müzeler
Ayasofya Camii	Rum Ortodoks Kilisesi/Patrikhanesi	Ahrida Sinagogu	Kariye Müzesi
Sultanahmet Camii	Aya İrini Kilisesi	Bet Avraam Sinagogu	Türk ve İslam Eserleri Müzesi
Eminönü Cami	Surp Kevork Kilisesi	Kal Kadoş Çorapçı Han Sinagogu	İstanbul Arkeoloji Müzesi
Fatih Camii	Aya Yorgi Patrikhane Kilisesi	İtalyan Sinagogu	Büyük Saray Mozaikleri Müzesi
Süleymaniye Camii	Ayvansaray Aya Dimitri Kilisesi		İslam Bilim ve Teknoloji Tarihi Müzesi
Beyazıt Camii	Edirnekapı Aya Yorgi Kilisesi		
Firuz Ağa Camii	Gedikpaşa Surp Hovhannes Kil		
Laleli Camii	Kanlı Kilise		
Nuruosmaniye Camii	Surp Hıreşdagabed Kilisesi		
Çeşmeler	Çarşılar	Meydanlar	Diğerleri
III. Ahmet Çeşmesi	Kapalıçarşı	Sultanahmet Meydanı	Topkapı Sarayı
Hatice Turhan Sultan Çeşmesi	Eminönü Mısır Çarşısı	Ayasofya Meydanı	Yılanlı Sütun
Alman Çeşmesi	Sahaflar Çarşısı	Beyazıt Meydanı	Dikilitaş
Safiye Sultan Çeşmesi	Arasta Çarşısı	Eminönü Meydanı	Çemberlitaş Sütunu
Süleymaniye Meydan Çeşmesi	Kuyumcular Çarşısı		Yerebatan Sarnıcı

Kaynak: (Akça, 2017: 580-584; Başar, 2012: 44-50; Öngören, 2016).

Balkanlar ve Anadolu, Karadeniz ve Akdeniz arasında Tarihi Yarımada'da stratejik bir konuma sahip olan İstanbul, 2000 yılı aşkın süredir önemli siyasi, dini ve sanatsal olaylarla ilişkilendirilmiştir. Tarihi dönemlerdeki imparatorlar ve padişahlar, krallıklarının zenginliğinden yararlanarak şehri; yerler, mabetler, kiliseler ve camiler, diğer kamu binaları ve yapıları ile süslemişlerdir (Kuban, 2010: 11-32; Tablo 1). Bilindiği gibi, tarihi ve kültürel turizmi çekici kılan en önemli unsurlardan birisi de insanın sahip olduğu nostalji güdüsüdür (Aliağaoğlu, 2004). Tarihi yarımada önceki bölümlerde belirtildiği gibi hem Roma hem Bizans hem de Osmanlı imparatorlukları gibi dünyanın önemli uygarlıklarına başkentlik yapmış olduğu için Hristiyan ve İslam inancı kapsamında birçok turist ilgi duyduğu turistik çekim merkezine dönmüştür.

Tarihi yarımada denildiğinde akla ilk gelen varlıklar Sultanahmet Camii, Topkapı Sarayı, Ayasofya Camii, Alman Çeşmesi, Kapalıçarşı ve Yerebatan Sarnıcı'dır. İnanç turizmi kapsamında Rum Ortodoks Kilisesi/Patrikhanesi ve Aya İrini Kilisesi gibi kiliseler ile Ahrida Sinagogu ve Bet Avraam Sinagogu gibi sinagoglar hem de kültürel turizm bakımından Topkapı Sarayı, Kariye Müzesi, İstanbul Arkeoloji Müzesi ve diğer müzeler ile Yerebatan Sarnıcı gibi yerler oldukça popüler alanlardır. Bunların haricinde Fatih'te tarihi ve kültürel öneme sahip çarşılar, meydanlar, medreseler ve türbeler gibi birçok önemli yapıtlar bulunmaktadır (Tablo, 1; Fotoğraf 1).



Fotoğraf 1. Tarihi Yarımada'da Bulunan Bazı Kültürel Varlıklar

2.3.1. Tarihi Yarımada'daki Müze ve Ziyaretçiler

Kültür turizminin en önemli aracı olan müzeler turizm destinasyonlarında turist sayısını belirlemede bir kayıt defteri görevi görmektedir (Jolliffe ve Smith, 2001: 151). Nitekim herhangi bir destinasyonda turizminin göstergesi olarak müzeleri ziyaret eden kişi sayısı da önemlidir (Sezer, 2010: 45) Tarihi yarımada'nın turizm çekiciliği konusu ile ilgili olarak bizlere en açık veriyi de ilçenin idari sınırları içerisinde bulunan müzelere ait ziyaretçi giriş sayıları vermektedir. Bu bağlamda Fatih'te, İl Kültür ve Turizm Müdürlüğüne bağlı kuruluş olan Döner Sermayeleri Genel Müdürlüğü (DÖSİMM, 2021) tarafından düzenlenen 2019 yılına ait müzelere yapılan toplam ziyaretçi sayıları incelenmiştir (Tablo 2, Tablo 3).

Tablo 2. Fatih'teki Müzelere Ait Ziyaretçi Sayısı İstatistikleri (2019)

	Müze Adı	Ziyaretçi Sayısı
1.	Ayasofya Müzesi*	3.727.361
2.	Topkapı Sarayı Müzesi	2.364.946
3.	Arkeoloji Müzeleri	427.643
4.	Topkapı Sarayı - Harem Dairesi	303.806
5.	İslam Bilim ve Teknoloji Tarihi Müzesi	230.233
6.	Kariye Müzesi	200.173
7.	Türk ve İslam Eserleri Müzesi	187.929
8.	Büyük Saray Mozaikleri Müzesi	81.391
9.	Aya İrini Anıt Müzesi	71.926
Toplam		7.595.408

(* Ayasofya Müzesi 20 Temmuz 2020 tarihinde ibadete açılmış ve müze statüsünden çıkarılmıştır.

Kaynak: (DÖSİMM, 2021).

Ayasofya müzesi 2019 yılında 3.727.361 kişi ziyaretçi sayısı ile Fatih ilçesindeki en yüksek ziyaretçi sayısına sahip olan müze olmuştur. Ayasofya müzesini, 2019 yılında 2.364.946 ziyaretçi sayısı ile Topkapı Sarayı izlemektedir. Tarihi yarımada yer alan ve en az ziyaretçi sayısına sahip olan müze ise Aya İrini müzesidir (Tablo 2).

Tablo 3. Türkiye’de En Çok Ziyaret Edilen 10 Müze (2019)

	Müze Adı	Bulunduğu İl/İlçe	Ziyaretçi Sayısı
1.	Ayasofya Müzesi*	İstanbul/Fatih	3.727.361
2.	Mevlana Müzesi	Konya/Selçuklu	3.464.155
3.	Topkapı Sarayı Müzesi	İstanbul/Fatih	2.364.946
4.	Hacıbektaş Müzesi	Nevşehir/Merkez	592.727
5.	Cumhuriyet Müzesi	Ankara/Ulus	515.309
6.	Arkeoloji Müzeleri	İstanbul/Fatih	427.643
7.	Aziz (St.) Nikolaos Müzesi	Antalya/Demre	384.893
8.	Zeugma Mozaik Müzesi	Gaziantep/Nizip	367.395
9.	Atatürk ve Kongre Müzesi	Sivas/Merkez	345.760
10.	Topkapı Sarayı - Harem Dairesi	İstanbul/Fatih	303.806

(*) Ayasofya Müzesi 20 Temmuz 2020 tarihinde ibadete açılmış ve müze statüsünden çıkarılmıştır.

Kaynak: (DÖSİMM, 2021).

Türkiye’de 2019 yılında en çok ziyaret edilen 10 müze listesinde ilk sırada Ayasofya müzesi yer almaktadır. Ziyaretçi sayısı bakımından ülkemizdeki ilk 10 müzeden 4’ü Fatih ilçesi idari sınırları içerisinde yer almaktadır (Tablo 3).

Müzelere ait veriler değerlendirildiği zaman Fatih ilçesinin hem İstanbul ilinde hem de ülkemiz genelinde önemli bir kültür turizmi merkezi olduğu anlaşılacaktır. Neticede ilçenin sahip olduğu tarihi varlıklar ve ilçedeki müzelere ait ziyaretçi sayısına ait veriler değerlendirildiğinde, kültürel varlıkların ülke turizmi açısından çekici unsurlar olduğu anlaşılmaktadır.

4. ARAŞTIRMANIN AMACI ve ÖNEMİ

Bu çalışmanın amacı Fatih’te turistlere yönelik yapılan anket doğrultusunda turistlerin Fatih’teki tarihi ve kültürel varlıklar ile destinasyon hakkındaki tutum ve değerlendirmelerini ortaya çıkarmaktır. Bu kapsamda turistlere demografik özellikleri ile imkân, imaj ve tutum ve davranışları ölçme temelinde sorular/yargılar yöneltilmiştir.

Yüksek lisans tezimizin bir bölümünü kapsayan bu çalışmada, yeni veriler ve turistlerin bakışı doğrultusunda elde edilen sonuçlar neticesinde değerlendirmeler yapılmış ve Fatih ilçesinin turizminin geleceği hakkında yapılması ve yapılmaması gerekenler hakkında öneriler sunulmaya çalışılmıştır. Bu çalışmada literatür taraması yapılırken daha önce akademik anlamda yapılan “turistlerin tutum ve değerlendirmeleri” konulu çalışmalardan da önemli ölçüde yararlanmıştır.

5. YÖNTEM

5.1. Araştırma Deseni

Araştırma nicel araştırma yöntemi ile gerçekleştirilmiştir. Turistlerin tutum ve değerlendirmelerini tespit etmek adına anket yardımıyla nicel araştırma tekniklerinden bağıntısal yöntem tekniği kullanılmıştır. Bağıntısal yöntem iki değişken arasında ya da fazla değişkenler arasındaki ilişkilerin varlığını inceleyen bir yöntemdir (Gurbetoğlu, 2018: 12).

5.2. Araştırma Evreni ve Örneklem

Araştırma evrenini 2016-2019 yılları kapsamakta ve İstanbul ilindeki Fatih ilçesi (tarihi yarımada)’ni ziyaret etmekte olan yerli ve yabancı turistler oluşturmaktadır. Örneklem seçiminde sosyal bilimlerde oldukça yaygın kullanılan “uygun örneklem (convenience sampling)” yöntemi kullanılmıştır. Bu örneklem yönteminde araştırmacılar katılımcıları ulaşması kolay, araştırma için uygun ve gönüllü bireylerden seçmektedirler (Gravetter ve Forzano, 2012; Başaran, 2017: 490).

Bundan yola çıkılarak araştırma ankete katılım gösteren 346 yerli/yabancı turist üzerinde gerçekleştirilmiştir.

5.3. Verilerin Toplanması

Araştırmada verilerin toplama aracı olarak anket tekniğinden yararlanılmıştır. Uygulanan anket iki bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde ankete katılım gösteren turistler ait demografik bilgiler olan geldiği ülke, cinsiyet, yaş, eğitim durumu gibi kişisel bilgi formundan oluşmaktadır. İkinci bölümde ise "İstanbul'u en çok hangi kaynaklardan duydunuz?" sorusu sorulmuş ve tarihi yarımada özelliklerinin Fatih'i ziyaret eden turistler üzerinde meydana getirdiği etkileri araştırılmıştır. 5'li Likert Tipi ölçekte ölçek aralıkları "1: Kesinlikle Katılmıyorum, 2: Az Katılıyorum, 3: Orta Düzeyde Katılıyorum, 4: Çok Katılıyorum ve 5: Tamamen Katılıyorum" olarak belirlenmiştir. Çalışmamızda uygulanan anket, bölgenin algılanan değeri, genel tatmin, turist davranış niyeti ve katılımcıların, demografik bilgilerini ihtiva etmektedir. Ankette bulunan sorular, literatür ve çalışmada hedeflenen özelliklerin incelenmesine dayanmaktadır. Araştırmada kullanılan Fatih ilçesindeki müze verileri Kültür ve Turizm Bakanlığına bağlı bulunan Döner Sermayeleri İşletmeleri Müdürlüğü (DÖSİMM) resmi sitesinden temin edilmiştir.

5.4. Verilerin Analizi

Anket uygulaması tamamlandıktan sonra tüm veriler (demografi, imkân, imaj ve tutum ve davranışlar) bilgisayar yardımıyla dijital ortama geçirilmiş ve analiz için "SPSS 26" programı kullanılmıştır. Araştırma verilerinin analiz basamakları aşağıdaki gibidir.

⊙ Ankete katılım gösterenlere ait demografik bilgiler, yüzdelik ve frekans değerleri ile düzenlenmiştir.

⊙ Çoktan seçmeli sorudan alınan cevaplar değerlendirilmiştir.

⊙ Kaiser-Meyer-Olkin, Bartlett's Test ve Cronbach's Alpha test geçerlilik ve güvenilirlik testleri uygulanmıştır.

⊙ Normallik dağılım değerleri incelenmiş, verilerin basıklık-çarpıklık değerleri elde edilmiştir.

⊙ Korelasyon analizine ilişkin frekans bulgular elde edilerek 10 adet yargı ile ilgili mean (ortalama) ve standart sapma verileri elde edilmiştir.

⊙ Tarihi yarımada'yı ziyaret eden yerli-yabancı turistlerin tarihi ve kültürel varlıklar ile destinasyon hakkındaki tutum ve değerlendirmelerini tespit etmek amacıyla korelasyon analiz (ilişkilendirme) yapılarak sorular kurulmuş ve bu sorularda korelasyon analizi kapsamında yargılar arasında pozitif-negatif yönde anlamlı-anlamsız ilişki bulunup bulunmadığı araştırılmıştır.

Son olarak turizm çekiciliği konusunu anlamlandırmak için Kültür ve Turizm Bakanlığına bağlı bulunan Döner Sermayeleri İşletmeleri Müdürlüğü (DÖSİMM) resmi sitesinden Fatih ilçesi (tarihi yarımada)'nde bulunan müzelere ait 2005-2019 yılları arası müze giriş istatistikleri çıkartılmıştır. Bu sayede ilçedeki kültürel turizm çekiciliği konusunu aydınlatacak olan müze verileri ile artış ve azalış eğilimleri üzerinde neden-sonuç değerlendirmeleri yapılarak çıkarsamalarda bulunulmuştur.

6. BULGULAR

Araştırma çerçevesinde katılımcılara ait tanımlayıcı özelliklerin belirlenmesi gerekmektedir. Tablo 4'te yer alan demografik veriler incelendiğinde ankete katılanların;

- %63,8'i yabancı turist, %36,1'i yerli turist,
- %39,3'ü kadın, %60,6'sı erkek,
- %77,6'sı 44 yaş ve altı iken %23,4'ü 44 yaş üzeri kişilerden oluşmuştur.

Tablo 4. Ankete Katılım Gösteren Turistlerin Demografik Özellikleri (n: 346)

Turist Profili	Frekans	Oran
Yabancı Turist	221	%63,8
Yerli Turist	125	%36,1
Cinsiyet	Frekans	Oran
Kadın	136	%39,3
Erkek	210	%60,6
Medeni Durum	Frekans	Oran
Evli	127	%36,7
Bekâr	219	%63,8
Yaş Aralığı	Frekans	Oran
16-20	25	%7,2
21-25	51	%14,7
26-30	45	%13,0
31-35	37	%10,7
35-39	53	%15,3
39-43	54	%15,6
+44	81	%23,4
Eğitim Durumu	Frekans	Oran
İlkokul	41	%11,8
Lise	98	%28,3
Ön Lisans	45	%13,0
Lisans	109	%31,5
Lisansüstü	53	%15,3

6.1. Çoktan Seçmeli Soru

Herhangi bir destinasyon ile ilgili “popülerlik ve çekicilik” konusunun anlaşılması, destinasyon ile alakalı yapılan tanıtım, reklam, duyum kaynağı ve çeşitliliğine bağlıdır (Uyar, 2018: 468-469). Örneğin; Yunanistan ile ilgili mitoloji ve tarihi kaynaklardan birçok bilgiye ulaşmak ve bu bilgilere ait somut yapıtları yerinde görmek mümkündür. Bu durum ülkenin kültür turizmine önemli bir katkı sunmuştur. Katar, Bahreyn ve B.A.E. gibi ülkeler 'in 2000'li yıllardan sonra daha çok TV, internet ve sosyal medya kullanılarak küresel ölçekte tanıtımları yapıldığı için dünyanın birçok ülkesinden turist alması söz konusu olmuştur (İçellioğlu, 2014: 43-45). İstanbul destinasyonu için bu konuyu anlamlandırmak için Tablo 5'te yer alan “İstanbul'a gelmeden önce İstanbul'u en çok hangi kaynaklardan duydunuz/tanıdınız?” çoktan seçmeli sorudan katılımcıların vermiş oldukları cevaplara göre yüzdelik ölçümü yapılmıştır.

Tablo 5. Ankette Yer Alan Çoktan Seçmeli Soru

İstanbul'a gelmeden önce İstanbul'u en çok hangi kaynaklardan duydunuz/tanıdınız?	Oran (%)
TV	%14
İnternet	%15
Sosyal medya, gazete ve dergi	%9
Tarihi kaynaklar	%29
Ailem ve arkadaşlarım	%33

Bu soruya verilen cevaplardan; "ailem ve arkadaşlarımdan" ve "tarihi kaynaklardan" cevabı tüm cevapların %50'den fazlasını oluşturmaktadır. En az duyulan/tanıtan kaynak "sosyal medya, gazete ve dergi" cevabı olmuştur. "TV" ve "internet" kaynağı seçeneklerinin düşük yüzde olması İstanbul ilinin tanıtımının yeterince yapılmadığı hakkında ipucu niteliğindedir.

6.2. Araştırma Geçerlilik ve Güvenirlik Değerleri

Bu bölümde ankette yer alan soru/yargı'lar üzerinden analiz yapma yeterliliği, güvenirliliği, basıklık, çarpıklık ve faktör analizleri işlemleri yapılarak korelasyon analizi yoluyla kriterler arasındaki ilişki belirlenmiştir. Kaiser-Meyer-Olkin ve Bartlett testi uygulanarak araştırmanın geçerlilik, güvenirlilik ve uygulanabilirliği test edilmiştir. Buna göre (Field, 2013) Kaiser-Meyer-Olkin testi için 0.50 değerinin alt sınır olması gerektiğini ve $KMO \leq 0.50$ için veri kümesinin faktörlenemeyeceğini belirtmiştir. Bu doğrultuda Bartlett's Testinin anlamlı ve Kaiser-Meyer-Olkin Testinin ise 0.50'den büyük çıkması beklenmektedir. Bartlett's Test of Sphericity ise verilerin normal dağılımı ile ilgilidir. Bartlett testi veri matrisinin birim matris olup olmadığına, değişkenler arasındaki korelasyonun yeterli bulunup bulunmadığına karar vermektedir (Kaya, 2013).

Tablo 6. Destinasyon İmkânları, İmaj ve Tutum ve Davranışlar Hakkında KMO and Bartlett's Testi ve Cronbach's Alpha testi

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy		0,934
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	7966,125
	df	45
	Sig.	,000
Reliability Statistics-Güvenirlilik İstatistikleri		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,988	,990	10

KMO (Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy) örneklemelerin uygunluk ölçüsünü belirlemektedir. Bunun sonucunda çalışmada elde edilen yargıların faktör analizin modellenip modellenememesini denetlenmek amacıyla ölçüt sunmaktadır. Bu analizde değerler 1'e yakın oldukça faktör analizi yapmaya uygun olduğu anlaşılır. Tablo 6'da elde edilen KMO değeri 0,934 olduğu için faktör analizi yapmak için uygunluğu çok iyi olup Bartlett's Test verisinin de $(X^2(45) = 7966,125; p < ,01)$ anlamlı olduğu anlaşılmaktadır. Cronbach's Alpha testi anket çalışmamızda yer alan yargıların güvenirliliklerini ölçmektedir. Cronbach's Alpha testi değerinin $0 < R^2 < 0.40$ ise güvenilir değil, $0.40 < R^2 < 0.60$ ise düşük güvenirlilikte, $0.60 < R^2 < 0.80$ ise oldukça güvenilir, $0.80 < R^2 < 1.00$ ise yüksek güvenirlilikte sonucuna göre değerlendirilmektedir (Uzunsakal ve Yıldız, 2018: 19). Buna göre ankette yer alan yargılar üzerinden yapılan Cronbach's Alpha değerinin, 988 olduğu için anket çalışmasının yüksek güvenirlilikte olduğu anlaşılmaktadır (Tablo 6).

Tablo 7. Normal Dağılım Testi ve Basıklık-Çarpıklık Durum Testi

Tests of Normality (Normal Dağılım Testi)		Statistics	Std. Error
Tarihi yarımada'daki turistik tesisleri (hotel, pansiyon, restoran) yeterli buluyorum.	Skewness	-,956	,131
	Kurtosis	0,498	,261
Tarihi yarımada'yı tarihi ve kültürel varlıklar açısından yeterli buluyorum.	Skewness	-1,173	,131
	Kurtosis	1,087	,261
Tarihi yarımada'daki turist rehberleri ve zabıta turizm ekipleri yeterli bilgi ve kolaylığı sağlıyorlar.	Skewness	-1,040	,131
	Kurtosis	0,341	,261
Tarihi yarımada içerisinde ulaşım rahatlıkla sağlanmaktadır.	Skewness	-,412	,131
	Kurtosis	-1,147	,261
Tarihi yarımada'daki yerli halkı ve esnafları sıcak ve samimiydi.	Skewness	-1,000	,131
	Kurtosis	,217	,261
Tarihi yarımada bir turist gözüyle güvenlidir.	Skewness	-1,056	,131
	Kurtosis	0,718	,261
Tarihi yarımada'da sunulan kamusal hizmetler kaliteliydi.	Skewness	-,151	,131
	Kurtosis	-1,399	,261
Tarihi yarımada'daki peyzaj ve mimari açıdan estetik buluyorum.	Skewness	-1,105	,131
	Kurtosis	0,568	,261
Tarihi yarımada'nın turistik alanlardaki havası temizdir.	Skewness	-1,346	,131
	Kurtosis	1,620	,261
Tarihi yarımada turistik gezi açısından oldukça konforludur.	Skewness	-,803	,131
	Kurtosis	-,343	,261

Alt boyutlarda ve ölçeğin tamamında dağılımın, Tablo 7'de yer alan değerlere göre çarpıklık ve basıklığı değerlendirilerek, normalliği konusunda bir yargıya varmak mümkündür. Normal dağılım Statistics değerleri +1.5 – 1.5 değerleri arasında gerçekleştiği zaman veriler normal dağılım göstermektedir (Tabachnick ve ark., 2007: 14-15) Bu aşamada değerlendirildiğinde tüm değerler normal dağılım aralığında yer alarak normal dağılım göstermektedir.

Korelasyon analizinde frekans değerlerinden ortalama (mean) değerleri verilen cevapların ortalama değeri/oranı iken ve standart sapma her bir veri değerinin ortalamadan, ortalama olarak ne kadar uzaklıkta olduğunu ifade etmektedir. Standart sapma değeri 0-1 ile +1 arasındaki 1 değerine olan uzaklık ölçeğinde testin ayırt edicilik özelliği artar. Kısacası standart sapma değeri yüksek çıkarsa testin güvenilirliği de artmış olacaktır (Şen, 2018: 16-21).

Tablo 9. Korelasyon Analizine İlişkin Frekans Bulgular

Kod	İmkân	Ortalama (Mean)	Standart sapma
A1	Tarihi yarımada'daki turistik tesisleri (hotel, pansiyon, restoran) yeterli buluyorum	3,702	1,052
A2	Tarihi yarımada'yı tarihi ve kültürel varlıklar (camiler, kiliseler, müzeler vd.) açısından yeterli buluyorum	3,904	1,154
A3	Tarihi yarımada'daki turist rehberleri ve zabıta turizm ekipleri yeterli bilgi ve kolaylığı sağlıyorlar	4,095	0,968
A4	Tarihi yarımada içerisinde ulaşım rahatlıkla sağlanmaktadır.	3,179	1,358
İmaj			
B1	Tarihi yarımada'daki peyzaj ve mimari açıdan estetik buluyorum	4,054	1,076
B2	Tarihi yarımada'nın turistik alanlardaki havası temizdir	3,893	1,045
B3	Tarihi yarımada turistik gezi açısından oldukça konforludur	3,630	1,263
Tutum ve Davranışlar			
C1	Tarihi yarımada'daki yerli halkı ve esnafları sıcak ve samimiydi	3,838	1,160
C2	Tarihi yarımada bir turist gözüyle güvenilirdir	4,005	1,007
C3	Tarihi yarımada'da sunulan kamusal hizmetler kaliteliydi	3,017	1,428
Toplam katılım (N): 346		Ki Kare= 7966,125	
Cronbach's Alpha= 0,988			
KMO= 0,934			
Kümülatif Varyans= 98,359			

Yukarıda verilen frekans analizi tablosuna bakıldığı zaman "tarihi yarımada'daki turist rehberleri ve zabıta turizm ekipleri yeterli bilgi ve kolaylığı sağlıyorlar" en yüksek ortalama (mean) oranı 4,095 olarak ölçülmüş iken, "tarihi yarımada'da sunulan hizmetler kaliteliydi" yargısı en düşük ortalama (mean) oranı 3,017 olarak ölçülmüştür. Tabloya göre standart sapma değerlerine bakıldığı zaman ise oranı en yüksek yargı "tarihi yarımada'da sunulan hizmetler kaliteliydi" 1,428 St. Sapma oranı ile ölçülmüş iken oranı en düşük yargı ise "tarihi yarımada'daki turist rehberleri ve zabıta turizm ekipleri yeterli bilgi ve kolaylığı sağlıyorlar" yargısı 0,968 oran ölçülmüştür (Tablo 9).

Faktör matrisi faktörler cinsinden standardize edilmiş değişkenleri ifade eden katsayıları içermektedir. Bu katsayılar faktör yükleri olarak adlandırılıp, değişkenlerle faktörler arasındaki korelasyonları temsil eder. Mutlak değer olarak faktör yükünün büyüklüğü arttıkça değişken ve faktörün birbiriyle yakından ilişkili olduğunu göstermektedir (Altunışık ve ark., 2005: 212-226). İmkânlar, imaj ve tutum ve davranışlar ölçekleri için yapılan faktör analizi sonucunda bir faktör belirlenmiş ve bu faktörler kümülatif varyansın %98,4'ünde toplanmıştır. Alpha ve açıklanan Varyans değeri ölçeğin güvenli ve geçerli olduğu anlaşılmaktadır.

6.3. Araştırma Soruları

Tarihi yarımada'yı ziyaret eden yerli-yabancı turistlerin, tarihi yarımada'daki kültürel varlıklar hakkındaki tutum ve değerlendirmeleri ile tarihi yarımada'nın turizm çekiciliği konusunu incelemek amacıyla korelasyon analizi (ilişkilendirme) yapılmış ve anketteki yargılardan düzenlenen araştırma sorularına cevaplar aranmıştır.

Bir destinasyonda kültürel varlık turizminin gerçekleşmesi için kültürel varlık çeşitliliği ile mimari görsellik ve peyzaj düzeni önem arz etmektedir (Uygur ve Baykan, 2007: 30) Bu

değerlendirmeye yönelik olarak Fatih ilçesinde yer alan kültürel varlıkların kültürel turizm için yeterliliği ile var olan kültürel varlıkların mimari ve görsel yönden turizm çekiciliğine olan etkisi konusunu irdelemek için;

• **Soru 1 (S1):** Tarihi yarımada'daki tarihi ve kültürel varlıklar (camiler, kiliseler, müzeler vd.) açısından yeterliliği ile tarihi yarımada'daki peyzaj ve mimari açıdan estetikliği arasında anlamlı ilişki var mıdır? Araştırma sorusu geliştirilmiştir.

Turizm destinasyonlarında turizme ve turistlere sunulan kamusal hizmetlerin kalitesi ziyaret eden turistlerin tutum ve memnuniyet algıları üzerinde doğrudan etkide bulunmaktadır. Söz konusu durum destinasyondaki turizmin çekiciliği ve geleceğini konusunu da etkilemektedir (Oliver, 1997; Ünal, 2015). Tarihi yarımada'daki bu durumu anlamak için;

• **Soru 2 (S2):** Tarihi yarımada'da sunulan kamusal hizmetler ile ilçede görevli turist rehberleri ve zabıta turizm ekipleri yeterli bilgi ve kolaylığı sağlamaları arasında anlamlı ilişki var mıdır? Araştırma sorusu geliştirilmiştir.

Turizm destinasyonlarındaki turistik tesis yeterliliği, yerli halkın ve esnafların samimi yaklaşımları turizmin geleceği üzerinde doğrudan bir etkiye sahiptir. Örneğin turizme katılanların bulunduğu yerde temel ihtiyaç ve gereksinimleri karşıladığı sürece tutum ve memnuniyet algılarını yüksekte tutacaktır (Schoefer ve Ennew, 2004; Tayfun ve Kılıçlar, 2004: 2; Türkay ve Saraç, 2019: 99-100). Tarihi yarımada'daki bu durumu anlamak için;

• **Soru 3 (S3):** Tarihi yarımada'daki yerel halk ve esnafları sıcak ve samimiyeti ile tarihi yarımada'daki turistik tesisleri (hotel, pansiyon, restoran) yeterliliği arasında anlamlı bir ilişki var mıdır? Araştırma sorusu geliştirilmiştir.

Turizm ve güvenlik konusu bir destinasyonda turizm faaliyetlerinin gerçekleşmesi için oldukça önem arz etmektedir. Terör faaliyetlerinin ve güvenlik zafiyetinin yaşanması turizm faaliyetleri üzerinde kısıtlayıcı bir etki yaratacaktır. Bu durum turistlerin tutum ve algısı üzerinde negatif bir izlenim oluşturmaktadır (Öngören, 2021; 4-5). Seçilmiş ve Ünlüönen (2009: 66-68) herhangi bir destinasyonda, turistlerin maruz kaldığı hırsızlık, gasp, adam yaralama, meydana gelen iç karışıklıklar sonucunda, bölgenin güvenlik imajının zarar görmesinin yanı sıra destinasyona ait turizm taleplerinde de düşüşlerin ortaya çıkması olası bir durum olmaktadır, değerlendirmesinde bulunmuşlardır. Tarihi yarımada'daki bu durumu anlamak için;

• **Soru 4 (S4):** Tarihi yarımada bir turist gözüyle güvenilirdir yargısı ile tarihi yarımada turistik gezi açısından oldukça konforludur yargıları arasında anlamlı ilişki var mıdır? Araştırma sorusu geliştirilmiştir.

Tablo 10'da önerilen araştırma soruları korelasyon analizine göre değerlendirilmiştir. Önceki bilgilerde Bartlett's Test verisi de ($X_2(45) = 7966,125$; $p < ,01$) anlamlı olduğu anlaşılması ile birlikte modeller arasında korelasyon analizi yapılarak aralarında anlamlı ilişki olup olmadığı anlaşılmaya çalışılmıştır. Bu korelasyon analizinde sonucun 1'e olan yakınlığı pozitif yönde anlamlı ilişkiyi olduğunu belirtmektedir (Keskin ve Özsoy, 2004).

Tablo 11. Araştırma Sorularına Ait Korelasyon Bulguları

Soru 1 (S ₁)		A1	B1	Soru 3 (S ₃)		C1	A1
A2	Pearson Correlation	1	,945**	C1	Pearson Correlation	1	,940**
	Sig. (2-tailed)		,000		Sig. (2-tailed)		,000
	N	346	346		N	346	346
B1	Pearson Correlation	,945**	1	A1	Pearson Correlation	,940**	1
	Sig. (2-tailed)	,000			Sig. (2-tailed)	,000	
	N	346	346		N	346	346
Soru 2 (S ₂)		C3	A3	Soru 4 (S ₄)		C2	B3
C3	Pearson Correlation	1	,857**	C2	Pearson Correlation	1	,927**
	Sig. (2-tailed)		,000		Sig. (2-tailed)		,000
	N	346	346		N	346	346
A3	Pearson Correlation	,857**	1	B3	Pearson Correlation	,927**	1
	Sig. (2-tailed)	,000			Sig. (2-tailed)	,000	
	N	346	346		N	346	346
**Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed)							

Soru 1 (S₁): Tarihi yarımada'daki tarihi ve kültürel varlıklar (camiler, kiliseler, müzeler vd.) açısından yeterliliği ile tarihi yarımada'daki peyzaj ve mimari açıdan estetikliği arasında anlamlı ilişki var mıdır?

Ankette yer alan A2 kodu ile B1 kod yargıları arasında elde edilen sonuca göre tarihi yarımada'daki tarihi ve kültürel varlıklar (camiler, kiliseler, müzeler vd.) açısından yeterliliği ile tarihi yarımada'daki peyzaj ve mimari açıdan estetikliği yargıları aynı yönde pozitif ilişki olduğu Pearson Correlation r: 0,945 çıkması ile anlaşılmaktadır.

Soru 2 (S₂): Tarihi yarımada'da sunulan kamusal hizmetler ile ilçede görevli turist rehberleri ve zabıta turizm ekipleri yeterli bilgi ve kolaylığı sağlamaları arasında anlamlı ilişki var mıdır?

Ankette yer alan C3 kodu ile A3 kod yargıları arasında elde edilen sonuca göre tarihi yarımada'da sunulan hizmetler ile ilçede görevli turist rehberleri ve zabıta turizm ekipleri yeterli bilgi ve kolaylığı sağlamaları aynı yönde pozitif ilişki olduğu Pearson Correlation r: 0,857 çıkması ile anlaşılmaktadır.

Soru 3 (S₃): Tarihi yarımada'daki yerel halk ve esnafları sıcak ve samimiyeti ile tarihi yarımada'daki turistik tesisleri (hotel, pansiyon, restoran) yeterliliği arasında anlamlı bir ilişki var mıdır?

Ankette yer alan C1 kodu ile A1 kod yargıları arasında elde edilen sonuca göre tarihi yarımada'daki yerel halk ve esnafları sıcak ve samimiyeti ile tarihi yarımada'daki turistik tesisleri (hotel, pansiyon, restoran) yeterliliği arasında aynı yönde pozitif ilişki olduğu Pearson Correlation r: 0,940 çıkması ile anlaşılmaktadır.

Soru 4 (S₄): Tarihi yarımada bir turist gözüyle güvenilirdir yargısı ile tarihi yarımada turistik gezi açısından oldukça konforludur yargıları arasında anlamlı ilişki var mıdır?

Ankette yer alan C2 kodu ile B3 kod yargıları arasında elde edilen sonuca göre tarihi yarımada bir turist gözüyle güvenilirdir yargısı ile tarihi yarımada turistik gezi açısından oldukça konforludur yargıları arasında aynı yönde pozitif ilişki olduğu Pearson Correlation r: 0,927 çıkması ile anlaşılmaktadır.

6.4. Müze İstatistikleri

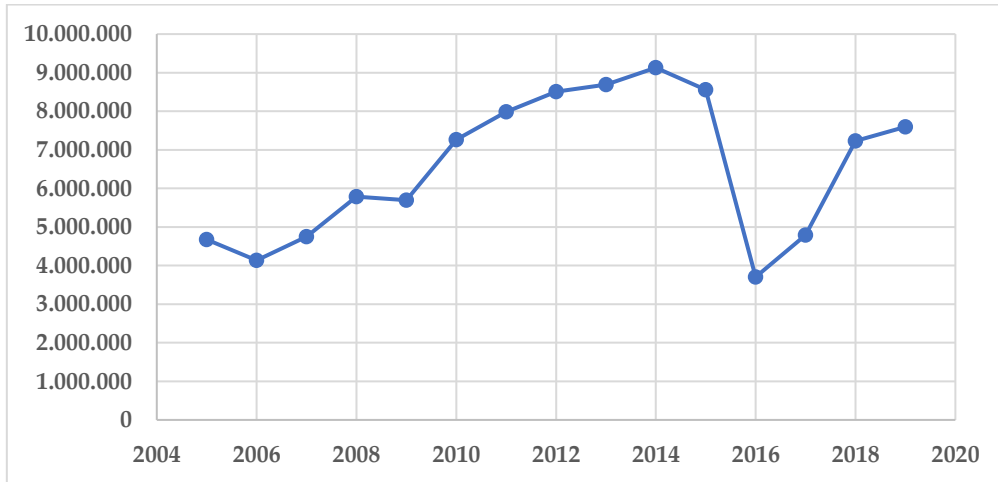
Müzeler kültür varlıkları turizminin bir parçası olduğu gerçeğinden yola çıkılarak müze istatistikleri üzerinden kültür turizmine katılım seyri ve trendi hakkında fikir edinmek mümkün olacaktır (Deniz ve Savaşkan, 2018: 94). Kültür ve Turizm Bakanlığı Döner Sermaye İşletmesi Merkez Müdürlüğü resmi web sayfasında alınan veriler doğrultusunda tarihi yarımada'da 2019 yılına kadarki dönemde Bakanlık bağlı Ayasofya Müzesi (20 Temmuz 2020 tarihinde müze statüsünden çıkarılmıştır), Topkapı Sarayı Müzesi, Arkeoloji Müzeleri, Topkapı Sarayı – Harem Dairesi, İslam Bilim ve Teknoloji Tarihi Müzesi, Kariye Müzesi, Türk ve İslam Eserleri Müzesi, Büyük Saray Mozaikleri Müzesi, Aya İrini Anıt Müzesi toplamda 8 adet müze bulunmaktadır. Aşağıda verilen tabloda Fatih ilçesinde yer alan ve kültür ve turizm bakanlığına bağlı müzelerden elde edilen veriler düzenlenerek 2005-2019 yılları arasında müzelere ait ziyaretçi giriş istatistikleri grafiği oluşturulmuştur (Tablo 12 ve Grafik 1).

Tablo 12. Fatih İlçesindeki Müzelere Ait Yıllara Göre Ziyaretçi İstatistikleri (2005-2019)

Yıllar	Müze Giriş Sayısı (Fatih İlçesi)
2005	4.671.911
2006	4.133.393
2007	4.749.423
2008	5.786.995
2009	5.696.105
2010	7.265.100
2011	7.986.636
2012	8.507.161
2013	8.691.378
2014	9.128.142
2015	8.555.969
2016	3.703.612
2017	4.786.652
2018	7.232.212
2019	7.595.408

Kaynak: DÖSiMM, 2021.

Aşağıda yer alan grafik yukarıda verilen tablo 12'den elde edilen değerlerden düzenlenmiştir.



Grafik 1. 2005-2019 Yılları Arası Fatih'teki Müzelere Ait Giriş İstatistikleri

Grafik 1'deki verilere bakıldığında zaman 2006 yılında yaklaşık 4 milyon civarında olan toplam ziyaretçi sayısı 2014 yılına kadar yükselme trendi yakalamış olup %120,8 artış göstererek 9 milyon ziyaretçi sayısını geçmiştir. 2014 yılından itibaren net bir şekilde 2016 yılına kadar yaklaşık %146,4 düşüşle 4 milyon ziyaretçi sayısının altına kadar düşmüştür. Bu durumun meydana gelmesinde Turizm Şube Müdürlüğü binasına yönelik yapılan terör saldırısı (2015) (Demir, 2015), Sultanahmet meydanında Alman turistleri hedef alan terör saldırısı (2016) (Melek & Toker, 2016) Vezneciler'de Emniyet görevlilerine yönelik yapılan terör saldırısı (2016) (Öngören ve Zaman, 2021; Habertürk Web Sitesi, 2016) gibi saldırılar doğrudan etkide bulunmuştur. Bu gelişmelerle birlikte Rusya ile Suriye'de yaşanan uçak düşürme krizi (2016) (Kurban ve Cabbarlı, 2019) ve Hollanda ile yaşadığı siyasi kriz (2017) (Feridunoğlu, 2019) Türkiye'nin ikili ilişkilerde ivme kaybetmesine neden olmuştur. Bütün bu gelişmelerin yanında ayrıca ülkemizde 2016 yılında meydana gelen darbe teşebbüsü ve sonrasında OHAL'in ilan edilmesi (Aslantaş, 2019) gibi nedenlerle de etkide bulunmuştur. 2016 yılına kadar süren bu kötü gidişattan sonra tekrar bir toparlanma sürecine girilmiş ve 2016 yılı ile 2019 yılları arasında ise ziyaretçi sayısında 2016 yılına göre yaklaşık %105,8 artış gerçekleşmiş ve yükseliş trendi yakalanmıştır. Nitekim 2019 yılında müze giriş sayısı 8 milyona kadar ulaşmıştır.

Sonuç olarak müze verilerinden yola çıkılarak tarihi yarımada'da turist sayısının son 16 yıl içerisinde önemli derecede artış ve azalış eğilimleri göstermesinde ülkede sürekli değişen konjonktürel yapı, ülkenin bu dönem içerisinde bulunduğu siyasi ve ekonomik koşullar ve meydana gelen olaylar da turistlerin tutum ve algısında etkide bulunmuştur. Bununla alakalı olarak soru 4'teki yargıya bakıldığında "tarihi yarımada bir turist gözüyle güvenilirdir yargısı" ile "tarihi yarımada turistik gezi açısından oldukça konforludur" yargıları arasında aynı yönde pozitif ilişki olduğu, turistlerin turistik gezilerdeki konfor ve destinasyon güvenliği hususlarını önemsedikleri anlaşılmaktadır.

SONUÇ

Tarihi yarımada bulunduğu konum ve sahip olduğu potansiyel bakımından başta İstanbul olmak üzere ülke turizmi açısından da oldukça büyük bir öneme sahiptir. 21. yüzyılda turizm ve tanıtım olgusunun kültür turizmi açısından oldukça önemli olduğu bilinmekle beraber sahip olunan kültürel varlık potansiyeli açısından Fatih'te yer alan kültürel varlıklar da önemli bir potansiyele sahiptir (Ateiga, 2008: 2). Durumun böyle olması bu destinasyon alanındaki tarihi ve kültürel önemi olan varlıkların korunması, güvenliği ve bölgenin turistik açıdan çekici kılınması oldukça büyük önem arz etmektedir. Nitekim bir bölgenin sahip olduğu özellikler (tarihi, kültürel, mimari, folklorik vb.), turistlerin tercihlerini ve onların gelecekteki davranışsal niyetlerini etkileyen en önemli faktörlerden biri olarak kabul edilmiştir. Bununla birlikte turistlerin kültürel miras turizmi ile alakalı yüksek bilgi ve beceriye sahip olması, kültürel imaj açısından olumlu yönlü ilgi duydukları destinasyonlara tekrar uğrama arzusunu ortaya çıkarmaktadır (Caldeira ve Kastenholz, 2018: 7; Avcı ve Hassan, 2019: 91).

Araştırma sorularından hareketle turistlerin tercihleri, deneyimleri, tutum ve algılarının gelişmesi ve şekillenmesinde; destinasyonun sahip olduğu kültürel varlık yeterliliği, peyzaj ve mimari özellikler, turizme yönelik sunulan kamusal hizmetler, yerel halk ile esnafın yaklaşımı ve turist güvenliğinin sağlanması gibi faktörler önemli bir etkide bulunmaktadır. Nitekim bu faktörler kültürel varlık turizminin sağlıklı bir şekilde gerçekleşmesi, sürdürülebilirlik kazanması ve turizmde çekicilik yaratmak adına da hayati öneme sahiptir (Uygur ve Baykan, 2007: 30; Oliver, 1997; Ünal, 2015; Schoefer ve Ennew, 2004; Tayfun ve Kılıçlar, 2004: 2; Öngören, 2021; 4-5). Bağrı ve Kala (2015)'nin belirttiğine göre "memnuniyet olgusu destinasyon seçimini, ürün ve hizmetlerin tüketimini, geri dönme ve kalıcı ilişkileri sürdürme kararını etkilediği için turist davranışının mükemmel bir göstergesidir". Bu yorumlama tarihi yarımada özelinde değerlendirildiğinde

turistlerin yerel halkın ve esnafın kendilerine yönelik bakış açısı ile turistik tesislerin yeterliliği arasında bir bağıntının olduğunu bizlere göstermektedir. Ayrıca turizm faaliyetlerinin işlerliğinin oluşturulması adına yapılan kamusal hizmetlerine (Turizm Rehberleri, İBB Turizm Zabıta Destek Ekipleri ve Turizm Polisi Destek Ekipleri uygulamaları) karşı turistlerin pozitif yaklaşım içerisinde olduğu anlaşılmıştır.

Tarihi yarımada'daki tarihi ve kültürel varlıkların korunması ve peyzaj açısından geliştirilmesi, turist güvenliği ve konforunun ön planda tutulması ile turizm sektöründe sunulan hizmetlerin iyi bir seviyede olması gibi faktörler ilçe turizmine bugüne kadar önemli bir statü kazandırmıştır. Sağiroğlu (2019: 100) ise turistik mekânlarda yapılacak olan planlama ve çevre düzenlemesinin tamamen politik veya turist bakışı çerçevesinde yapılması halinde kültürel mirasın özgünlük ve sürdürülebilirlik açısından risk altına alınma ihtimalini arttırmakta olduğunu belirtmiştir. Bu konu ile ilgili olarak turizm yatırımcıları ile turizm idarecilerinin (T. C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, TURSAB ve TUROFED vd.,) hassasiyet göstermeleri gerekmektedir.

Bauer ve ark., (2019) ile Deniz ve Savaşkan (2018)'in belirttiği gibi müzeler kültürel turizm çekiciliği yaratmada oldukça önemli bir yere sahiptir. Tarihi yarımada'daki müze verileri bizlere turist hareketi ve çekiciliği hakkında bilgi sunmuştur. 2004-2019 yılları arası müze ziyaretçi istatistiklerinde 2014 yılına kadar artış ivmesi yakalanmış ve 2014-2016 yılları arası ziyaretçi sayısında en dip rakama ulaşılmış 2016 yılından sonra tekrar müze ziyaretçi sayısında yükseliş trendi yakalanmıştır. Buna göre bu durumun oluşmasında Fatih'te meydana gelen terör saldırıları ve uluslararası arenada cereyan eden siyasi temelli sorunlar etkili olduğu söylemek mümkündür. Nitekim Neumayer (2004)'in de belirttiğine göre "herhangi bir destinasyonda insan hakları ihlallerinin, çatışmaların ve diğer siyasi güdümlü şiddet olaylarının meydana gelmesi turist varışlarını olumsuz etkilemektedir".

İleriki zamanlarda gerek İstanbul gerekse de Fatih ilçesi ile ilgili reklam ve tanıtım yatırımları gerçekleştirildiği takdirde tarihi yarımada'ya daha çok turist gelmesi sağlanabilir. Ayrıca burada bulunan turistik tesislerin (müze, hotel, restoran ve diğer işletmeler) işlerliği ve tarihi yarımada'nın turizm çekiciliği potansiyelinin de artması beklenmektedir. Bununla birlikte müze istatistiklerine bakıldığında anlaşılabileceği ki ülkemiz gündeminin, konjonktürünün, siyasal ve ekonomi konulu gündemlerden en az seviyede etkilenmesi adına da tarihi yarımada'nın uluslararası arenada özellikle tarihi ve kültürel varlıklar teması kullanılarak tanıtımının yapılması elzem bir durumdur. Nitekim Salehi ve Farahbakhsh (2014) turizmde tanıtım ve reklam unsuru turizm çekiciliği yaratmada oldukça önemli yer tutmakta olduğunu belirtmiştir. Ayrıca Hoven (2017) ve İnandır (2019) destinasyonlar üzerinden olumsuz yargıyı kırabilecek ve turistik çekicilik yaratacak en önemli unsurun reklam ve tanıtım faaliyetleri olduğunu belirtmişlerdir. Sonuç itibarıyla tarihi yarımada'da turizmin gelişmesine yönelik yapılacak olan reklam ve tanıtım faaliyetleri sonucunda turizmden daha çok gelir elde edilecek olup ilçe ekonomisi için önemli ve sürekli bir kaynak yaratılması söz konusu olacaktır.

Katkı ve Teşekkür

"Kültürel Miras/Turizm Kaynaklarının Turistlerin Tutum ve Değerlendirmelerine Etkisi Üzerine Bir Araştırma: Tarihi Yarımada Örneği" isimli çalışmamızın istatistiksel verilerini değerlendirdiği için Sayın Doç. Dr. Ali Osman KOCALAR'a katkılarından dolayı teşekkür ederiz.

KAYNAKÇA

- Akça, S. (2017). Kültürel Miras Yönetimi; İstanbul Tarihi Yarımada Örneği Değerlendirme ve Öneriler. *İdealkent Yayınları*, 8(22): 577–596.
- Aliağaoğlu, A. (2004). Sosyo-Kültürel Miras Turizmi ve Türkiye’den Örnekler. *Coğrafi Bilimler Dergisi*, 2(2): 50–64.
- Altunışık, R., Çoşkun, R., Bayraktaroğlu, S., ve Yıldırım, E. (2005). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri: SPSS Uygulamalı (4th ed.)*. Sakarya Kitapevi.
- Aslantaş, B. Y. (2019). Türkiye’de 15 Temmuz Darbe Girişimi Sonrası Olağanüstü Hâl Uygulamalarının İncelenmesi (21 Temmuz 2016-19 Ocak 2017). (*Yüksek Lisans Tezi*), Afyon: Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Ateiga, N. (2008). Türkiye’nin Tanıtımında İstanbul Tarihi Yarımada’daki Kültür Varlıklarının Yeri (008819) (*Yüksek Lisans Tezi*), İstanbul: İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Avcı, C., ve Hassan, A. (2019). Kent Turizminde Turistlerin Mekansal Tercihleri ve Mekansal Deneyimleri Üzerine Bir Araştırma: İstanbul Tarihi Yarımada Örneği. *Turizm Akademik Dergisi*, 6(1): 91–106.
- Bagri, S. C., Kala, D. (2015). Tourists’ Satisfaction at Trijuginarayan, India: An Importance-Performance Analysis. *Advances in Hospitality and Tourism Research (AHTR) an International Journal of Akdeniz University Tourism Faculty Journal*, 3(2): 89-115.
- Başar, D. (2012). İstanbul Tarihi Yarımada’da Mamboury, Pervititch ve Halihazır Haritaların Karşılaştırılmasıyla Sınır Ögelerinin Dönüşümünün Okunması ve Bu Ögelerin Kent Strüktürüne Gözlenebilir Etkileri. *Academia*. 14 Mart 2021 Tarihinde [https://www.academia.edu/13226493/%C4%B0stanbul_Tarihi_Yar%C4%B1mada_da_Mamboury_Pervititch_ve_Halihaz%C4%B1r_Haritalar%C4%B1n_Kar%C5%9F%C4%B1la%C5%9F%C4%B1r%C4%B1lmas%C4%B1yla_S%C4%B1n%C4%B1r_%C3%96%C4%9Felerinin_D%C3%B6n%C3%BC%C5%9F%C3%BCm%C3%BCn_Okunmas%C4%B1_ve_Bu_%C3%96%C4%9Felerin_Kent_Str%C3%BCt%C3%BCne_G%C3%B6zlenebilir_Etkileri](https://www.academia.edu/13226493/%C4%B0stanbul_Tarihi_Yar%C4%B1mada_da_Mamboury_Pervititch_ve_Halihaz%C4%B1r_Haritalar%C4%B1n_Kar%C5%9F%C4%B1la%C5%9F%C4%B1r%C4%B1lmas%C4%B1yla_S%C4%B1n%C4%B1r_%C3%96%C4%9Felerinin_D%C3%B6n%C3%BC%C5%9F%C3%BCm%C3%BCn%C3%BCn_Okunmas%C4%B1_ve_Bu_%C3%96%C4%9Felerin_Kent_Str%C3%BCt%C3%BCne_G%C3%B6zlenebilir_Etkileri) adresinden edinilmiştir.
- Başaran, Y. K. (2017). Sosyal Bilimlerde Örneklem Kuramı. *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 5 (47): 480-495.
- Bauer, J. E., Sohn, A. P. L., & Oliveira, B. S. (2019). Cultural tourism: A Study on Museums and the Internet. *Visão e Açãõ Turism Journal*, 21(3): 291-308.
- Caldeira, A. M., and Kastenholz, E. (2018). Tourist’s Spatial Behavior in Urban Destinations: The Effect of Prior Destination Experience. *Journal of Vacation Marketing*, 24 (3): 247–260. 23.10.2021 Tarihinde <https://www.scielo.br/j/tva/a/xWY7dsX3hLpVbqWyGn3rXnn/?format=pdf&lang=en> adresinden edinilmiştir.
- Datzira-Masip, J. (2006). Cultural Heritage Tourism—Opportunities for Product Development: The Barcelona Case. *Tourism Review*.
- Demir, H. (2015, January 6). Sultanahmet’teki Bombalı Saldırıda Bir Polis Şehit Oldu. *Anadolu Ajansı*, 1.
- Deniz, T. & Savaşkan, Y. (2018). Taşınmaz Kültür Varlıkları Kapsamında Ayasofya Müzesi’nin İstanbul Kültür Turizmine Katkısı. *Safran Kültür ve Turizm Araştırmaları Dergisi*, 1 (2): 92-103.
- Doğaner, M. S. (2014). *Kültürel Miras Turizmine Giriş*. 17 Mart 2021 Tarihinde http://auzefkitap.istanbul.edu.tr/kitap/kultureliras_ao/kmturizminegiris.pdf adresinden edinilmiştir.
- Doğaner, S. (2013). *Türkiye Kültür Turizmi. Doğu Kitabevi- 56, Sosyologca Kitapları Dizisi-31*, İstanbul: Doğu Kitabevi.
- DÖSİMM. (2021). DOSİMM | T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı Döner Sermaye İşletmesi Merkez Müdürlüğü. 12 Mart 2021 Tarihinde <http://www.dosim.gov.tr/muze-istatistikleri> adresinden edinilmiştir.
- Fatih Belediyesi (a). (2021). Fatih Belediyesi 2015-2019 Stratejik Plan. Fatih Belediyesi. 2 Mart 2021 Tarihinde https://www.fatih.bel.tr/assets/photo2014/document/2015_2019_stratejik_plan.pdf adresinden edinilmiştir.
- Fatih Belediyesi (b). (2021). Fatih Belediyesi, Tarihte Fatih. 23 Mart 2021 Tarihinde <https://www.fatih.bel.tr/tr-TR/fatih-tarihi> adresinden edinilmiştir.
- Fatih Kaymakamlığı. (2021). Fatih’te Coğrafi Yapı ve Demografi. Fatih’te Coğrafi Yapı ve Demografi. 19 Mart 2021 Tarihinde <http://www.fatih.gov.tr/cografya> adresinden edinilmiştir.
- Feridunoğlu, İ. C. (2019). 2016 Hollanda-Türkiye Siyasi Krizine Hürriyet ve Hollanda Gazetesi Algemeen Dagblad’ın Bakışının Karşılaştırılması. *Karadeniz Uluslararası Bilimsel Dergisi*, 43(1): 131–144.
- Field, A. (2013). *Discovering Statistics Using IBM SPSS Statistics (4th Edition)*. sage. 4 Nisan 2021 Tarihinde [https://books.google.com.tr/books?hl=tr&lr=&id=c0Wk9luBmAoC&oi=fnd&pg=PP2&dq=Field,+A.+\(2000\).+](https://books.google.com.tr/books?hl=tr&lr=&id=c0Wk9luBmAoC&oi=fnd&pg=PP2&dq=Field,+A.+(2000).+)

Kültürel Miras Kaynaklarının Turistlerin Tutum ve Değerlendirmelerine Etkisi Üzerine Bir Araştırma: Tarihi Yarımada Örneği

Discovering+Statistics+using+SPSS+for+Windows.+London,+Thousand+Oaks,+Sage+Publications,+New+Delhi.&ots=LcBoNJYA5I&sig=4Cy0M2Hjvvd86B3jd46unUMxAZk&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false adresinden edinilmiştir.

- García-Hernández, M., De la Calle-Vaquero, M., & Yubero, C. (2017). Cultural Heritage and Urban Tourism: Historic City Centres under Pressure. *Sustainability*, 9(8), 1346. <https://doi.org/10.3390/su9081346>
- Gravetter, J. F. ve Forzano, L. B. (2012). *Research Methods for the Behavioral Sciences* (4. Baskı). USA: Linda Schreiber-Ganster.
- Gültekin, N. (2012). Cultural Heritage Management: The Case of Historical Peninsula in Istanbul. *Gazi University Journal of Science*, 25(1): 235–243.
- Gurbetoğlu, A. (2018). *Bilimsel Araştırma Yöntemleri*. Ders Anlatımı. 21 Nisan 2021 Tarihinde <http://agurbetoglu.com/files/2-%20ARA%C5%9ETIRMA%20%20T%C3%9CRLER%C4%B0.pdf> adresinden edinilmiştir.
- Habertürk Web Sitesi. (2016, June 7). İstanbul Vezneciler’de Çevik Kuvvet Otobüsüne Saldırı | Gündem Haberleri. İstanbul Vezneciler’de Çevik Kuvvet Otobüsüne Saldırı. 11 Mayıs 2021 Tarihinde <https://www.haberturk.com/gundem/haber/1250244-istanbul-veznecilerde-cevik-kuvvet-otobusune-saldiri> adresinden edinilmiştir.
- Hamamcıoğlu, C., & Yenen, Z. (2009). İstanbul Tarihi Yarımada’da Ulaşım Ağı ve Kentsel Hizmet Alanlarının Yerleşimi Etkileşimi. *MEGARON/Yıldız Teknik Üniversitesi, Mimarlık Fakültesi E-Dergisi*, 4(3): 175–190.
- Hoven, M. (2017). Tourism Advertising Effectiveness: The Effects Of Typical Endorsement And Message Source On Attitude Toward Advertising, Attitude Toward Holiday Destination And Visit Intention. (*High Lisance Thesis*), Gent: Univesiteit Gent, Masterproef voorgelegd voor het behalen van de graad master in de richting Communicatiewetenschappen afstudeerrichting Communicatiemanagement.
- İçelloğlu, C. Ş. (2014). Kent Turizmi ve Marka Kentler: Turizm Potansiyeli Açısından İstanbul’un SWOT Analizi. *İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 1(1): 37-55.
- Jolliffe, L., and Smith, R. (2001). *Heritage, Tourism, And Museums: The Case of The North Atlantic Islands of Skye, Scotland and Prince Edward Island, Canada*. *International Journal of Heritage Studies*, 7(2): 149–172.
- Kaya, M. (2013). *Sürdürülebilir Kalkınmaya Yönelik Tutum Ölçeği Geliştirme Çalışması*. *Marmara Coğrafya Dergisi*, 28 (1): 175–193.
- Keskin, S., ve Özsoy, A. N. (2004). Kanonik Korelasyon Analizi ve Bir Uygulaması. *Journal of Agricultural Sciences*, 10 (1): 57–71.
- Kuban, D. (2010, December 2). *İstanbul Bir Kent Tarihi—Bizantion Konstantinopolis İstanbul*. Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.
- Kubat, A. S. (2019). İstanbul Tarihi Yarımada: Morfogenetik Yapısı ve Değişim Süreci. 11 Nisan 2021 Tarihinde <https://kentselmorfolojisempozyumu2018.files.wordpress.com/2019/04/m-a1.pdf> adresinden edinilmiştir.
- Kurban, V., and Cabbarlı, H. (2019). Türkiye-Rusya İlişkileri ve Uçak Krizinin Rus-Türk Kamuoyundaki Yansısı. *Ege Stratejik Araştırmalar Dergisi*, 10(2): 105–118.
- Melek, G., ve Toker, H. (2016). 2016 Sultanahmet Terör Eylemi: Yerelin Küreselleşmesi. *Selçuk İletişim*, 9(3): 178–203.
- Neumayer, E. (2004). The Impact of Political Violence on Tourism: Dynamic Cross-National Estimation. *The Journal of Conflict Resolution*, 48(2): 259–281.
- Ögçe, H. (2020). Kent İmgesi: İstanbul Tarihi Yarımada Örneği. (*Yüksek Lisans Tezi*), Düzce: Düzce Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Oliver, R. L. (1997). *Satisfaction: A Behavioural Perspective on the Consumer*. New York: McGraw-Hill.
- Öngören, H. (2016). Fatih İlçesinin Turizm Coğrafyası. (*Yüksek Lisans Tezi*), Erzurum: Atatürk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Öngören, H. (2021). *Turizm Coğrafyası ‘Terör Saldırılarınin Turistlerin Coğrafik Profili Üzerindeki Değişim ve Etkisi: İstanbul İli Örneği’*, Ankara: Gazi Kitabevi.
- Özgüç, N. (2007). *Turizm Coğrafyası* (9. Baskı). Ankara: Çantay Kitabevi.

- Pekerşen, Y., Uslu, A., ve Solmaz, R. (2019). Turizm Sektöründe Hizmet Veren İşletmelerin Sundukları Helal Ürün ve Hizmetlere Yönelik Risk Boyutlarının Değerlendirilmesi: İstanbul Tarihi Yarımada'yı Ziyaret Eden Yabancı Turistler Üzerinde Bir Araştırma. *Turizm Akademik Dergisi*, 6(2): 197–213.
- Phosikham, T., Vilayphone, A., Wayakone, S., and Phimmavong, S. (2015). Tourists' Attitudes Towards Tourism Development and Heritage Preservation in the World Heritage Town of Luang Prabang. *Lao PDR. International Journal of Business and Social Science*, 8(1): 37–46.
- Sağiroğlu, M. (2019). Turistik Mekânda Gerçekliğin Algısal Değişimi: Modern ve Post-Modern Turizm Deneyimlerinde Özgünlük the Perceptual Change of Reality in Tourist Places: Authenticity in Modern and Post-Modern Tourism Experiences. *TMMOB Şehir Plancıları Odası Dergisi*, 29(2): 90–101.
- Salehi, H., Farahbakhsh, M. (2014). *Tourism Advertisement Management and Effective Tools in Tourism Industry*. International Journal of Geography and Geology, 3(10): 124-134
- Schoefer, K. and Ennew, C. (2004). Customer Evaluations of Tour Operators' Responses to Their Complaints. *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 17(1): 83-92.
- Seçilmiş, C. ve Ünlüönen, K. (2009). İstanbul'u Ziyaret Eden Turistlerin Güvenlik Algılamaları Üzerine Bir Araştırma. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 1 (1): 65-84.
- Şen, S. (2018). Değişkenlik Dağılım Ölçüleri. 29 Nisan 2021 Tarihinde <https://sedatsen.files.wordpress.com/2018/09/sunum4.pdf> adresinden edinilmiştir.
- Sezer, İ. (2017). Kültürel Mirasın Turizm Açısından Değerlendirilmesi: Taşköprü İlçesi Örneği. *Uluslararası Türk Dünyası Turizm Araştırmaları Dergisi*, 2(2): 175–198.
- Sezer, M. S. (2010). Türkiye turizm sektöründe müze turizminin payının değerlendirilmesi. (Yüksek Lisans Tezi, Hacettepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara).
- Silberberg, T. (1995). Cultural tourism and business opportunities for museums and heritage sites. *Tourism Management*, 16(5), 361–365.
- Tabachnick, B. G., Fidell, L. S., and Ullman, J. B. (2007). *Using Multivariate Statistics* (Vol. 5). Pearson Boston, MA.
- Turgut, S. (2008). New Risks Ahead for the Historical Peninsula, the Mystic Gateway of Istanbul to The World. *WIT Transactions on Ecology and the Environment*, 115.
- Türkay, O. & Saraç, Ö. (2019). Altyapı, Üstyapı ve Çevre Sorunlarının Turist Şikayetleri Kapsamında Değerlendirilmesi ve Yerel Yönetimlerin Çözüm Potansiyeli: Antalya Örneği. *Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Elektronik Dergisi*, 10(Ek Sayı): 98-110.
- Ünal, C. (2015). Profesyonel Turist Rehberlerinin Mesleki Yeterliliklerinin Turistlerin Destinasyon İmaj Algısı ve Genel Memnuniyeti Üzerine Etkisi (Alman Turistlere Yönelik Antalya Şehir Turunda Bir Uygulama). (Yüksek Lisans Tezi), Antalya: Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Ana Bilim Dalı.
- Uyar, A. (2018). Marka Şehir Kavramı ve Türkiye ile Dünyadaki Marka Şehir Çalışmaları Üzerine Bir Araştırma. *Uluslararası Yönetim Akademisi Dergisi*, 1(3): 467-479.
- Uygur, S. M. ve Baykan, E. (2007). Kültür turizmi ve turizmin kültürel kültür turizmi ve turizmin kültürel varlıklar üzerindeki etkileri. *Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, 2(1): 30-50.
- Uzunsakal, E., ve Yıldız, D. (2018). Alan Araştırmalarında Güvenilirlik Testlerinin Karşılaştırılması ve Tarımsal Veriler Üzerine Bir Uygulama. *Uygulamalı Sosyal Bilimler Dergisi*, 2(1), 14–28.
- World Tourism Organization (UNWTO) (Ed.). (2018). *UNWTO Tourism Highlights: 2018 Edition*. World Tourism Organization (UNWTO). 19 Nisan 2021 Tarihinde <https://doi.org/10.18111/9789284419876> adresinden edinilmiştir.
- World Tourism Organization UNWTO. (2013). *UNWTO Annual Report 2013 | UNWTO [Yıllık]*. United Nationality; UN. 19 Nisan 2021 Tarihinde <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284416110> adresinden edinilmiştir.
- Yükselen, C., ve Güler, E. G. (2009). *Antakya Marka Kent Görüş ve Öneriler (Vol. 1)*. Detay Yayıncılık.
- Zaman, M. (2012). *Trabzon İlinin Turizm Coğrafyası: Potansiyel-Alternatif-Planlama*. Atatürk Üniversitesi Yayınları, 999.



Batı Karadeniz Bölümünün Coğrafi İşaretli Ürünlerinin Tespiti ve Bunların Turistik Önemi*

Determination of Geographically Indicated Products of the Western Black Sea Region and Their Touristic Importance

Hasan KÖŞKER¹

Özet

¹Zonguldak Bülent Ecevit Üniversitesi, Karadeniz Ereğli Turizm Fakültesi, Zonguldak, Türkiye

ORCID:

H.K.: 0000-0003-0662-8301

Corresponding Author:

Hasan KÖŞKER

Email:

hasankosker@yahoo.com

Citation: Köşker, H. (2022). Batı Karadeniz Bölümünün coğrafi işaretli ürünlerinin tespiti ve bunların turistik önemi. *Journal of Humanities and Tourism Research*, 12 (1): 22-35.

Submitted: 04.10.2021

Accepted: 30.12.2021

Turistlerin ziyaret ettiği bölgede farklı deneyimler yaşama isteği ve yerel ürünlere olan talebi bölgeye özgü gıda, tarımsal ürünler, el sanatları ve hediyelik eşyalara olan ilgiyi artırmaktadır. Bu bağlamda coğrafi işaretli ürünler; doğallığın, yerelliğin, özgünlüğün ve kalitenin garantisini olmasından dolayı turistler tarafından tercih edilmektedir. Bu araştırmanın amacı, Batı Karadeniz Bölümünün coğrafi işaretli ve coğrafi işaret başvuru sürecindeki ürünlerini tespit etmek ve bu ürünlerin bölge turizmi için önemine dikkat çekmektir. Araştırma verileri 26 Ağustos 2021 yılında "Türk Patent ve Marka Kurumu'nun coğrafi işaret ve geleneksel ürün adı istatistiklerinden" elde edilmiştir. Araştırma verilerinin analizi için nitel araştırma yöntemlerinden içerik analizi tekniği kullanılmıştır. Araştırma bulguları Batı Karadeniz Bölümünde 49'u gıda, 16'sı el sanatları, 14'ü tarımsal ürünler, 3'ü de diğerleri olmak üzere 82 ürünün coğrafi işaretle tescil edildiğini, 55 ürünün de coğrafi işaret başvuru sürecinin devam ettiğini ortaya koymaktadır. Öte yandan bölgede coğrafi işaret sürecinin son yıllarda yoğunluk kazandığı, coğrafi işaretli ürünlerin %94,24'ü 2016 yılından sonra tescil edildiği tespit edilmiştir. Araştırma, ayrıca bölgedeki tüm illerin coğrafi işaretli ürünlere sahip olduğunu, en çok coğrafi işaretli ürüne sahip olan illerin; Kastamonu (24) ve Bolu (21) olduğunu ortaya koymaktadır. Bölgedeki coğrafi işaretli ürünler, reklam ve tanıtım aracı olarak kullanılarak bölgesel ve kırsal turizmin gelişmesine katkı sağlayabileceği gibi coğrafi işaretli ürünlerin tur programına dâhil edilmesi turistlerin bölgede daha fazla vakit geçirmesini ve daha fazla harcama yapmasını sağlayacaktır.

Anahtar Kelimeler: Turizm, Coğrafi İşaret, Yerel Ürün, Batı Karadeniz

Abstract

Tourists' desire to have different experiences in the region they visit and their demand on local products augment the interest in region-specific food, agricultural products, handicrafts and souvenirs. In this context geographically indicated products, due to their guarantee of naturalness, locality, originality and quality, are preferred by tourists. The purpose of this research to determine the geographically indicated products as well as the ones in the geographical application process of the Western Black Sea Region and highlight the importance of these products for regional tourism. Research data was obtained from "Turkish Patent and Trademark Institution's geographical indication and traditional product name statistics" on 26 August 2021. Content analysis technique, one of

*Bu araştırma, Zonguldak Bülent Ecevit Üniversitesi Bilimsel Araştırma Projeleri (BAP) birimi tarafından desteklenen 2020-93439475-01 nolu projeden üretilmiştir.

the qualitative research methods, has been utilized to analyze the research data. Findings indicate that 82 products, 49 of which are food, 16 of which are handicrafts, 14 of which are agricultural products and 3 of which are others, have been registered with geographical indication in the Western Black Sea Region and 55 products are still in the geographical indication application process. On the other hand, it has been found out that the geographical indication process has recently accrued in this region, and 94.24% of the geographical indication products were registered after 2016. The research also shows that all provinces in the region have geographical indicated products, Kastamonu (24) and Bolu (21) are the provinces with the most geographical indicated products. Geographically indicated products in the region, used as advertisement and promotion tools, can contribute to the development of regional and rural tourism, and the inclusion of geographically indicated products in the tour program will lead into tourists spending more time in the region and more money.

Keywords: *Tourism, Geographical Indication, Local Product, Western Black Sea*

1. GİRİŞ

Turizmin ekonomik ve sosyal kalkınmadaki önemi gün geçtikte artmakta ve gelişmekte olan ülkeler için vazgeçilemez dinamik bir sektör haline dönüşmektedir (Unur, Köşker ve Şeker, 2016). Turizmin ekonomik ve sosyal faydalarından daha fazla yararlanabilmek için ülkeler ve bölgeler arasında kıyasıya bir rekabet yaşanmaktadır. Hatta zaman zaman aynı ülkedeki bölgeler ve destinasyonlar arasında bu rekabet görülebilmektedir. Destinasyonlar turistlere, temel çekiciliklerinin yanında alternatif ürün seçenekleri sunarak kendilerini turizm pazarında daha çekici bir konuma getirmeye çalışmaktadırlar.

Türkiye, turizmin ekonomik ve sosyal faydalarından etkin olarak faydalanmak isteyen bir ülkedir. Başta ödemeler dengesi açıklarının kapatılması olmak üzere bölgesel ve kırsal kalkınmada turizm, stratejik kalkınma vizyonunun merkezine yerleştirilmiştir. Bir taraftan mevcut turizm bölgelerinin sürdürülebilirlik anlayışı içinde yeniden planlanmasına, diğer taraftan doğal ve kültürel değerlere sahip olan bölge ve destinasyonların turistler için çekim merkezi haline getirilmesine çalışılmaktadır. Türkiye Turizm Stratejisi 2023 hedefleri arasında ülkenin doğal kaynakları, kültürel dokusu ve otantik yapısının turizm pazarına kazandırılması hedeflenmektedir. Bu hedefler doğrultusunda Batı Karadeniz kıyı koridorunun başta Ankara ve İstanbul gibi metropollere hizmet edebilecek bir şekilde doğal kaynakları, kültürel dokusu ve otantik yapısı ile iç turizme kazandırılması öngörülmektedir (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2007). Eskiden deniz yolu ulaşımının hâkim olduğu Batı Karadeniz Bölümü, günümüzde çok alternatifli ulaşım ve taşımacılık olanaklarına sahiptir. Bölge konum itibarıyla Türkiye'nin önemli metropollerine ve ulaşım merkezlerine yakındır (Batı Karadeniz Kalkınma Ajansı, 2021). Ankara İstanbul TEM otoyolu Bolu-Düzce hattından geçmekte ve Karadeniz Sahil Yolu bitmek üzeredir. Bölgedeki ulaşım sisteminde meydana gelen gelişmeler ve metropol şehirlere olan yakınlık bölgeye turistik açıdan önemli bir avantaj sağlamaktadır. Bu bağlamda İstanbul ve Ankara çıkışlı doğa, tarih ve kültür turlar yoğunluktadır. Ayrıca İzmir-Bursa, Adana-Mersin-Gaziantep çıkışlı turların yanı sıra diğer illerden de turlar düzenlenmektedir. Bölgedeki tur programları genellikle Abant-Bolu-Yedigöller, Düzce-Akçakoca-Zonguldak, Amasra-Zonguldak-Safranbolu, Safranbolu-Yedigöller-Amasra-Akçakoca, Safranbolu-Ilgaz, Safranbolu-Kastamonu-Sinop ve Safranbolu-Kastamonu-Taşköprü-Sinop güzergâhlarını kapsamaktadır. Bu turlarda kıyı koridoru ve iç kesimlerin bir bütün halinde entegre edilerek turizm pazarına sunulmuş olması Batı Karadeniz Bölümünü avantajlı bir konuma getirmektedir. Ancak turizm sektörünün ekonomik, sosyal ve kültürel fonksiyonlarından daha fazla yararlanabilmek için bölgenin temel çekim unsurlarının yanında yerel yiyecekler, tarımsal ürünler, el sanatları gibi alternatif ürün çeşitliliğinin de bölge ve destinasyon bazında turistlere sunulması önem arz etmektedir. Ürün çeşitliği kadar ürünün kaliteli, güvenilir ve markalaştırılmış olması dikkat edilmesi gereken diğer bir konudur. Bu bağlamda coğrafi işaret (CI) kapsamındaki ürünler destekleyici bir unsur olabilir. Zira CI'le

markaya dönüştürülen yerel ürünler tüketiciler tarafından kalitenin, güvenin ve markanın teminatı olarak algılanmaktadır.

Türkiye coğrafi konumu, tarihi geçmişi, çok kültürlü yapısı ile Cİ bakımından zengin bir potansiyele sahiptir (Şahin, 2013: 24). Her bölge ve ilin kendine özgü Cİ'li veya Cİ potansiyeli olan ürünleri bulunmakta ve bu ürünler söz konusu bölge veya illerle özdeşleşmektedir (Akın, 2006: 1). Bu tarz ürünlerin turizm ve tanıtma aracı olarak turizm değerine dönüştürülerek bölgesel gelişime destek verdiği bilinmektedir (Gündeğer, 2014). Batı Karadeniz Bölümünde de Cİ ile tescil edilmiş ve Cİ potansiyeli olan gıda, tarımsal ürünler, el sanatları ve diğer kategorilerde yerel ürünler bulunmaktadır. Mevcut potansiyel uygun bir şekilde yönetildiği takdirde bölgenin turizm hareketlerine ve ekonomisine katkı sağlayabilir.

Bu araştırma, Batı Karadeniz Bölümünün Cİ'li ve Cİ başvuru sürecindeki ürünlerini tespit etmek ve Cİ'li ürünlerin bölge turizmi için önemine dikkat çekmek amacıyla yapılmıştır. Araştırma ilk olarak Cİ kavramı açıklanmış, Cİ'li ürünlerin turistik öneminden ve turizm hareketlerindeki rolüne değinilmiştir. Araştırmanın yöntemi açıklandıktan sonra araştırmanın bulguları tablolaştırılarak yorumlanmıştır. Sonuç ve tartışma kısmında bölgenin Cİ potansiyeli göz önüne alınarak genel durum değerlendirmesi yapılmış, Cİ'li ürünlerin bölgenin tanıtım ve pazarlamasında nasıl kullanılabileceğine ve Cİ'li ürünlerin satışına yönelik nasıl bir tur programının organize edilebileceğine yönelik öneriler getirilmiştir.

2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

2.1. Coğrafi İşaret

Cİ'in tarihi geçmişi eski Mısır ve Yunanlara kadar gitmekte birlikte, Cİ'in tanınmasına ve sınai mülkiyetinin hakkının korunmasına yönelik ilk uluslararası düzenleme 1883'te Sınai Mülkiyet Haklarının Korunmasına İlişkin Paris Sözleşmesi ile getirilmiştir. 1891'de Eşyalar Üzerindeki Sahte ya da Aldatıcı Mahreç İşaretlerinin Engellenesi Hakkındaki Madrid Anlaşması, 1958'de Menşe Adlarının Korunması ve Uluslararası Tescili için Lizbon Anlaşması ve 1994'te Ticaretle İlgili Fikri Mülkiyet Hakları Anlaşması-TRIPs konuyla ilgili diğer önemli düzenlemelerdendir (Oğuz, 2016; Jaelani, Handayani ve Karjoko, 2020).

Cİ kavramı, ülkelerin doğal yapılarındaki çeşitlilik ve beşeri faktörlerdeki zenginliğin coğrafi çevreye sağladığı nitelikleri üzerine toplayarak belli bir değer ve ün elde eden her türlü ürünü tanımlamak için kullanılmaktadır (Coşkun, 2001: 103). Cİ, alternatif bir sosyo-ekonomik kalkınma aracı olarak, bir ürünün belirli bir bölgeye veya yöreye ait olduğunu gösteren ve özgünlüğünü onaylayarak diğer ürünlerden farklılığını ortaya koyan yasal bir düzenlemedir (Giray, Özkan ve Oray, 2012: 109). Cİ tescili ile kalitesi, gelenekselliği, yöresel hammaddesiyle yerel niteliklere bağlı olarak belli bir üne kavuşmuş olan ürünlerin korunması ve markalaşması sağlanmaktadır (TÜRKPATENT, 2021). Cİ; yerel toplumları güçlendirme, istihdam oluşturma, kırsal göçün azaltılması, biyoçeşitliliğin ve çevrenin korunması, üretim ve işleme konusunda geleneksel bilgi ve işlemlerin korunması, kültürel miras konusunda farkındalık oluşturma, doğaya saygı ve aidiyet duygusunu oluşturma konusunda fırsatlar sunmaktadır (Seal ve Piramanayagam, 2018: 125). Yerel ürün ve tatlar; bu sistem içerisinde koruma altına alınarak, ekonomik ve sosyal kalkınmada bir araç olarak kullanılabilir. Cİ, başta Avrupa ülkeleri olmak üzere birçok ülkede gelişen bir trend olarak görülmektedir (Kan, Gülçubuk ve Küçükçongar, 2012: 94). Cİ ürünlerin genelde kırsal alanlarda üretildiği göz önüne alındığında bu ürünlerin korunması ve üretimiyle kırsal alanlarda çok yönlü ekonomik, sosyal ve kültürel kazanımlar elde edilecektir (Gündeğer, 2014: 1).

Cİ'le ilgili uluslararası hukukta bir bütünlük olmadığından koruma araçları da ülkeden ülkeye değişmektedir. Bazı ülkeler Cİ'i haksız rekabet hükümleri, bazıları marka hukuku (Tepe, 2008: 6), bazıları da fikri mülkiyet hakları (Sanders, 2010; Giovannucci, Barham ve Pirog, 2010;

Gangjee, 2012; Saputra, 2020) çerçevesinde tescil ederek korumaktadırlar. Bu nedenle uluslararası platform ve literatürde kabul edilmiş tek tanım bulunmamaktadır. Aynı kavrama ürün mekân ilişkisi çerçevesinde yakın anlamlar yüklenerek farklı tanımlar yapılmaktadır (Zografos, 2008). Konu ile ilgili tanımlarda bir ürünün Cİ kapsamında değerlendirilebilmesi için o ürünün belirli bir coğrafyaya, alana veya bölgeye özgü olması ve o ürünün üretildiği coğrafya ile özdeşleşen ayırt edici bir ürün olması gerektiği vurgulanmaktadır.

Agreement on Trade-Related Aspects of Intellectual Property Rights- TRIPs Cİ'i; bir malın kalitesi, ünü veya diğer karakteristik özelliklerinin esas olarak coğrafi menşesine atfedildiği, bir üye ülkeye ait alandan ya da o alandaki bölgeden ya da yöreden kaynaklandığını belirten işaret olarak tanımlanmaktadır (TRIPs, 1994). The World Intellectual Property Organization-WIPO'ya göre Cİ, belirli bir coğrafi kökene sahip olan ve o kökene bağlı niteliklere veya itibara sahip olan ürünlerde kullanılan işarettir. Bir ürünün Cİ kapsamında işlev görebilmesi için o işaretin mutlaka belirli bir yerden menşeli olan bir ürünü tanımlaması gerekir (WIPO, 2021). Sanayi ve Mülkiyet Kanunu'nun 34. maddesi Cİ'i "*belirgin bir niteliği, ünü veya diğer özellikleri bakımından kökenin bulunduğu yöre, alan, bölge veya ülke ile özdeşleşmiş ürünü gösteren işaret*" olarak tanımlamaktadır (Sanayi ve Mülkiyet Kanunu, 2017). Türk Patent Enstitüsü Cİ'i, "*tüketiciler için ürünün kaynağını, karakteristik özelliklerini ve ürünün söz konusu karakteristik özellikleri ile coğrafi alan arasındaki bağlantıyı gösteren ve garanti eden kalite işareti*" olarak tanımlamaktadır (TÜRKPATENT, 2021).

Suh ve MacPherson (2007: 518) göre Cİ, ürünün adının coğrafi kökenine atfedildiği, bir malın belirli bir ülke veya bölgenin malı olduğunu belirleyen yasal düzenlemedir. Bowen (2010) ise Cİ'i; bir ürünün coğrafi, kültürel ve tarihi kimliğini temsil eden bir yere has isim olarak tanımlamaktadır.

2.2. Cİ'li Ürünlerin Destinasyon Tanıtımına ve Turizm Hareketlerine Katkısı

Cİ, yenilenebilir bir milli değer olan yerel ürünlerin kalite, marka ve üretim yöntemlerinin korunarak kontrollü bir şekilde küresel pazara açılmasını sağlamaktadır (Saputra, 2020). Cİ, bölgenin ve yerel ürünlerin bilinirliğinin artırılmasında önemli bir rol üstlenmektedir. Cİ, bir ürün veya hizmetin üretimin gerçekleştiği ülkeyi, bölgeyi, yeri, şehri veya adresi göstererek destinasyon farkındalığını ortaya koymaktadır (Sanders, 2010: 81-82). Türk baklavası, lokumu ve kahvesinin uluslararası platformda ülke tanıtımına katkısı küçümsenemeyecek boyuttadır. Bu ürünler tek başına bir reklam ve tanıtım aracıdır (Tanrıku, 2007: 174-179). Cİ, ürünün kaynaklandığı yerin tanıtım ve reklamını yapmak suretiyle bölgede ve kırsal alanda turizmin gelişmesine ve çeşitli kesimlerde sinerjinin oluşmasına katkıda bulunmaktadır (Tepe, 2008: 26). Anzer'in neresi olduğu bilinmezdi. Anzer Balı sayesinde Anzer yöresi tanınır bir duruma gelmiştir. Yöre, tüketicide merak uyandırmış, tüketiciyi ürünün üretim bölgesine çekerek turizm hareketlerinin başlamasını sağlamıştır (Demir, 2020: 48). Bu bağlamda turizm hareketleri ile Cİ'li ürün ve ürüne bağlı mekânlar arasında çok yakın bir bağ ve karşılıklı etkileşim oluşturmaktadır. Cİ'li ürünlerin üretildiği mekâna gelen turistler çabuk bozulabilen gıda ve tarımsal ürünleri genellikle üretim yerlerinde tüketmekte, dayanıklı gıdalar, tarımsal ürünler, otantik ürünler, hediyelik eşyalar, çini, süs eşyaları, bal, şekerleme, lokum, fındık, fıstık gibi kolay taşınabilen ürünler hediyelik eşya olarak satın alınmaktadır (Şahin, 2019: 67). Cİ'li veya geleneksel yöntemlerle üretilen halı, kilim, dokuma, çanak, çömlek ve diğer el sanatları da yerli ve yabancı turistlerin ilgisini çekmektedir.

Fransa, Cİ'li ürünleri ve bu ürünlerin üretim merkezlerini turizm pazarında başarılı bir şekilde değerlendiren örnek bir ülkedir. Ülkede Cİ'li ürünlerin turizm pazarında daha etkin olarak kullanılması için yerel kuruluşlar ve seyahat acenteleri arasında iş birliği yapılmakta Cİ'li peynir, şarap, deniz ürünleri ve tarımsal ürünlerin üretim merkezlerine turlar düzenlenmektedir (Hadelan vd., 2021: 362). "Roquefort" ve "Compte" peynirlerinin olgunlaştırıldığı mağaralara düzenlenen

turlarda her yıl yüzbinlerce turist katılmaktadır. Mağaralara belli bir ücret karşılığında giriş yapılabilen ve alış veriş olanağı sunulmaktadır. Böylece Cİ'in ekonomik katkılarında doğrudan ve dolaylı olarak faydalanmaktadır (Şahin, 2019: 30-33). Benzer uygulamalar İtalya ve İspanya'da da görülebilmektedir. Türkiye'de henüz doğrudan Cİ'li ürünlere ve bu ürünlerin üretim merkezlerine yönelik turlar bulunmamaktadır. Ancak belli bir bölgeye düzenlenen turlara, Cİ'li veya geleneksel yöntemlerle üretilen ürünlerin üretim merkezlerinin de dâhil edildiği ifade edilebilir. Kapadokya bölgesine düzenlenen turlarda çanak çömlek, taş işleme, halı ve kilim dokuma atölyeleri, Soğanlı Bebeklerinin üretildiği Soğanlı Köyü, İzmir'de geleneksel boncuk üretiminin yapıldığı Görece ve Nazarköy, Mardin'de telkâri üretim atölyeleri tur programına dâhil edilebilmektedir.

2.3. Literatür Taraması

İlgili literatür incelendiğinde Cİ konusunda yapılmış farklı araştırmalara rastlanmaktadır. İlk araştırmalarda Cİ turizm ilişkisinin yeterince ele alınmadığı, son yıllarda yapılan araştırmalarda ise Cİ turizm ilişkisinin sık sık ele alındığı görülmektedir. Söz konusu araştırmalarda Cİ ile turizm hareketleri arasında yakın bir ilişki olduğu, bölgeye veya yöreye turist çekmek için Cİ'li ürünlerin etkili bir araç olarak kullanılabileceği ve kırsal kalkınmayı sağlayabileceği vurgulanmaktadır (Gangjee, 2012; Kan vd., 2012; Yenipınar, Köşker ve Karacaoğlu, 2014; Polat, 2017; Seal ve Primanayagam, 2018; Çevik, 2018; Duman, Tanrısever ve Pamukçu, 2019; Ceylan ve Samırkaş Komşu, 2020; Demir, 2020; Jaelani vd., 2020; Saputra, 2020; Hadelan vd., 2020).

Gangjee (2012), küreselleşen dünyada yerelliğe olan ilginin arttığını, bu anlamda Cİ'li ürünlerin yerel turizmin gelişimine katkıda bulunabileceğini ifade etmektedir. Kan vd., (2012), Cİ'li ve Cİ potansiyeli olan yerel ürünlerin bölgesel turizm potansiyelini geliştirmede ve turist çekmede etkili olabileceğini, bir bölgede kırsal turizmin geliştirilmesinde Cİ'li ürünlerin önemli bir rol üstlendiğini ifade etmektedirler. Yenipınar vd., (2014), günümüz turizm hareketlerinde geleneksel yöntemlerle üretilen ürünlere ilginin arttığını, Cİ aracılığıyla geleneksel ürünlerin markalaştığını ve turistik bir ürüne dönüştüğünü belirtmektedir. Aynı araştırmada bölgesel ve yerel turizmin geliştirilmesinde Cİ'li ürünlerin etkili bir araç olabileceği ifade edilmektedir. Polat (2017), yerel ürünlerin tüm dünyada merak uyandırdığını ve turistlerin destinasyon tercihlerinde ön plana çıkmaya başladığını vurgulamaktadır. Bu bağlamda yerel ürünlere değer katarak yeni bir imaj oluşturan Cİ'in turistlerin destinasyon tercihinde etkili olacağını ifade etmektedir.

Seal ve Primanayagam (2018), yöresel yiyecek, içecek gibi yerel ürünlerin turizm hareketlerinin önemli unsurlarından olduğunu, bu ürünlerin Cİ ile markalaştırılarak uygun tanıtım yöntemleriyle tanıtılmasının turistler arasında farkındalık oluşturacağını ve yerel turizmin gelişmesine katkıda bulunacağını belirtilmektedir. Çevik (2018), Cİ'lerin yerel bir kalkınma aracı olarak bölgesel turizmin gelişmesine katkıda bulunduğunu ifade etmektedir. Cİ'li ürünlerin tur programlarına dâhil edilmesinin tur programlarını zenginleştirerek turları daha çekici bir hale getirdiğini ve bu ürünlerin tanınırlığının arttığını vurgulamaktadır.

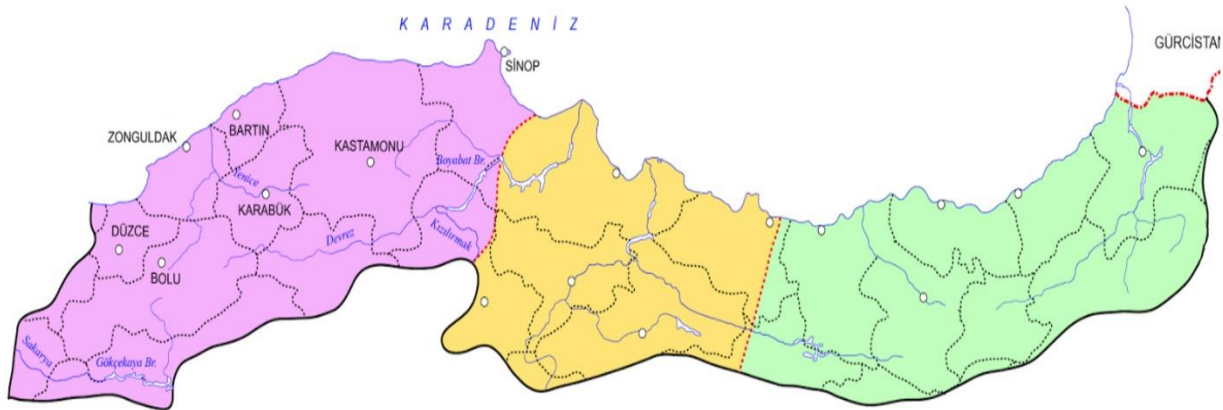
Duman vd., (2019), Cİ'li ürünlerin bölgenin kimliği olarak bölgenin turizm potansiyelini artırdığını, bölgenin tanıtımına önemli katkı sağlayacağını bu nedenle Cİ'li ürünlerin hediyelik eşya olarak değerlendirilmesi gerektiği ifade edilmektedir. Ceylan ve Samırkaş Komşu (2020), Cİ'li ürünlerin bölgenin ve yerel ürünlerin bilinirliğinin artmasını sağladığını, Cİ'in yerel ürünlerin turistik bir ürün olarak pazarlanmasında ve bölgesel ekonomiyi desteklemede etkili bir araç olduğu belirtilmektedirler. Demir (2020), Cİ'li ürünlerin tüketicide merak uyandırdığını, Cİ'li ürün hakkında bilgi toplayan kişinin bir taraftan da bu ürünün yetiştiği bölge veya yöre hakkında bilgi edindiğini, bu bakımdan Cİ'li ürünlerin yöresel, bölgesel ve ulusal çapta etkili bir tanıtım aracı olabileceği ifade edilmektedir.

Jaelani vd., (2020), günümüz turizm hareketlerinde yerel ürünlere olan ilginin her geçen gün artmakta olduğunu, yerel bir ürünün özgünlüğü ve ayırt ediciliği oranında çekiciliğinin artmakta olduğunu ve böyle bir ürünün de turistlerin ilgisini çektiğini ifade etmektedir. Ayrıca Cİ'li ürünlerin ülkeye ve bölgeye turist çekmek için etkili bir araç olarak kullanılabileceğine dikkat çekilmektedir. Saputra (2020), Cİ'li ürünlerin yerelliği, özgünlüğü ve ayırt edici özelliği ile bölgesel turizmin gelişimine katkıda bulunabildiğini ve toplumun çeşitli kesimlerinde sinerji oluşturarak onları turizm olayına dahil ettiğini belirtmektedir. Toplumun çeşitli kesimlerinin turizm olayına dâhil olmasının sürdürülebilir turistik kalkınmayı beraberinde getireceği vurgulanmaktadır. Hadelan vd., (2021), az gelişmiş tarıma dayalı ülkelerde Cİ'li ürünlerin turizm arzına ve turizmin gelişmesine çarpan etkisi yapacağını ifade etmektedir.

3. ARAŞTIRMANIN EVRENİ, AMACI VE YÖNTEMİ

3.1. Araştırmanın Evreni

Türkiye'nin kuzeyinde bulunan Karadeniz Bölgesi, ismini kuzeyinde yer alan Karadeniz'den almaktadır. Bölge; doğu, orta ve batı olmak üzere üç bölümden oluşmaktadır. Bu araştırmanın evrenini Batı Karadeniz bölümü oluşturmaktadır. Batı Karadeniz, Kızılırmak deltasının batı kenarından başlayıp Adapazarı ve Bilecik'in doğusuna kadar uzanır (Zengin, 2006: 66-67). Bölgedeki başlıca iller; Bolu, Düzce, Zonguldak, Bartın, Karabük, Kastamonu ve Sinop'tur (Şekil 1). Bu bölüm genel olarak dağlık ve ormanlık olup genel geçim kaynağı da orman ve orman ürünleridir. Son yıllarda turizm, bölgenin önemli geçim kaynaklarından biri haline gelmiştir.



Şekil 1. Batı Karadeniz Bölümü (Coğrafya Harita, 2021)

3.2. Araştırmanın Amacı ve Yöntemi

Günümüzde yerel, geleneksel ve kültürel özelliği olan ürünlerin bölgesel turizmin gelişmesinde önemli bir etkisinin olduğu bilinmektedir. Bu bağlamda Cİ'li ürünler bölgesel turizmin gelişmesinde anahtar rol oynamaktadır. Zira Cİ; turistler için yerelliği, özgünlüğü, güven ve kaliteyi ifade etmektedir. Bu araştırma, Batı Karadeniz Bölümünün Cİ'li ve Cİ başvuru sürecindeki ürünlerini tespit etmek ve bu ürünlerin bölge turizminin gelişimine olan katkısına dikkat çekmek amacıyla yapılmıştır. Araştırmanın bölgedeki ilgili kamu kurumlarına, yerel yönetime, özel sektör temsilcilerine ve turizm planlamacılarına uygulamada yol göstermesi ve literatüre katkıda bulunması beklenmektedir. Bu açıdan araştırmanın önemli olduğu ifade edilebilir. Araştırma amacı kapsamında cevabı aranan sorular:

- Batı Karadeniz Bölümündeki Cİ'le tescil edilmiş ürünlerin mahreç işareti ve meşe adına göre dağılımları nasıldır?
- Batı Karadeniz Bölümündeki Cİ'le tescil edilmiş ürünlerin yıllara göre dağılımı nasıldır?

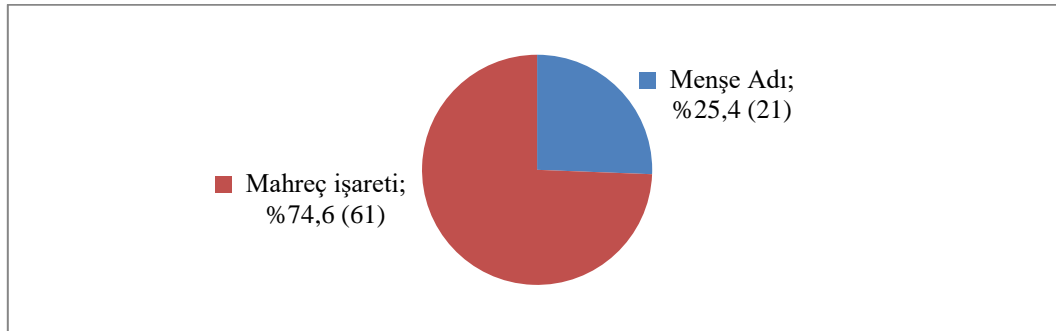
- Batı Karadeniz Bölümündeki Cİ'li ve Cİ başvuru sürecindeki ürünlerin ana ürün gruplara ve alt ürün gruplara göre dağılımları nasıldır?
- Bölgedeki illerin Cİ'li ve Cİ başvuru sürecindeki ürünlerinin ana ürün gruplara ve alt ürün gruplara göre dağılımları nasıldır?
- Cİ'li ürünler bölgenin tanıtım ve pazarlamasında nasıl kullanılabilir?
- Bölgedeki Cİ'li ürünlerden turistik bir ürün olarak nasıl faydalanılabilir?

Araştırma verileri 26 Ağustos 2021 yılında "Türk Patent ve Marka Kurumu'nun coğrafi işaret ve geleneksel ürün adı istatistiklerinden" elde edilmiştir. Araştırma verilerinin analizi için nitel araştırma yöntemlerinden içerik analizi tekniği kullanılmıştır. İçerik analizi, yazılı ve sözlü materyallerin sistemli bir analizidir (Balcı, 2006: 184). İçerik analizi; amaçları belirleme, kavramları tanımlama, analiz birimlerini belirleme, konuyla ilgili verilerin yerini belirleme, mantıksal bir yapıyı geliştirme, kodlama kategorilerini belirleme, sayma, yorumlama ve sonuçları yazma aşamalarından oluşan (Büyüköztürk vd., 2019: 260), bilgi değeri taşıyan her türlü verinin araştırma amacına uygun olarak taranması, sınıflandırılması, özetlenmesi, bulguların araştırmanın amaçları doğrultusunda çözümlenmesi ve yorumlanması işlemlerini kapsayan bilimsel bir araştırma yöntemidir (Yurtseven, Erkul ve Morkoç, 2013: 73). İçerik analizi yöntemiyle toplanan verileri açıklayabilecek kavramlara, ilişkilere ulaşmaya çalışılarak, veriler içinde gizli olabilecek gerçekler ortaya çıkarılmaya çalışılır (Yıldırım ve Şimşek, 2011: 39).

Araştırmada ilk olarak Batı Karadeniz Bölümündeki Cİ'li ürünlerin mahreç işareti ve menşe adına göre dağılımları, ardından tescil edildiği yıllara göre dağılımı yapılmıştır. Bu işlemde sonra bölgenin genel profilini ortaya koymak için Cİ'li ve başvuru sürecindeki ürünler 2 gruba ayrılmıştır. Bu gruplar da kendi içinde gıda, tarımsal ürünler, el sanatları ve diğerleri olmak üzere 4 ana gruba ayrılarak frekans sayıları ve yüzdelik oranları hesaplanmıştır. Gıda kendi içinde 10, el sanatları da 2 alt gruba ayrılarak incelenmiştir. Analizin son aşamasında bölgedeki 7 ilin Cİ'li ve başvuru sürecindeki ana ürün grupları ve bu ürünlerin frekans sayıları hesaplanarak yorumlanmıştır. Araştırmanın sonuç ve tartışma kısmında araştırma bulguları yorumlanırken araştırmacının bölge ile ilgili gözlemlerinden de faydalanılmıştır.

4. BULGULAR

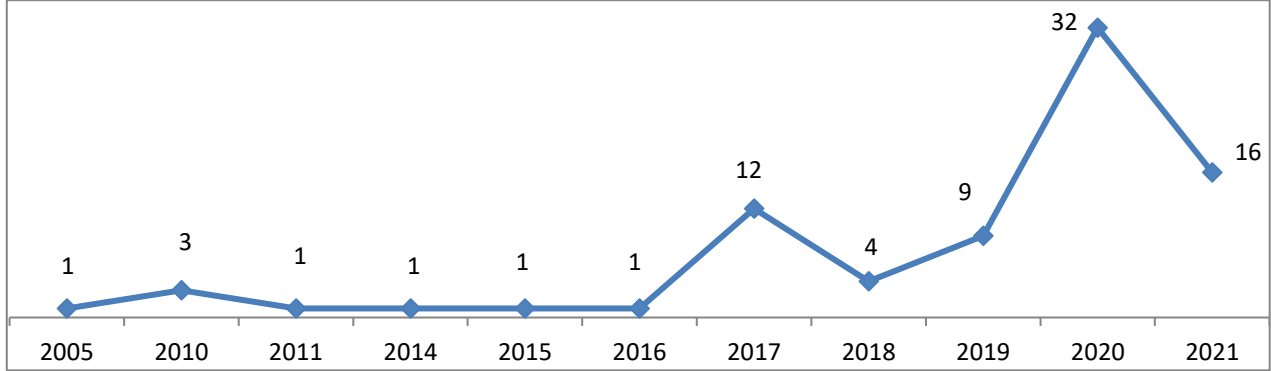
Araştırma bulguları Batı Karadeniz Bölümünde toplam 82 Cİ'li ürün olduğunu ortaya koymaktadır. Bu ürünlerin %74,6'sı (61) mahreç işaretiyle, %25,4'ü (21) de menşe adıyla tescil edilmiştir (Şekil 2). Menşe işaretinin alınabilmesi için bir ürünün tüm veya esas özelliklerinin belli bir coğrafyaya özgü olması gerektiği göz önüne alındığında, Batı Karadeniz Bölümünün bölgeye özgün coğrafi ürünlerinin önemli bir oranda olduğu söylenebilir.



Şekil 2. Cİ Tescilli Ürünlerin İşaret Türü

Araştırma bulgularına dayanarak bölgedeki Cİ bilincinin son yıllarda gelişmeye başladığı söylenebilir. Bölgedeki ilk Cİ'leme 2005 yılında Zonguldak "Devrek Bastonu" ile başlamıştır. 2010 yılına kadar tescil edilen herhangi bir ürün bulunmamaktadır. 2010 yılında Bartın "Bartın İşi Tel

Kırma" dokuması, Kastamonu "Taşköprü Sarımsağı" ve Sinop "Boyabat Çemberi" ile Cİ almıştır. İlk yıllarda tescil edilen ürünlerden 1'i tarımsal ürün olup, 3'ü el sanatlarından oluşmaktadır. Gıda ve tarımsal ürünlerin tesciline 2016 yılından sonra ağırlık verilmiştir. Diğer taraftan bölgede Cİ'li ürünlerin %90,24'ü 2016 yılından sonra tescil edilmiş olup, 2017-2021 yılları arasında Cİ'le tescil edilen ürün sayısı 74'tür (Şekil 3).



Şekil 3. Cİ'le Tescil Edilen Ürünlerin Yıllara Göre Dağılımı

Tablo 1'de Batı Karadeniz Bölümündeki Cİ'li ve Cİ başvuru sürecindeki ürün gruplarının dağılımı yer almaktadır. Tablo 1 üzerinde yer alan sonuçlara göre, bölgede Cİ'le tescil edilen ürün sayısı 82 tanedir. Gıda %59,75'lik oranla en fazla tescil edilen ürün grubu olarak ilk sırada yer almaktadır. Gıdadan sonra en çok tescil edilen ürünler; el sanatları (%19,51) ve tarımsal ürünlerdir (%17,07). Diğer ürünlerin yer aldığı grupta 3 ürün (%3,65) bulunmaktadır. Bu ürünler; "Kurucaşile Taş Saç", "Kastamonu Siyez Buğdayı" ve "Kastamonu Siyez Buğdayı Unudur". Gıda grubu içinde de en çok tescil edilen ürünler; "fırıncılık-pastacılık mamulleri, hamur işleri ve tatlılar" ile "yemek ve çorbalar"dır". Bu ürünler gruplarını "çikolata ve şekerlemeler" takip etmektedir. El sanatları içinde en çok tescil edilen ürünler dokumalardır. Tablo 1'de dikkat çeken diğer bir sonuç, Cİ başvuru sürecindeki ürün sayısının (55) önemli bir oranda olmasıdır. Başvuru sürecindeki ürünlerin %69,09'u gıdalardan, %14,54'ü tarımsal ürünlerden, %10,90'nı el sanatlarından, %5'45'i de diğerlerinden oluşmaktadır. Gıda grubu içinde en çok başvuru yapılan ürünler "yemek ve çorbalar" ile "fırıncılık-pastacılık mamulleri, hamur işleri ve tatlılardır".

Batı Karadeniz Bölümünde gerek Cİ'li gerekse de Cİ başvuru sürecinde sanayi, hayvan ve maden grubundan herhangi bir ürün bulunmamaktadır. Sanayi bölgesi olan Zonguldak'ta taş kömürü, demir, çelik gibi ürünlerin Karabük'te demir, çelik ve diğer sanayi ürünlerinin tescil edilmesi endüstriyel miras turizminin gelişimi adına önemli bir adım olabilir. Bulgulardan yola çıkarak dikkat çeken diğer bir konu da bölgede gerek Cİ'li gerekse Cİ başvuru sürecinde herhangi bir deniz ürününün de bulunmamasıdır. Bölgeyle özdeşleşen hamsi, istavrit, barbun, sarıkanat gibi balık türlerinin ve balıktan yapılan hamsi pilavı, hamsi tava ve diğer deniz ürünlerinden yapılan yemeklerin tescil edilmesi bölgenin gastronomi turizmine ivme kazandırabilir.

Tablo 1. Batı Karadeniz Bölümündeki Cİ'li ve Cİ Başvuru Sürecindeki Ürün Grupları

Ürün Grubu	Tescilli Ürün		Başvuru Sürecindeki Ürün	
	f	%	f	%
Gıda	49	59,75	38	69,09
Yemek ve çorbalar	11		11	
Peynirler	2		1	
Peynir ve dışındaki süt ürünleri	2		-	
Fırıncılık-pastacılık mamulleri, hamur işleri ve tatlılar	22		7	
Çikolata şekerleme ve türevleri	6		1	
Yemekler için çeşni, lezzet vericiler, soslar ve tuz	1		3	
İşlenmiş ve işlenmemiş meyve ve sebzeler ile mantarlar	2		8	
İşlenmiş ve işlenmemiş et ürünleri	1		3	
Bal	1		4	
Alkolsüz içecek	1		-	
Tarımsal Ürünler	14	17,07	8	14,54
El Sanatları	16	19,51	6	10,90
Dokumalar	12		1	
Halı, kilim ve dokuma dışındaki el sanatları	4		5	
Diğerleri	3	3,65	3	5,45
Genel Toplam	82	100	55	100

Tablo 2’de Batı Karadeniz Bölümünün tescilli ve başvuru sürecindeki Cİ’li ürünlerinin illere ve ürün gruplarına göre dağılımı yer almaktadır. Tablo 2 üzerinde yer alan sonuçlara göre, en fazla Cİ’li ürünü olan iller; Kastamonu (24) ve Bolu’dur (21). Onları Düzce (10), Sinop (9), Bartın (8), Karabük (5) ve Zonguldak (5) takip etmektedir. En çok Cİ başvurusu yapan iller; Bolu (22) ve Kastamonu’dur (18). Bu verilere dayanarak Bolu ve Kastamonu’nun Cİ’leme konusunda daha bilinçli ve gayretli olduğu söylenebilir. Yine Tablo 2’de bölgedeki tüm illerin daha çok gıda ürünleri ile Cİ aldıkları veya almaya çalıştıkları, Kastamonu ve Sinop’un yerel gıdalarla birlikte el sanatlarının tescili konusunda da çaba içinde oldukları görülmektedir. Dokuma kültürü ve ahşap işçiliğiyle zengin olan Batı Karadeniz’in el sanatlarının ön plana çıkarılması kültür turizmi ve yaratıcı turizm adına önemlidir. Türkiye Cumhuriyeti Ticaret Bakanlığı’nın geleneksel, kültürel veya sanatsal değeri olan kaybolmaya yüz tutmuş sanatsal eserlerden elpek bezi, el dokumacılığı, mekikli dokumacılık, ahşap işçiliği, oymacılık, sepetçilik (Ticaret Bakanlığı, 2019) gibi bazı el sanatları bu bölgede bulunmaktadır. Bu el sanatlarının gün yüzüne çıkarılarak Cİ’le tescil edilmesi hem bu kültürel mirasın sürdürülebilirliğini sağlayacak hem de bölgede kırsal turizmin yaygınlaşmasına neden olacaktır.

Tablo 2. Batı Karadeniz Bölümündeki Cİ'li ve Cİ Başvuru Sürecindeki Ürünlerinin İllere ve Ürün Gruplarına Göre Dağılımı

Sıra No	İl	Tescilli Ürün Sayısı					Başvuru Sürecindeki Ürün Sayısı				
		Gıda	Tarımsal Ürünler	El Sanatları	Diğerleri	Toplam	Gıda	Tarımsal Ürünler	El Sanatları	Diğerleri	Toplam
1	Bartın	6	-	1	1	8	7	-	1	-	8
2	Bolu	15	5	1	-	21	13	4	2	1	20
3	Düzce	7	3	-	-	10	3	2	-	-	5
4	Karabük	3	1	1	-	5	-	-	-	-	-
5	Kastamonu	12	3	7	2	24	5	-	1	2	8
6	Sinop	3	1	5	-	9	4	-	1	-	5
7	Zonguldak	3	1	1	-	5	6	2	1	-	9
Genel Toplam		49	14	16	3	82	38	8	6	3	55

SONUÇ ve TARTIŞMA

Araştırma bulguları, Batı Karadeniz Bölümünde son yıllarda Cİ'li ve Cİ başvuru sürecindeki ürün sayısında önemli artışlar olduğunu ortaya koymaktadır. Cİ'li ürünlerden %59,75'nin gıda, %17,07'sinin tarımsal ürünler, %19,51'inin el sanatları ve % 3,65'inin diğer ürünlerden oluştuğu tespit edilmiştir. İl bazında değerlendirildiğinde Kastamonu ve Bolu'nun Cİ'li ürün tescilinde daha önde oldukları, diğer illerin de bu illere ayak uydurmaya çalıştıkları görülmektedir. Cİ'li ürün sayısının bölge ve il bazında artış göstermesi önemli bir gelişme olarak değerlendirilebilir. Ancak mevcut durum incelendiğinde Cİ'li ürünlerden turistik bir ürün olarak yeterince faydalanılmadığı gözlemlenmektedir. Bir ürünün Cİ'le tescil edilmesi ve o belgenin çerçevesiyle duvara asılmasıyla iş bitmiyor. Önemli olan Cİ'le tescil edilen ürünün, turistik bir ürüne dönüştürülerek destinasyon tanıtımın ve pazarlamasında bir çekim unsuru olarak kullanılabilmesi ve bölgesel turizmin gelişmesine katkıda bulunabilmesidir. Bölge genelinde Cİ ürünlere yönelik pazarlama sorunu mevcut olup ambalaj, paketleme, sunum ve amblem eksikliği görülmektedir. Ürünler özelliklerine uygun olarak ambalajlanarak paketlenmeli ve doğru bir şekilde sunulmalıdır. Ayrıca Cİ ürünlerin paketlerinde mutlaka o ürünün Cİ'le tescil edildiğine dair amblem olmalıdır. Amblemin amacı o ürünün Cİ'li ürün olduğu konusunda tüketiciye bilgilendirmek ve güven vermektir. Zira günümüzde tüketiciler, tükettikleri ürünlerin kalite ve güvenilirliği konusunda titiz davranmaktadırlar. Diğer bir konu bölgede Cİ'le tescil edilen ürünlerin çoğunun üretildiği/yetiştirildiği mekânlarına yeterince ulaşamadığı görülmektedir. Oysa Cİ'li ürünlerin sadece kendileri değil, üretildiği/yetiştirildiği mekânlar, bu mekânlardaki insanların yaşam şekilleri ve kültürleri de ziyaretçiler tarafından merak edilmektedir. Bu bağlamda Cİ ürünlerin üretildiği/yetiştirildiği mekânların da tur programlarına dâhil edilmesi önerilebilir. Cİ ürünlerin tur paket programların içinde yer alması tur programının içeriğini zenginleştirmekte ve çekiciliğini arttırmaktadır (Çevik 2018; Kargiglioğlu, Çetin ve Erkol Bayram, 2019). Cİ'li ürünlerin tur programına dâhil edilmesi turistlerin bölgede daha fazla vakit geçirmesini, daha fazla harcama ve geceleme yapmasını sağlayabilir. Nitekim Fransa ve İtalya gibi ülkeler planlı ve organizeli bir şekilde Cİ'li ürünleri bir çekicilik unsuru olarak kullanmakta ve bu ürünlerin üretim mekânlarına özel turlar düzenleyerek büyük kazanç elde etmektedirler.

Ziyaretçiler, Batı Karadeniz'de şehir merkezlerinde ve seyahat rotalarının olduğu güzergâhlarda Cİ'li ürünlerin satıldığı özel mekânları veya pazarları bulamamakta hatta bazı illerde Cİ'li ürünlerin kendileri dahi bulunmamaktadır. Zonguldak'a gelen bir ziyaretçi, Osmanlı

Çileğine çok zor ulaşabilmektedir. Çünkü bu çilek hem yılın belirli bir döneminde yetişebilmekte hem de çok sınırlı bir alanda yetiştirilmektedir. Durum böyle olunca diğer çilek türleri yol güzergâhlarında Osmanlı Çileği adı altında satılmakta ve tüketici memnuniyetsizliğine neden olmaktadır. Benzer durum Kastamonu Taşköprü Sarımsağı gibi diğer bazı Cİ'li ürünlerde de görülebilmektedir. Osmanlı Çileğinin yetiştirildiği, tanıtımının yapıldığı Ereğli'nin Kocaali Bölgesi'nde yer alan Osmanlı Çileğini Yaygınlaştırma ve Üreticiyi Koruma Derneği Düzce-Akçakoca-Zonguldak, Amasra-Zonguldak Safranbolu tur programlarına entegre edilebilir. Böylece ziyaretçiler hem farklı deneyimler yaşayabilmesi hem de orijinal ürüne ve üreticiye ulaşabilmesi mümkündür. Nitekim ziyaretçilerin safran bitkisinin hasadını yerinde görebilmeleri için Safranbolu'ya sonbaharda düzenlerin bazı turlara "safran çiçeği hasadı" entegre edilmektedir. Gültekin (2020), safran bitkisinin Safranbolu'nun önemli turistik çekiciliklerinden olduğunu ve turistik talep oluşturduğunu ifade etmektedir. Benzer şekilde Bartın, Düzce, Bolu, Kastamonu ve Sinop'ta da yöresel ürünlerin üretildiği/yetiştirildiği alanlar tur programları kapsamında değerlendirilebilir.

Bölge bazında Cİ'li ürünlerin turistik bir ürün olarak değerlendirilmesi konusunda en organize ve bilinçli hareket eden ilin Kastamonu olduğu söylenebilir. Kastamonu'da tur rotalarının olduğu bazı noktalarda ve şehir merkezinde Cİ ürünlerin bir kısmına ulaşılabilir. Kastamonu merkezde çekme helva, siyez bulguru, Taşköprü Sarımsağı ve bazı yöresel el sanatlarının satın alınabileceği yerler bulunmaktadır. Ancak ilin 24 adet Cİ'li ürünü olduğu göz önüne alındığında diğer ürünlere de ulaşılacak mekânlar olmalıdır. Bolu'ya gelen turlarda genellikle bal ve manda kaymağı ikram edilmektedir. Öğle yemeklerinde ise mangalda hazırlanan ekmek arası köfte, sucuk ikram edilmektedir. Bu ürünlerden sadece manda kaymağı Cİ ürünüdür. Oysa ilin Cİ'li ürün olarak tescil edilmiş gıda kategorisinde 15, tarımsal ürün kategorisinde 5 ürünü bulunmaktadır. Benzer durum Düzce'de de görülmektedir. Ziyaretçi akışının çok olduğu Abant, Yedigöller, Gölcük, Akçakoca gibi destinasyonlarda Cİ'li ve diğer yöresel yemeklerin bir arada satıldığı ve yöresel kültürle sunumunun yapıldığı restoranlar açılabilir. Öte yandan turistik akımın yoğun olduğu bu destinasyonların uygun bir yerine yöresel ürün stantları açılabilir. Bu stantların bazılarında sadece Cİ'li ürünler, diğerlerinde ise dayanıklı gıdalar, tarımsal ürünler, otantik ürünler, hediyelik eşyalar, çini, süs eşyaları, bal, şekerleme, lokum, fındık, fıstık gibi kolay taşınabilen ürünler ile geleneksel yöntemlerle üretilen halı, kilim, dokuma, çanak, çömlek ve diğer el sanatları hediyelik eşya olarak satılabilir.

Amasra tarihi dokusu, coğrafi konumu ve otantik yapısı ile Bartın'a düzenlenen turların en önemli çekim unsurudur. Amasra'ya gelen bir ziyaretçi balık restoranlarından dışında çok az seçenekle karşılaşmaktadır. Batın'ın Cİ'li ürünleri ise tatlı ağırlıklıdır. İlçede açılacak yöresel yemek restoranlarında Cİ'li ve diğer yöresel yemeklere yer verilebilir. Böylece işletmeler müşteriye çeşitli seçenekler sunarak gastronominin çekiciliğinden faydalanabilirler. Diğer bir konu Amasra'da balık restoranlarında sunulan ve oldukça özel ve ayırt edici bir lezzet olan Amasra Salatasının da Cİ başvurusunun yapılması önerilebilir. Amasra'da Cİ'li olmasa da tarhana, kestane, meyve kurusu, reçel gibi sınırlı sayıda yöresel ürünlere Galla Pazarı'nda (Kadınlar Pazarı) ulaşılabilir. Bu pazarın yerel ekonomiye özellikle kadınların ekonomik bağımsızlığına katkısı küçümsenmeyecek boyuttadır. Cİ ürünlerin de turistik bir ürüne dönüştürülerek ziyaretçilere sunulması bu katkıyı daha da arttırabilir.

Sinop'a düzenlenen turlarda genellikle gastronomik ürünlerden Sinop Nokulu ve Sinop Mantısı ikram edilmektedir. Sinop'ta el sanatları kategorisinde tescil edilmiş 5 el sanatı olmasına rağmen bu ürünlerden turistik bir ürün olarak yeterince faydalanılamamaktadır. Bu ürünlerin etkin bir şekilde tanıtılarak ön plana çıkarılması, turistik bir ürüne dönüştürülmesi, üretim

alanlarının tur programlarına dâhil edilmesi ve yaratıcı turizm kapsamında değerlendirilmesi önerilebilir.

Karabük'e gelen turlarda Safranbolu lokumu, Safranbolu simidi ve Safranbolu baklavasına rağbet olmaktadır. Bu ürünlerden sadece Safranbolu lokumu Cİ'lidir ve birçok ziyaretçi bu lokumu hediyelik olarak satın almaktadır. Safranbolu simidi ve baklavasına talebi daha da artırmak için bu ürünlerin Cİ başvuruları yapılabilir. Diğer taraftan Safranbolu'da açılan "Türk Kahve Müzesi" ve "Safranbolu Çikolata Müzesi" açıldığı günden beri ziyaretçilerin ilgisini çekmektedir. Bu karşın Safranbolu'da lokum müzesi bulunmamaktadır. Safranbolu'da bir lokum müzesinin açılması veya yılın belli bir döneminde Safranbolu lokum festivalinin yapılması şehre turizm açısından değer katacaktır.

Bu araştırmada Batı Karadeniz Bölümündeki Cİ'li ve Cİ başvuru sürecindeki ürünlere ve bu ürünlerin turistik bir ürün olarak değerlendirilmesine bölge ve bölgedeki iller düzeyinde genel olarak değinilmiştir. Bundan sonra yapılacak araştırmalarda bölgedeki iller daha ayrıntılı olarak ayrı ayrı ele alınabilir. Hangi ilde hangi Cİ'li ürünlerden turistik bir ürün olarak nasıl faydalandığı ve nasıl faydalanılması gerektiğine yönelik araştırmalar yapılabilir. Öte yandan yöre halkının ve yöreyi ziyaret eden ziyaretçilerin Cİ'li ürün algısına yönelik araştırmalar yapılarak genel durum tespitinde bulunarak ilgili kamu kurumlarına, yerel yönetime, özel sektör temsilcilerine ve turizm planlamacılarına önerilerde bulunabilir.

KAYNAKÇA

- Agreement on Trade-Related Aspects of Intellectual Property Rights- TRIPs (1994). Geographical Indication, 21 Mayıs 2021 tarihinde https://www.wto.org/english/docs_e/legal_e/27-trips.pdf adresinden erişildi.
- Akın, E. B. (2006), Coğrafi İşaret Olarak Tescil Edilmiş Malatya Kayısının Teknolojik Özelliklerinin Saptanması ve Gıda Güvenliği Açısından Araştırılması (Basılmamış Doktora Tezi). Ankara: Hacettepe Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü.
- Balçı, A. (2006). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntem, Teknik ve İlkeleri*, 6. Baskı, Pegem Yayıncılık: Ankara.
- Batı Karadeniz Kalkınma Ajansı- BAKKA (2021). Batı Karadeniz, 23 Haziran 2021 tarihinde <https://www.bakka.gov.tr/bolgemiz/bati-karadeniz/genel-bilgiler> adresinden erişildi.
- Bowen, S. (2010). Embedding local Places in Glabal Spaces: Geographical Indicationa as a Territorial Development Strategy, *Rural Sociology*, 75 (2): 209-243.
- Büyüköztürk, Ş., Kılıç Çakmak, E., Akgün, Ö. E., Karadeniz, Ş. ve Demirel, F. (2019). *Eğitimde Bilimsel Araştırma Yöntemleri*, 27. Baskı, Pegem Yayıncılık: Ankara
- Ceylan, Y. ve Samırkaş Komşu, M. (2020). Coğrafi İşaretli Ürünlerin Bölgesel Turizmin Gelişimi Açısından Değerlendirilmesi: Siirt İli Örneği, *Journal of Humanities and Tourism Research*, Özel Sayı (5): 59-75.
- Coğrafya Harita (2021). Türkiye Bölge Haritaları, 15 Aralık 2021 tarihinde <http://cografyaharita.com/turkiye-cografya-bolge-haritalari2.html> adresinden erişildi.
- Coşkun, A. Y. (2001). Coğrafi İşaretler (Uzmanlık Tezi). Ankara. T.C. Türk Patent ve Marka Kurumu Coğrafi İşaretler Daire Başkanlığı.
- Çevik, S. (2018). Coğrafi İşaretli Ürünlerin Turizmdeki Rolü: Eskişehir Turlarına İlişkin Bir İçerik Analizi, *Journal of Recreation and Tourism Research*, 5 (4): 21-44.
- Demir, İ (2020). Coğrafi İşaretin Sosyoekonomik Etkileri (Uzmanlık Tezi). Ankara. T.C. Türk Patent ve Marka Kurumu Coğrafi İşaretler Daire Başkanlığı.
- Duman, S., Tanrıseven, C. ve Pamukçu, H. (2019). Kastamonu Ilgaz Milli Parkı'na Gelen Turistlerin Coğrafi İşaretli Ürün Algısı, *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 7 (2): 818-838.
- Gangjee, D. S. (2012). Geographical Indications and Cultural Heritage, *The WIPO Journal*, 1: 85-95.

- Giovannucci, D., Barharn, E. ve Prog, R. (2010). Defining and Marketing "Local" Foods: Geographical Indications for US Products. *The Journal of World Intellectual Property*, 13 (2): 94-120.
- Giray, H., Özkan, Z. ve Oran, H. (2012). Yerel Ürünlerin Ekonomik Kalkınmadaki Önemi, *Verimlilik Dergisi*, 4: 109-115.
- Gültekin, B. (2020). Katılımcı Yaklaşımıyla Sürdürülebilir Turizm Planlaması: Safranbolu Örneği (Basılmamış Yüksek Lisans Tezi). Karabük: Karabük Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü.
- Gündeğer, M. (2014). Coğrafi İşaretli Ürünlerin Bölgesel Turizmin Gelişimindeki Önemi: Çanakkale İli Örneği (Basılmamış Yüksek Lisans Tezi). Çanakkale: Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Hadelan, L., JežRogelj, M., Mikuš, O., Prišenk, J. ve Zrakıc Sušac, M. (2021). Food Geographical Indication in Enhancing Agricultural and Tourism Performance, *Scientific Papers Series Management, Economic Engineering in Agriculture and Rural Development*, 21 (1): 361-369.
- Jaelani, A. K., Handayani, G. A. K. R. ve Karjoko, L. (2020). Development of Tourism Based on Geographic Indication Towards to Welfare State, *International Journal of Advanced Science and Tecnology*, 29 (3): 1227-1234.
- Kan, M., Gülçubuk, B. ve Küçükçongar, M. (2012). Coğrafi İşaretlerin Kırsal Turizmde Kullanılma Olanakları, *KMÜ Sosyal ve Elektronik Araştırmalar Dergisi*, 14 (22): 93-101.
- Kargiglioğlu, Ş., Çetin, Y. ve Erkol Bayram, G. (2019). Gastronomi Turlarının Coğrafi İşaretli Ürünler Aracılığı İle Oluşturulması: Batı Karadeniz Turları Örneği, *Gastroia: Journal of Gastronomy and Travel Research*, 3 (4 Özel Sayı): 624-639.
- Kültür ve Turizm Bakanlığı, (2007). Türkiye Turizm Stratejisi 2023 Eylem Planı 2007-2013, 26 Nisan 2021 tarihinde <https://www.ktb.gov.tr/Eklenti/906,ttstratejisi2023pdf.pdf?0> adresinden erişildi.
- Oğuz, Z. (2016). Yerel Değerlerin Turizm Ürününe Dönüşmesinde Coğrafi İşaretlerin Kullanımı: Siirt İli Örneği (Basılmamış Yüksek Lisans Tezi). Mardin: Mardin Artuklu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Polat, E. (2017). Turizmde Coğrafi İşaretleme: Balıkesir Örneği, *Meriç Uluslararası Sosyal ve Stratejik Araştırmalar Dergisi*, 1 (1): 17-31.
- Sanayi ve Mülkiyet Kanunu (2017). Coğrafi İşaret, 21 Mart 2021 tarihinde <https://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2017/01/20170110-9.htm> adresinden erişildi.
- Sanders, A. K. (2010). Incentives for and Protection of Culturel Expression. Art, Trade and Geographical Indications, *The Journal of World Intellectual Property*, 13 (2): 1747-1796.
- Saputra, R. (2020). Development of Crative Industries as Regional Leaders in National Tourism Efforts Based on Geographical Indication, *Journal Bestuur*, 8 (2): 2308-3783.
- Seal, P. P. ve Primanayagam, S. (2018). Branding Geographical Indication (GI) of Food and Its Implication on Gastronomic Tourism: An Indian Perspective, (125-130). 8th Advances in Hospitality and Tourism Marketing and Management (AHTMM) Conference, June 25-29 Bangkok-Thailand.
- Suh, J. ve MacPherson, A. (2007). The Impact of Geographical Indication on the Revitalisation of a Regional Economy: A Case Study of "Boseong" Green Tea, *Area*, 39 (4): 518-527.
- Şahin, G. (2013). Coğrafi İşaretlerin Önemi ve Vize (Kırklareli)'nin Coğrafi İşaretler, *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 15: 23-37.
- Şahin, G. (2019). Türkiye'nin Coğrafi İşaretleri ve Bunların Türkiye Ekonomisinde Etkin Kullanımları (Basılmamış Doktora Tezi). İstanbul: İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Tanrıkulu, M. (2007). Türkiye'de Coğrafi İşaretlerin Tespiti ve Tescil Edilmesinin Önemi, *Uluslararası Sosyal Bilimler Eğitimi Dergisi*, 1 (2): 173-184.

Batı Karadeniz Bölümünün Coğrafi İşaretli Ürünlerinin Tespiti ve Bunların Turistik Önemi

- Tepe, S. (2008). Coğrafi İşaretlerin Ekonomik Etkileri (Uzmanlık Tezi). Ankara: T.C. Türk Patent Enstitüsü Markalar Dairesi Başkanlığı.
- The World Intellectual Property Organization-WIPO, Geographical Indication, 26 Mart 2021 tarihinde https://www.wipo.int/geo_indications/en/ adresinden erişildi.
- Ticaret Bakanlığı (2019). Geleneksel, Kültürel veya Sanatsal Değeri Olan Kaybolmaya Yüz Tutmuş Meslekler Listesi, 15 Ağustos 2021 tarihinde <https://www.ticaret.gov.tr/esnaf-sanatkarlar/duyurular/geleneksel-kulturel-veya-sanatsal-degeri-olan-kaybolmaya-yuz-tutmus-meslekler-li> adresinden erişildi.
- TÜRKPATENT (2021). Coğrafi işaret, 26 Ağustos 2021 tarihinde <https://ci.turkpatent.gov.tr/> adresinden erişildi.
- Unur, K., Köşker, H. ve Şeker, F. (2016). Economic Impacts of Tourism and Its Place in Turkish Economy (Ed. Avcıkurt, C., Dinu, M.S., Hacıoğlu, N., Efe, R., Soykan, A. ve Tetik, N.), *Global Issues and Trend in Tourism* içinde (481-489), Sofia: St. Kliment Ohridski University Press.
- Yenipınar, U., Köşker, H. ve Karacaoğlu, S. (2014). Turizmde Yerel Yiyeceklerin Önemi ve Coğrafi İşaretleme: Van Otlı Peyniri, *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 2 (2): 13-23.
- Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2011). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*, 8. Tıpkı Basım, Seçkin Yayıncılık: Ankara.
- Yurtseven, R., Erkul, H. ve Kekeç Morkoç, D. (2013). *Örneklerle Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntem ve Teknikleri*, Detay Yayıncılık: Ankara.
- Zengin, B. (2006). *Turizm Coğrafyası*, 2. Baskı, Değişim Yayınları: Sakarya.
- Zografos, D. (2008). Geographical Indications and Socio-Economic Development. *IQ Sensato Working Paper*, 3: 1-12.

EK BİLGİLER:

Destekleyen Kurum: Zonguldak Bülent Ecevit Üniversitesi Bilimsel Araştırma Projeleri (BAP) birimi.

Proje Numarası ve Adı: 2020-93439475-01 "Batı Karadeniz Bölgesi'nin Coğrafi İşaretli Ürün Haritasının Tespiti ve Tur Rotasının Belirlenmesi".

Teşekkür

Bu proje çalışmasının gerçekleşmesinde maddi ve manevi desteklerinden dolayı Zonguldak Bülent Ecevit Üniversitesi Bilimsel Araştırma Projeleri (BAP) birimine teşekkürü bir borç bilirim.



Weber'in Rasyonalitesi Perspektifinden Sakinlerin Turizme Karşı Algı ve Tutumları: Güzelyurt İlçesi (Aksaray) Örneğinde Ampirik Bir Analiz*

Residents' Perceptions and Attitudes towards Tourism from the Weber's Rationality Perspective: An Empirical Analysis for the Case of Güzelyurt District (Aksaray)

Kuttusi ZORLU¹, Ali YILMAZ²

Özet

Destinasyon sakinlerinin turizme karşı algı ve tutumlarını etkileyen faktörleri anlamak, turizm araştırmalarının önemli konu alanlarından biri olmuştur. Bu çalışmada, Güzelyurt ilçe sakinlerinin turizme karşı algı ve tutumlarının "turizmden ekonomik fayda", "turizmde toplum güçlendirme (psikolojik, sosyal ve politik güçlendirme)" ve "ekosentrik tutum" faktörleri üzerinden, Weber'in Biçimsel ve Özsel Rasyonalite Kuramı (WBÖRK) çerçevesinde ampirik olarak açıklanması amaçlanmıştır. Bu amaçla, Güzelyurt ilçe sakinlerine uygulanan 369 anketten elde edilen veriler Yapısal Eşitlik Modeli (YEM) ile analiz edilerek, araştırmada önerilen model ve hipotezler test edilmiştir. Bulgular, sakinlerin fayda ve maliyet algılarının ilçede turizm gelişiminin desteklenmesinde önemli bir faktör olduğu yönündedir ve ekonomik yöne odaklanan Sosyal Değişim Teorisini (SDT) destekler niteliktedir. Ek olarak, psikolojik ve sosyal güçlendirme ile ekosentrik tutum faktörlerinin (ekonomik olmayan) sakinlerin algı ve tutumlarını etkilemesi Weber' in kuramını doğrulamaktadır. Araştırma sonuçlarının hem teorik hem de pratik katkıları bulunmaktadır. Teorik bağlamda sonuçların, çeşitli model ve teoriler ile Türkiye'de yerel halk-turizm ilişkisi literatürüne önemli bir katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Pratik anlamda ise sonuçlar, Güzelyurt ve Aksaray'da turizmin planlanması, izlenmesi ve yönetilmesine dolaylı olarak katkı sağlayacaktır.

Anahtar Kelimeler: Sosyal Değişim Teorisi, Weber Biçimsel ve Özsel Rasyonalite Kuramı, Turizme karşı tutum, Güzelyurt ilçesi

Abstract

Understanding the factors that impact the perceptions and attitudes of destination residents towards tourism is one of the important subject areas of tourism research. This study aims to explain empirically the residents' perceptions and attitudes towards tourism as explained by Weber's Formal and Substantive Rationality Theory (WFSRT) based on the factors of "Economic Benefit from Tourism", "Community Empowerment in Tourism" and "Ecocentric Attitude". For this purpose, the data obtained from the 369 questionnaires carried out on the local people was analyzed with the Structural Equation Model (SEM) and the proposed models and hypotheses were tested. The results suggest that residents' benefit and

¹Ardahan Üniversitesi, İnsani Bilimler ve Edebiyat Fakültesi, Ardahan, Türkiye

²Uşak Üniversitesi, Fen Edebiyat Fakültesi, Uşak, Türkiye

ORCID:

K.Z.: 0000-0001-8924-6549

A.Y.: 0000-0002-7762-3770

Corresponding Author:

Kuttusi ZORLU

Email:

kuttusizorlu@ardahan.edu.tr

Citation: Zorlu, K. ve Yılmaz, A. (2022). Weber'in rasyonalitesi perspektifinden sakinlerin turizme karşı algı ve tutumları: Güzelyurt İlçesi (Aksaray) örneğinde ampirik bir analiz. *Journal of Humanities and Tourism Research*, 12 (1): 36-55.

Submitted: 25.10.2021

Accepted: 10.01.2022

cost perceptions are an important factor in promoting tourism development in the district and support Social Exchange Theory (SET), which focuses on the economic direction. Additionally, the fact that the factors of "psychological and social empowerment" and "ecocentric attitude" affect the perceptions and attitudes of the residents have confirms Weber's theory. In the theoretical context, it is thought that the results will make an important contribution to the literature of local people-tourism relations in Turkey with various models and theories. In practical terms, the results will indirectly contribute to the planning, monitoring and management of tourism in Güzelyurt and Aksaray.

Keywords: *Social Exchange Theory, Weber's of Formal and Substantive Rationality Theory, Attitude towards tourism, Guzelyurt District*

1. GİRİŞ

Sakinlerin turizme katılımı ve desteği, bir destinasyonda sürdürülebilir turizm gelişiminin ana unsurlarından biri olarak görülmektedir (Gursoy, Chi, & Dyer, 2010; Murphy, 2013). Başka bir deyişle, başarılı bir turizm gelişimi, yerel halkın olumlu tutumlarına bağlıdır (Sharpley, 2014). Bu nedenle, turizm gelişiminde sakinlerinin algı ve tutumlarını anlamaya yönelik çalışmaların sayısı gün geçtikçe artmaktadır (Sharpley 2014). Çünkü turizmin etkilerini olumlu olarak algılayan sakinlerin, olumsuz olarak algılayanlara göre turizm gelişimini daha fazla destekleyeceği belirtilmektedir (Lee, 2013). Bu varsayımın dayandığı teorik çerçeve ise Sosyal Değişim Teorisi (SDT) olmuştur. SDT, turizmde sakinlerin algı ve tutumlarını etkileyen faktörleri belirlemeye ve bu faktörler ardında yatan nedenleri açıklamaya çalışmaktadır (Kayat, 2002). Ancak son 30 yıldır, SDT perspektifinden yapılan çalışmalarda, yerel sakin-turizm ilişkisi çoğunlukla ekonomik anlamda fayda ve maliyet ilişkisine odaklanmıştır. Bu durum SDT'nin sorgulanması ve yeni teorik çerçevelerle desteklenerek tamamlanması gerektiği görüşünü ortaya çıkarmıştır (Boley vd., 2014). Bu nedenle, sakinlerin turizme olan desteğini şekillendiren ekonomik olmayan faktörlere odaklanılmıştır (Strzelecka vd., 2017). Bu bağlamda, hem ekonomik hem de ekonomik olmayan faktörleri içeren önemli teorik çerçevelerden biriside Weber'in Biçimsel (Formal) ve Özsel (Substantive) Rasyonalite Kuramı (WBÖRK) olmuştur (Boley vd., 2014, 2015; Palardy, Boley ve Gaither, 2018). WBÖRK'te, ekonomik (biçimsel rasyonalite) değişkenler SDT ile birebir örtüşürken, ekonomik olmayan (özsel rasyonalite) değişkenler ise SDT'deki söz konusu boşluğun doldurulması için önerilmiştir (Boley vd., 2014). Ayrıca, Weber'in bu tipolojisi son dönemlerde, turizmde sakinlerin algı ve tutumlarının anlaşılmasına yönelik olarak güçlendirme kavramıyla birlikte sıklıkla kullanılmaya başlanmıştır. Nitekim sakinlerin turizme olan desteklerinin şekillenmesinde, güçlendirme kavramının önemli bir yordayıcı faktör olduğu ampirik olarak kanıtlanmıştır (Boley vd., 2014). Genel literatürde WBÖRK ve güçlendirme perspektifiyle, sakinlerin turizmde algı ve tutumlarını anlamaya yönelik birçok çalışma (Boley vd., 2014; Boley ve McGehee, 2014; Cole, 2006; Nunkoo ve Ramkissoon, 2011; Ramos ve Prideaux, 2014; Scheyvens, 1999, 2000; Sofield, 2003; Strzelecka ve Wicks, 2015) yer almaktadır. Ancak, Türkiye ve Güzelyurt ölçeğinde turizm alanında söz konusu perspektifi konu edinen herhangi bir çalışmaya rastlanılmamıştır. Bu nedenle mevcut çalışmada, turizmin Güzelyurt ilçesinde, sakinlerin algı ve tutumunu nasıl etkilediğini gösteren teorik bir modelin test edilmesi amaçlanmıştır. Bu amaç doğrultusunda, yerel sakinlerin turizme karşı algı ve tutumları, "turizmden ekonomik fayda", "turizmde toplum güçlendirme (psikolojik, sosyal ve politik)" ve "ekosentrik tutum" faktörleri üzerinden, WBÖRK perspektifiyle ampirik olarak açıklanmaya çalışılmıştır. Çalışmanın hem teorik hem de pratik anlamda çeşitli çıkarımlarının olacağı düşünülmektedir.

2. LİTERATÜR DEĞERLENDİRMESİ VE HİPOTEZ GELİŞİMİ

2.1. Turizme Karşı Yerel Sakinlerin Algı ve Tutumu

Yerel sakinlerin turizme olan bakışının önemli olması birçok araştırmacıyı (Alaeddinoğlu, 2007; Andereck ve Vogt, 2000; Çiçek ve Sarı, 2018; Duran ve Ozkul, 2012; Gursoy vd., 2002; Gursoy vd., 2010; Gursoy ve Kendall, 2006; Gursoy ve Rutherford, 2004; Harrill, 2004; Ko ve Stewart, 2002; Okuyucu ve Somuncu, 2012; Özdemir ve Kervankıran, 2011; Yılmaz ve Şahin, 2009; Türker vd., 2016; Aksu ve Görman, 2019; Ayazlar ve Ayazlar, 2016; Ayazlar, 2016; Varnacı ve Somuncu, 2011 gibi) bu yönde araştırma yapmaya teşvik etmiştir. Bu alanda yürütülen çalışmaların üzerinde durduğu temel nokta, sakinlerin turizme karşı algı ve tutumlarının, turizmle elde ettikleri fayda ve maruz kaldıkları maliyetlere göre farklılaştığıdır (Gursoy vd., 2002). Birçok çalışma bu farklılaşmayı SDT ile açıklamaktadır. SDT, bir etkileşim durumunda grup ve bireyler arasındaki kaynakların değişimini anlamaya yönelik genel bir sosyolojik teoridir (Ap, 1992). SDT'nin temel ilkesi, insan etkileşiminin temel bir biçimi olan sosyal ve maddi kaynakların değişimidir ve insanlar her zaman kendi değişim sonuçlarının değerini maksimize etmek isterler (Kelly ve Thibaut, 1979). SDT, sakinlerin turizm gelişimi ile ilgili olumlu ve olumsuz etkilere ilişkin algılarını açıklamak için sıklıkla kullanılmıştır (Andereck vd., 2005; Ap, 1992; Choi ve Murray, 2010; Gursoy vd., 2002; Gursoy ve Kendall, 2006; Gursoy ve Rutherford, 2004; Harrill, 2004; Látková ve Vogt, 2012; Lee, 2013; Nunkoo ve Ramkissoon, 2010; Perdue vd., 1987, 1990; Vargas-Sanchez vd., 2011; Weaver ve Lawton, 2013; Yoon vd., 2001). Yapılan ampirik araştırmaların birçoğunda sakinlerin fayda-maliyet algıları ile turizm desteği arasında doğrusal bir ilişki olduğu saptanmıştır (Gursoy ve Rutherford, 2004; Andereck vd., 2005; Wang vd., 2020). Bu anlamda SDT'nin ekonomik olarak odaklandığı fayda-maliyet algısı WBÖRK'nin biçimsel rasyonalitesiyle birebir uyumaktadır. Yukarıda değerlendirilmesi yapılan literatüre göre, bu çalışmada turizmin algılanan (olumlu ve olumsuz) etkileri ile turizm gelişimine destek yapıları arasındaki ilişki için şu hipotezler önerilmiştir:

- **H1 (+):** Turizmin algılanan olumlu etkileri ile turizm gelişimine destek arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki vardır.
- **H2 (-):** Turizmin algılanan olumsuz etkileri ile turizm gelişimine destek arasında negatif ve anlamlı bir ilişki vardır.

2.2. Weber'in Biçimsel ve Özsel Rasyonalite Kuramı (WBÖRK)

Turizm araştırmalarında SDT'nin ekonomik olarak fayda-maliyet ilişkisine odaklanmasından dolayı, araştırmacılar daha objektif sonuçlar elde etmek için farklı değişken ve teoriler ile bu açığı kapatmaya çalışmışlardır. Sakinlerin turizme yönelik tutumlarını etkileyen hem ekonomik hem de ekonomik olmayan faktörlerin nasıl ele alınacağı üzerine literatürde ki bu boşluk, çeşitli yaklaşımlarla (Nunkoo ve Ramkissoon, 2011; Woosnam vd., 2009; Boley vd., 2014, 2015; McGehee, 2007; Strzelecka vd., 2017) doldurulmaya çalışılmıştır. Söz konusu yaklaşımlardan birisi de Weber'in rasyonalite kuramı olmuştur. Weber' in tipolojisini kullanan turizmdeki mevcut çalışmalar biçimsel ve özsel rasyonalite eylem tipolojisine odaklanmışlardır. Biçimsel ve özsel rasyonalite, sosyolog Max Weber tarafından bir kişinin farklı ekonomik faaliyet biçimlerine katılmasının ardında yatan motivasyonu açıklamanın bir yolu olarak geliştirilmiştir (Boley, 2013). Weber' in *biçimsel (formal) rasyonalite* kavramı, büyük oranda ekonomik ihtiyaçların sağlanmasıyla ilişkilidir (Boley ve McGehee, 2014; McGehee ve Meares, 1998; Strzelecka vd., 2017). Turizmde biçimsel rasyonalite, turizmden maddi olarak yararlanan sakinlerin genelde turizmin etkilerini daha olumlu gördükleri ve turizm gelişimine daha fazla destek verdiklerini açıklamak için SDT ile örtüşmektedir (Boley vd., 2014). *Özsel (substantive) rasyonalite* ise, ekonomik ihtiyaçların sağlanmasından ziyade, ekonomik olmayan (belirli bir felsefi görüş, değer, inanç, ahlak duygusu ya da toplumsal değişim vizyonu) faktörlere karşılık gelmektedir (Boley vd., 2014; Kalberg, 1980;

Strzelecka vd., 2017b). Bu nedenle hem ekonomik hem de ekonomik olmayan değişkenlerin bir arada kullanılmasına olanak sağlayan WBÖRK'nin SDT'nin yerine kullanılması önerilmektedir.

WBÖRK, kentsel yeşil alan-sakinler arasındaki ilişki (Palardy vd., 2018), turizmde yerel sakinlerin tutumunu açıklama ve güçlendirme (Boley vd., 2014), yer bağlılığı ve güçlendirme ilişki (Strzelecka vd., 2017c), turizm bilgisi, güçlendirme ve turizmde politik eylem ilişkisi (Joo vd., 2020) gibi çeşitli araştırmalarda kullanılarak ampirik olarak test edilmiştir. Genel olarak literatürdeki bulgular, yerel sakinlerin turizmi ekonomik kalkınma için bir araç olarak gördüklerini ve bu nedenle ekonomik kalkınma stratejisi olarak turizm gelişimini desteklediklerini göstermektedir (Dyer, Gursoy, Sharma ve Carter, 2007; Ko ve Stewart, 2002; Long vd., 1990; McGehee & Andereck, 2004). Literatürle ilişkili olarak aşağıdaki hipotezler önerilmiştir:

- **H3 (+):** Turizmden elde edilen ekonomik fayda ile turizmin algılanan olumlu etkileri arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki vardır.
- **H4 (-):** Turizmden elde edilen ekonomik fayda ile turizmin algılanan olumsuz etkileri arasında negatif ve anlamlı bir ilişki vardır.
- **H5 (+):** Turizmden elde edilen ekonomik fayda ile turizm gelişimine destek arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki vardır.

2.3. Turizmde Toplum Katılımı ve Güçlendirme

Literatürde sürdürülebilir turizm bağlamında güç ve güçlendirme süreçlerini teorik ve ampirik olarak değerlendiren çalışmalar (Boley ve Johnson Gaither, 2016; Boley ve McGehee, 2014; 2016; Maruyama vd., 2016; Park ve Kim, 2016; Ramos ve Prideaux, 2014; Sofield, 2003; Strzelecka ve Wicks, 2015; Sutawa, 2012; Weng ve Peng, 2014) gün geçtikçe artmaktadır. Çünkü, turizmde toplumların katılımı ve güçlendirilmesi sürdürülebilir turizmin perspektifiyle birebir örtüşmektedir (Tuncer, 2019). Turizm araştırmalarında ilk olarak, Akama (1996) turizmde toplumsal güçlendirmenin gerekliliğini önermiştir (Boley, 2013). Scheyvens (1999) güçlenmeyi, Friedmann (1992)'in görüşlerine dayanarak, toplum turizmi için siyasi, ekonomik, psikolojik ve sosyal boyutları içeren bir güçlendirme çerçevesi önermiştir (Boley, 2013). Sofield (2003) turizmde güçlendirme kavramının, teorilerini ve yöntemlerini daha da derinleştirerek sürdürülebilir turizm perspektifinde literatüre kazandırmıştır. Toplum katılımı ve güçlendirme, sürdürülebilir turizm literatüründe psikolojik, sosyal, ekonomik, politik ve son zamanlarda çevresel güçlendirme boyutlarına ayrılmıştır (Boley ve McGehee, 2014; Ramos ve Prideaux, 2014; Scheyvens, 1999). Bu çalışmada, güçlendirmenin çok boyutlu kavramlaştırılması psikolojik, sosyal ve politik boyutlarıyla turizm özelinde değerlendirilmiştir.

2.3.1. Psikolojik Güçlendirme

Psikolojik güçlendirme, bireysel analiz düzeyinde güçlenmeyi ifade etmektedir (Zimmerman, 1990). Turizmde ise, sakinlerin gurur ve benlik saygısını etkileyen faktörlerle ilgilidir (Boley vd., 2014; Maruyama vd., 2016; Strzelecka vd., 2017). Bu gurur ve benlik saygısı özellikle ev sahibi toplulukların, doğal ve kültürel kaynaklarını deneyimlemek için ziyaret eden yabancı insanlardan dolayı kendilerini özel hissetmelerinden kaynaklanmaktadır (Boley vd., 2014; Scheyvens, 1999; Weng ve Peng, 2014). Genel literatürde psikolojik güçlendirme ile turizm etkileri ve desteği arasında ilişkileri doğrulayan pek çok çalışma mevcuttur (Boley vd., 2014, 2018; Strzelecka vd., 2017; Maruyama vd., 2017; Weng ve Peng, 2014). Örneğin, Boley vd., (2014), RETS'i (Resident Empowerment through Tourism Scale) kullanarak psikolojik güçlenmeyi, sakinlerin turizm gelişimine desteğini etkileyen önemli bir yapı olduğunu saptamışlardır. Weng ve Peng, (2014) Çin'in tarihi Furong köyünde yaptıkları çalışmada, toplumların turizm konusundaki yetersizliklerinin güçlendirme ile aşılabacağı, psikolojik güçlendirilmenin ise toplumsal güçlenmenin

çekirdeğini oluşturduğunu saptamışlardır. Literatürle ilişkili olarak araştırmada önerilen hipotezler şöyledir:

- **H6 (+):** Algılanan psikolojik güçlendirme ile turizmin algılanan olumlu etkileri arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki vardır.
- **H7 (-):** Algılanan psikolojik güçlendirme ile turizmin algılanan olumsuz etkileri arasında negatif ve anlamlı bir ilişki vardır.
- **H8 (+):** Algılanan psikolojik güçlendirme ile turizm gelişimine destek arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki vardır.

2.3.2. Sosyal Güçlendirme

Sosyal güçlendirme, toplum üyeleri arasındaki ilişkilere ve turizmin topluluğun uyum ve iş birliği yapma kabiliyetini nasıl etkilediğine odaklanan bir güçlendirme türüdür (Boley ve McGehee, 2014; Ramos ve Prideaux, 2014; Scheyvens, 1999). Sosyal güçlendirme ile, özellikle sürdürülebilir turizm gelişiminde, toplumlara kazandırılması gereken uyum ve iş birliğine vurgu yapılmaktadır (Boley vd., 2014; Scheyvens, 1999). Literatürde sosyal güçlendirmenin, sakinlerin turizme karşı tutumlarını açıklayan bir faktör olduğu önceki araştırmalarda ampirik olarak test edilmiştir (Boley vd., 2014, 2017; Strzelecka vd., 2017; Maruyama vd., 2017; Joo vd., 2020). Örneğin, Strzelecka vd., (2017) Polonya'nın Choczewo yerleşiminde yaptıkları çalışmada, sakinlerin sosyal olarak güçlendirilmesinin, turizmin gelişimini desteklemede önemli bir faktör olduğunu saptamışlardır. Literatürle desteklenerek araştırma için aşağıdaki hipotezler önerilmiştir:

- **H9 (+):** Algılanan sosyal güçlendirme ile turizmin algılanan olumlu etkileri arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki vardır.
- **H10 (-):** Algılanan sosyal güçlendirme ile turizmin algılanan olumsuz etkileri arasında negatif ve anlamlı bir ilişki vardır.
- **H11 (+):** Algılanan sosyal güçlendirme ile turizm gelişimine destek arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki vardır.

2.3.3. Politik Güçlendirme

Politik güçlendirme, yerel sakinlerin turizm gelişimi konusundaki endişelerini paylaşma yetkisine sahip olduklarında ortaya çıkan güçlendirme boyutudur (Scheyvens, 1999). Başka bir deyişle, Tosun (2001)'a göre turizmde toplum katılımının en üst basamağını ifade etmektedir. Turizmde politik anlamda güçlendirilen yerel sakinler siyasi etkinlik sergiler, sosyal ve politik kaynakları istihdam etmeye motive olurlar (Boley vd., 2014; Joo vd., 2020). Yapılan birçok araştırmada, politik güçlendirme ile sakinlerin algıları arasında önemli ilişkiler olduğu saptanmıştır (Boley vd., 2014). Örneğin, Boley vd., (2014) ABD-Virginia'nın üç farklı yerleşim yerinde yaptıkları çalışmalarında, politik güçlendirme ile turizmin algılanan (olumlu-olumsuz) etkileri arasında anlamlı ilişkiler saptamışlardır. Literatürce desteklenerek araştırmada önerilen hipotezler şöyledir:

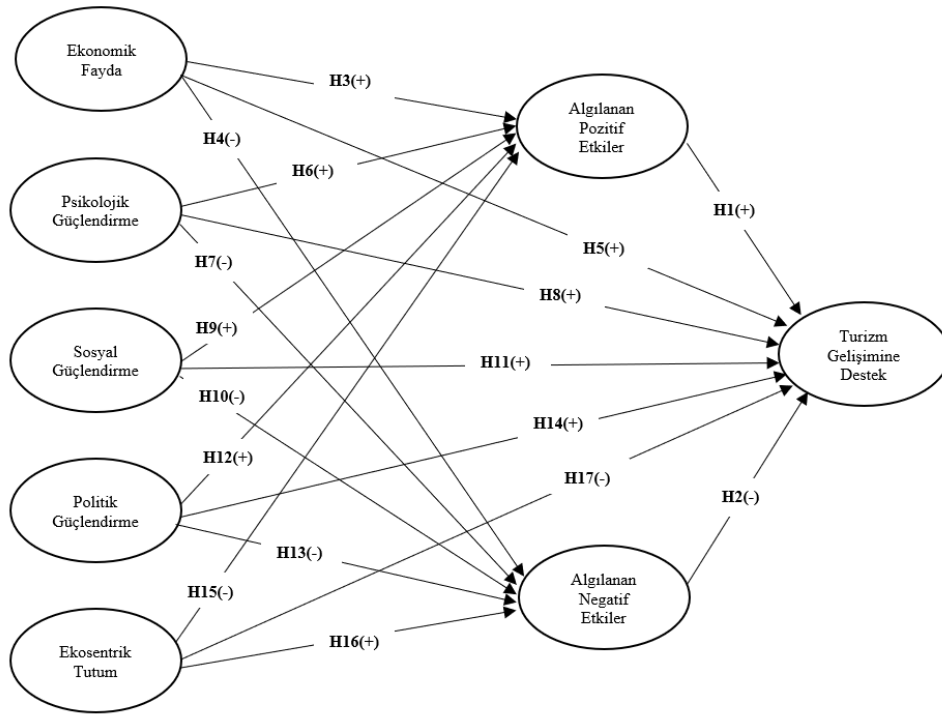
- **H12 (+):** Algılanan politik güçlendirme ile turizmin algılanan olumlu etkileri arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki vardır.
- **H13 (-):** Algılanan politik güçlendirme ile turizmin algılanan olumsuz etkileri arasında negatif ve anlamlı bir ilişki vardır.
- **H14 (+):** Algılanan politik güçlendirme ile turizm gelişimine destek arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki vardır.

2.4. Çevresel Sürdürülebilirlik ve Ekosentrik Tutum

UNEP ve WTO (2005)'ya göre, çevresel sürdürülebilirlik, ekolojik sürdürülebilirlik olarak bilinir ve bir alanın çevre, biyolojik çeşitlilik ve kaynaklarının korunmasına odaklanır. Çevre, turizm ürününün ana unsuru kabul edilmektedir. Bu nedenle çevresel sürdürülebilirliğin sağlanması gerekmektedir. Literatürde ekosentrik tutum düzeyinin, destinasyonlarda sakinlerin turizm etkilerine ve turizm gelişim desteğine ilişkin algılarını önemli ölçüde etkilediğine dair bulgular mevcuttur (Gursoy vd., 2002; Gursoy ve Rutherford, 2004; Jurowski vd., 1997; Nunkoo ve Ramkissoon, 2010). Örneğin, Gursoy vd., (2002) ABD Virginia'da yaptıkları araştırmada, ekosentrik tutum ile turizmin algılanan fayda ve maliyetleri arasında anlamlı ters bir ilişki olduğunu, ancak turizm gelişim desteği ile anlamlı pozitif bir ilişki olduğunu saptamışlardır. Literatürdeki bulgular baz alınarak aşağıdaki hipotezler önerilmiştir:

- **H15 (-):** Ekosentrik tutum ile turizmin algılanan olumlu etkileri arasında negatif ve anlamlı bir ilişki vardır.
- **H16 (+):** Ekosentrik tutum ile turizmin algılanan olumsuz etkileri arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki vardır.
- **H17 (-):** Ekosentrik tutum ile turizm gelişimine destek arasında negatif ve anlamlı bir ilişki vardır.

Araştırmanın modelinde kullanılan yapılar ve bu yapılar arasındaki nedensel ilişkileri (hipotezleri) gösteren yol ağı Şekil 1'de detaylı olarak sunulmuştur.

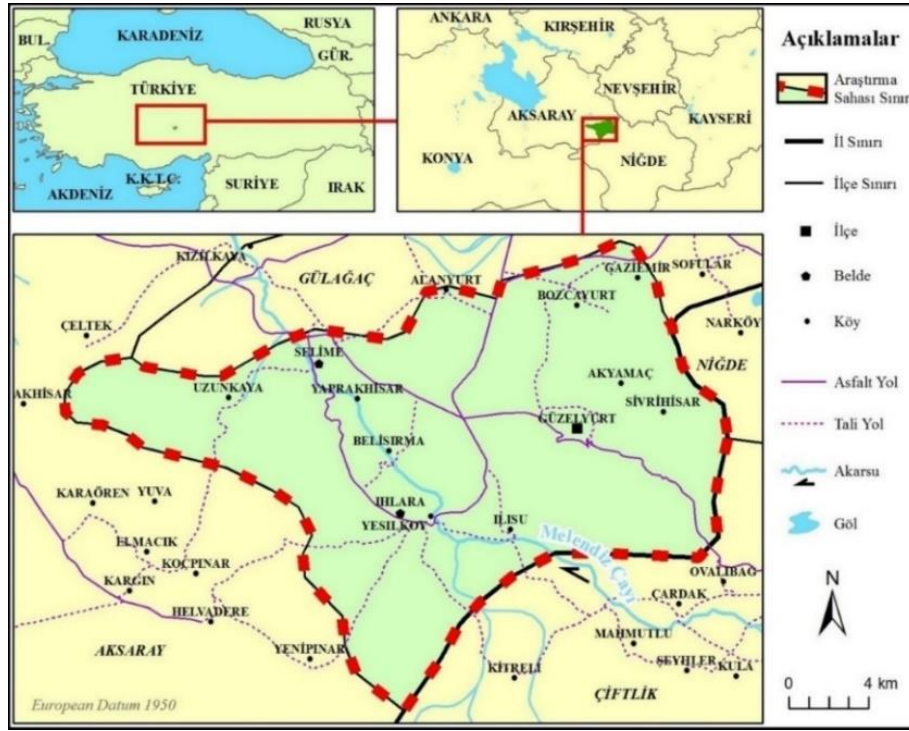


Şekil 1. Araştırmanın Modeli ve Hipotezleri

3. MALZEME VE METOT

3.1. Araştırma Sahası

Güzelyurt, İç Anadolu Bölgesi'nin Orta Kızılırmak Bölümü'nün güneyinde yer alan Aksaray iline bağlı bir ilçedir (Şekil 2). İlçe, 422 km² lik yüz ölçümüne sahiptir.



Şekil 2. Araştırma Sahası Lokasyonu

Eski adı Karballa, daha sonra Gelveri olan Güzelyurt, Prehistorik devirlerden beri insanlara yurt olmuştur (Şahin, 2014; Pekak, 1993). Güzelyurt ve çevresi tarihsel süreçte Hitit, Pers, Kapadokya Krallığı, Eski Yunan, Roma, Bizans, Selçuklu ve Osmanlı hâkimiyeti dönemlerini yaşamıştır. Güzelyurt ve çevresinin morfolojik yapısı, tektonik denetimli Neojen-Kuvaterner volkanizmasına ve iklimik-flüvyal süreçlere bağlı olarak gelişmiştir. Bu morfolojik yapı, tarihsel süreç içerisinde sahanın beşerî coğrafyasını da önemli ölçüde şekillendirmiş ve çok eski bir yerleşim alanı olmasında etkili olmuştur. Özellikle vadi içleri ve yamaçlarda insanlar tarafından oluşturulan kaya oyma yapıların (manastır, kilise, yerleşim yeri) tarihi çok eskilere gitmektedir (Varnacı, 2012). Güzelyurt, 2018 yılında yerli ve yabancı olmak üzere toplam 523.395 kişi tarafından ziyaret edilmiştir (Aksaray Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2018). Güzelyurt'a bağlı olan Ihlara Vadisi Örenyeri, 2018 yılında ülke genelinde en çok ziyaret edilen ilk on listesinde altıncı sırada yer almıştır (Aksaray Kültür ve Turizm Müdürlüğü, 2018).

Güzelyurt, turizm açısından önemli doğal ve kültürel kaynaklara sahip olmasına rağmen bu alanda yatırımları teşvik eden politikaların eksikliği nedeniyle pek çok farklı turizm kaynağı verimli ve sürdürülebilir bir şekilde kullanılamamaktadır (Tuncer ve Çavuş, 2017). Yörede yaşayan halkın büyük bir kısmı geçimini tarım ve hayvancılıkla sağlamaktadır. İlçede istihdam şartlarının yetersizliğine paralel olarak düşük yaşam standartları mevcuttur ve bu durumda ilçenin göç vermesine neden olmaktadır. Ayrıca turizm kaynaklarından ekonomik ve sosyo-kültürel anlamda fayda sağlayamayan yöre halkı koruma konusunda da duyarsız ve bilinçsiz olabilmektedir. Güzelyurt ilçesinin araştırma sahası olarak seçilmesinde; (1) bölgenin önemli destinasyonlarından biri olması, (2) turizm gelişiminde ilçe sakinlerinin turizme karşı algı-tutumlarının saptanmasının gerekliliği ve (3) sosyo-ekonomik olarak az gelişmişlik probleminin

çözümü için yöre paydaşlarının görüşlerini dikkate alan, katılımcı bir planlama anlayışı ile oluşturulacak turizm gelişiminin gerekliliği gibi nedenler etkili olmuştur.

3.2. Veri Toplama Aracı ve Örneklem

Çalışmada veri toplama aracı olarak kullanılan ölçek, önceki araştırmalarda kullanılan ölçeklere dayalı olarak tasarlanmıştır. Hazırlanan anket demografik bilgiler dışında, sekiz yapı ve 37 maddeden oluşmaktadır (Tablo 2). Turizmin algılanan (olumlu ve olumsuz) etkileri yapısı çeşitli çalışmalardan (Ko ve Stewart, 2002; Látková ve Vogt, 2012; McGehee ve Andereck, 2004; Yoon vd., 2001) uyarlanan on iki maddeden; güçlendirme yapıları (psikolojik, sosyal ve politik) Boley vd., (2014), Strzelecka vd., (2017)'dan uyarlanan on iki maddeden; ekonomik fayda yapısı Boley vd., (2014)'den uyarlanan dört maddeden; turizm gelişimine destek yapısı benzer çalışmalardan (Choi ve Murray, 2010; Gursoy ve Rutherford, 2004; Lankford ve Howard, 1994; Lee, 2013; Teye, Sönmez ve Sirakaya, 2002) uyarlanan beş maddeden; son olarak ekosentrik tutum yapısı Choi & Murray, (2010)'den uyarlanan dört maddeden oluşmaktadır. Tüm maddeler 5'li likert ölçeği kullanılarak ölçülmüştür (1:kesinlikle katılmıyorum; 5:kesinlikle katılıyorum). İngilizce olarak hazırlanan anket formu daha sonra uzman çevirmenler tarafından Türkçe'ye çevrilmiş ve kapsam geçerliliğini sağlaması amacıyla turizm alanında uzman iki araştırmacının değerlendirmesine sunulmuş, görüş ve önerileri anket formunda dikkate alınmıştır. Ayrıca kullanılan ölçekler için, 2018 yılında OMÜ Sosyal ve Beşerî Bilimler Araştırmaları Etik Kurulundan onay raporu alınmıştır.

Araştırmada kullanılan nicel veri toplama araçlarının katılımcılar tarafından ne derecede anlaşıldığı ve güvenilirliklerini tespit etmek amacıyla pilot çalışma gerçekleştirilmiştir. 2017 Ağustos ayında Güzelyurt ilçesinde ikamet eden 65 katılımcıya anket uygulanmıştır. Pilot çalışmanın ardından anketlerde bazı küçük değişiklikler yapılarak anketler son haline getirilmiştir. Elde edilen verilerin güvenilirlik değerleri incelendiğinde, ölçüm aracının güvenilirliği Cronbach's Alpha (α) katsayısının hesaplanması suretiyle belirlenmiş ve 0,883 Cronbach's Alpha (α) değerine ulaşılmıştır. Genel olarak bu değer 0,7 üzerinde olması kabul edilebilir, 1'e yaklaştıkça mükemmel olarak değerlendirilmektedir (Özdamar, 2013). Bu bilgiye dayanarak pilot çalışma sonucunda anketin yüksek derecede güvenilir olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

3.3. Verilerin Toplanması ve Analizi

Modelin ölçekleri doğrultusunda, 2018 yılında Güzelyurt ilçe merkezi, Ihlara ve Selime Beldeleri ile Belisırma, Yaprakhisar, Gaziemir ve Ilısu köylerinde yaşayan sakinlere uygulanan anketlerle veriler toplanmıştır. Anket uygulamasında özellikle ilçe geneli nüfusunun yoğun olduğu ve turistik faaliyetlerin yaygın olarak yürütüldüğü bölgeler seçilmiştir. Kolayda örneklem yöntemiyle yüz yüze uygulanan anketlerle birlikte 387 adet cevaplandırılmış anket formu ile bir başlangıç veri seti elde edilmiştir. Ancak uygun doldurulmayan anket formlarından 18'i çıkarılmış geriye kalan 369 yanıt analizlerde kullanılmıştır. Yapısal Eşitlik Modellemesi (YEM)'nde örneklem hacminin çeşitli araştırmacılar tarafından en az 200 olmak kaydıyla 200-500 aralığında olması gerektiği belirtilmektedir (Hair vd., 1998; Kline, 1998). Veri setinin oluşturulma, taranma ve değerlendirme süreçleri ile analizler SPSS ve AMOS programları aracılığıyla gerçekleştirilmiştir. Analizler üç aşamada gerçekleştirilmiştir. İlk olarak katılımcıların demografik bilgilerinin betimleyici istatistikleri; ikinci olarak kullanılan model ve yapıların uyumu, güvenilirliği ve geçerliliğini sağlamak amacıyla Doğrulayıcı Faktör Analizi (DFA); son olarak yapılar arasındaki nedensel ilişkileri anlamak ve önerilen hipotezleri test etmek için YEM analizi gerçekleştirilmiştir.

4. BULGULAR

4.1. Demografik Bilgiler

Analizler sonucunda elde edilen demografik bilgiler incelendiğinde, katılımcıların %72,6' sını (n= 268) erkekler, %27,4'ünü (n= 101) kadınlar oluşturmaktadır. Detaylı demografik bilgiler Tablo 1'de sunulmuştur.

Tablo 1. Katılımcılara Ait Demografik Bilgiler

Demografik Bilgiler							
		(n)	(%)				
Cinsiyet	Erkek	268	72,6	Ortalama Gelir	1000 TL ve daha az	64	17,3
	Kadın	101	27,4		1001 TL-1800 TL	107	29
	Toplam	369	100		1801 TL-2600 TL	128	34,7
Medeni Durum	Evli	309	83,7	Çalışma durumu	2601 TL ve üstü	70	19,0
	Bekar	60	16,3		Toplam	369	100
	Toplam	369	100				
Eğitim Düzeyi	İlkokul	65	17,6	İkamet Süresi	Özel sektör	101	27
	Ortaokul	137	37,1		Kamu	37	10,0
	Lise	85	23,0		Serbest meslek	82	22,2
	Ön lisans	54	14,6		Emekli	50	13,6
	Lisans	28	7,6		Çiftçi	40	10,8
	Toplam	369	100		Diğer (Çalışmıyor, öğrenci vb.)	79	16
Yaş				Toplam	369	100	
	18-33 yaş	121	32,8				
	34-49 yaş	181	49,1	1 yıldan az	12	3,3	
	50-64 yaş	63	17	1-5 yıl	18	4,9	
	65+	4	1,1	6-10 yıl	12	3,3	
	Toplam	369	100	11 yıl ve üzeri	327	88,6	
				Toplam	369	100	

4.2. Ölçüm Modeli (DFA)

Analizlerin ikinci adımında DFA'dan yararlanılmıştır. Yapılar arası ilişkilerin yapısal eşitlik modeli için uygun olup olmadığını belirlemek için DFA gereklidir (Anderson ve Gerbing, 1988). "En Çok Olabilirlik (Maximum Likelihood)" tahmini kullanılarak gerçekleştirilen DFA işleminden sonra ilk olarak model uygunluğunun değerlendirilmesi yapılmış ve uyum iyiliği değerlerinin düşük olduğu görülmüştür. Daha sonra standardize faktör yükleri 0,50' nin altında olan POG1 ve TANE1 maddeleri modelden çıkartılmış ve "Modification Indices" bölümündeki öneriler gerçekleştirilmiştir. Revizyondan sonra elde edilen ölçüm modelinin, verilere iyi bir uyum gösterdiği saptanmıştır (Goodness-of-fit statistics: $\chi^2=1465,928$, $df=489$, $\chi^2/df=2,998$, $p < .001$, $NFI=0.911$, $RFI=0.898$, $IFI=0.938$, $CFI=0.938$, $TLI=0.929$, $SRMR= 0.054$ ve $RMSEA=0.073$).

Ölçüm modelinde öncelikle bileşik güvenilirlik (Composite Reliability-CR) değerleri dikkate alınmıştır. Gizil değişkenlerin bileşik güvenilirliği için en az 0,70 sınırı (Bagozzi ve Yi, 2012) önerilmektedir. Araştırmanın ölçüm modelinde yer alan değişkenlere ait CR değerlerinin 0,841-0,973 aralığında olması (Tablo 2), modelin bileşik güvenilirliğe sahip olduğu anlamına gelmektedir. Ayrıca kullanılan ölçeklerin Cronbach's Alfa (α) katsayı değerlerinin 0,835-0,970 aralığında olması, güvenilirliğin yüksek olduğunu göstermektedir.

Weber'in Rasyonalitesi Perspektifinden Sakinlerin Turizme Karşı Algı ve Tutumları: Güzelyurt İlçesi (Aksaray)
Örneğinde Ampirik Bir Analiz

Tablo 2. Ölçüm Modeli Sonuçları

Faktör ve Madeler	SFL	CR	AVE	Cronbach's α
Ekonomik Fayda (EF)		0,920	0,755	0,899
EF1-Turizm fatura ödememe yardımcı oluyor.	,984***			
EF2-Gelirimin bir kısmı turizme bağlıdır.	,982***			
EF3-Turizmin daha fazla gelişimi bana ekonomik fayda sağlar.	,693***			
EF4-Ailemin ekonomik geleceği turizme bağlıdır	,781***			
Psikolojik Güçlendirme (PG)		0,962	0,836	0,963
PG1-Turizm beni burada yaşadığım için gururlandırıyor.	,909***			
PG2-Turizm kendimi özel hissettiriyor.	,954***			
PG3-Turizmde sunabileceğimizi başkalarına anlatmak isterim	,942***			
PG4-Ziyaretçilerle paylaşabileceğim eşsiz bir kültüre sahibim.	,894***			
PG5-Turizmde ilçemi özel tutmak için çalışmak isterim.	,871***			
Sosyal Güçlendirme (SG)		0,841	0,646	0,835
SG1-Turizm beni topluma daha fazla bağlı hissettiriyor.	,620***			
SG2-Turizm içimde toplum ruhu hissi uyandırıyor.	,772***			
SG3-Turizm bana topluma katılma yolları sağlıyor.	,978***			
Politik Güçlendirme (POG)		0,968	0,909	0,945
POG2-Turizm karar verme süreçlerine dahil oluyorum.	,950***			
POG3-Turizmin nasıl geliştiği konusunda seçimim/oyum önemlidir.	,949***			
POG4-Turizm gelişimi konusunda endişelerimi paylaşma yetkisine sahibim.	,961***			
Turizmin Algılanan Pozitif Etkileri (TAPE)		0,953	0,648	0,956
TAPE1-Turizm yerel halkın kültürel gelişimine katkı sağlar.	,867***			
TAPE2-Turizm yerel halkın yaşam kalitesini artırır.	,930***			
TAPE3-Turizm yerel halka ekonomik kazanç sağlar	,876***			
TAPE4-Turizm yerel ekonomiyi destekleyen en önemli sektörlerdendir.	,873***			
TAPE5-Turizm doğal ve beşerî çevrenin korunması ve gelişimine katkı sağlar.	,864***			
TAPE6-Turizm gelecek nesiller için çevre kalitesini iyileştirir.	,864***			
Turizmin Algılanan Negatif Etkileri (TANE)		0,869	0,585	0,872
TANE2-Turizm suç oranını artırır.	,562***			
TANE3-Turizm kültürel varlıkları tahrip eder.	,961***			
TANE4-Turizm çevresel tahribata neden olur.	,955***			
TANE5-Turizm kültürel yozlaşmaya neden olur.	,708***			
TANE6-Turizm yaşam maliyetini artırır.	,521***			
Ekosentrik Tutum (ET)		0,973	0,899	,970
ET1-Turizm geliştiricileri çevre koruma çabalarını güçlendirmelidir.	,894***			
ET2-Doğanın çeşitliliğine değer verilmeli ve korunmalıdır.	,984***			
ET3-Turizm, yaban hayatı ve doğal yaşam alanlarını her zaman korumalı.	,988***			
ET4-Turizmin olumsuz etkileri için düzenleyici çevre stand. ihtiyaç vardır.	,924***			
Turizm Gelişimine Destek (TGD)		0,944	0,774	,940
TGD1-Turizmin olumlu yararları olumsuz zararlarından daha fazladır.	,766***			
TGD2-Turizmin aktif olarak teşvik edilmesi gerektiğini düşünüyorum.	,825***			
TGD3-Turizmi destekliyorum ve turizmin önemli olduğunu görmek istiyorum.	,889***			
TGD4-Turizmin tanıtımı desteklenmelidir.	,929***			
TGD5-Burası turistik bir yer olarak kalmalıdır.	,973***			

SFL= Standardized Factor Loading (λ); CR= Composite Reliability; AVE= Average Variance Extracted;
Tüm standartlaştırılmış faktör yüklerine anlamlı şekilde ulaşıldı, *** p < .001.

Sonraki aşamada ise modelin yapı geçerliliğini sağlaması gerekmektedir. Bunun için yakınsak (convergent validity) ve ayırt edici geçerlilik (discriminant validity) incelenmiştir. Yakınsak geçerliliğe ulaşmak için gözlenen değişkenlerin standart faktör yükünün 0,5'den büyük ve anlamlı olması (Jöreskog ve Sörbom, 1996), her bir yapı için CR değerleri ve Cronbach's Alpha katsayılarının 0,7'den (Hair vd., 1998) ve Ortalama Açıklanan Varyans (AVE) oranının 0,5'ten yüksek olması gerekmektedir (Bagozzi ve Yi, 1988). Araştırmanın ölçüm modeli incelendiğinde (Tablo 2), ilk olarak standardize faktör yükleri (0,521- 0,988) ve CR değerlerinin (0,841- 0,973) eşik değerleri ulaştığı görülmüştür. İkinci olarak, Cronbach's Alfa katsayıları (0,835 ve üstü) ve AVE değerlerinin (0,585'den büyük olması) eşik değerlere ulaşması 8 yapının da yakınsak geçerliliğe sahip olduğu anlamına gelmektedir.

Ayır edici geçerlilik için literatürde sıklıkla Fornell - Larcker kriteri kullanılmaktadır. Fakat son çalışmalarla birlikte Fornell - Larcker kriterinin güvenilirliği eleştirilmeye başlanmıştır. Bu nedenle ayır edici geçerlilik için Henseler vd., (2015) tarafından önerilen HTMT (heterotrait-monotrait) tekniği tercih edilmiştir. HTMT kriteri, çalışmadaki tüm değişkenlere ait ifadelerin korelasyonlarının ortalamasının, aynı değişkene ait ifadelerin korelasyonlarının geometrik ortalamalara oranlarını ifade etmektedir (Henseler vd., 2015). Literatürde HTMT oranının 0,9'un altında olması gerektiği belirtilmektedir (Henseler vd., 2015). HTMT oranına ait bütün değerlerin (Tablo 3) 0,90'dan küçük olduğu görülmektedir. Sonuçlar, ölçüm modelinin ayır edici geçerliliğe sahip olduğunu göstermektedir.

Tablo 3. Heterotrait-Monotrait Oranı (HTMT) Sonuçları

Yapılar	EF	TGD	TANE	TAPE	SG	PG	ET
Ekonomik Fayda							
Turizm Gelişimine Destek	,270						
Turizmin Algılanan Negatif Etkileri	,355	,603					
Turizmin Algılanan Pozitif Etkileri	,403	,649	,735				
Politik Güçlendirme	,379	,242	,215	,321			
Sosyal Güçlendirme	,351	,288	,301	,380	,632		
Psikolojik Güçlendirme	,379	,601	,486	,666	,483	,602	
Ekosentrik Tutum	,045	,355	,047	,159	,091	,085	,104

4.3. Hipotezlerin Testi

Araştırma modelinde yer alan değişkenlerin doğrulanmasının ardından, yapısal modelin yani hipotezlerin test edilmesi aşamasında YEM analizi gerçekleştirilmiştir. Modelde yer alan faktörlerin ve bu faktörler arasındaki nedensel ilişkilerin açıklanabileceği varsayılarak Şekil 2'de yer alan yol modeli oluşturulmuştur. "En Çok Olabilirlik (Maximum Likelihood)" tahmini kullanılarak gerçekleştirilen analiz sonucu, uyum iyiliği değerleri revize edildikten sonra eşik değerler yakalanmıştır. (Goodness-of-fit statistics: $\chi^2=1465,928$, $df=489$, $\chi^2/df=2,998$, $p < .001$, $NFI=0.910$, $RFI=0.897$, $IFI=0.938$, $CFI=0.938$, $TLI=0.929$, $SRMR= 0.056$ ve $RMSEA=0.074$). Sonuçlara göre, önerilen 17 hipotezden 11 tanesi farklı anlamlılık düzeyinde desteklenirken (8 hipotez $p < 0.001$; 3 hipotez $p < 0.05$ düzeyinde anlamlı) 6 hipotez desteklenmemiştir (Tablo 4- Şekil 3).

Turizmden algılanan etkiler ile turizm gelişimine destek yapıları arasında önerilen ilk grup hipotezler kabul edilmiştir. Daha spesifik olarak, turizmden algılanan olumlu etkilerin, turizm gelişimine verilen desteği ($\beta = 0.27$, $p < .001$) pozitif yönde etkilediği saptanmıştır. Tam tersi durumda ise, algılanan olumsuz etkilerin, turizm gelişimine verilen desteği ($\beta = -0.24$, $p < .001$) negatif yönde etkilediği saptanmıştır. Bir diğer hipotez grubu olan, ekonomik fayda ile turizmin etkileri ve turizm gelişimine destek yapıları arasındaki bulgular incelendiğinde: Ekonomik faydanın algılanan olumlu etkileri ($\beta = 0.16$, $p < .001$) pozitif yönde, olumsuz etkileri ($\beta = -0.20$, $p < .001$) ise negatif yönde etkilediği sonucuna ulaşılmıştır. Ek olarak ekonomik fayda faktörünün turizm gelişimine verilen desteği ($\beta = 0.08$, $p < .05$) pozitif yönde etkilediği görülmüştür.

Tablo 4. Hipotezlerin Testi

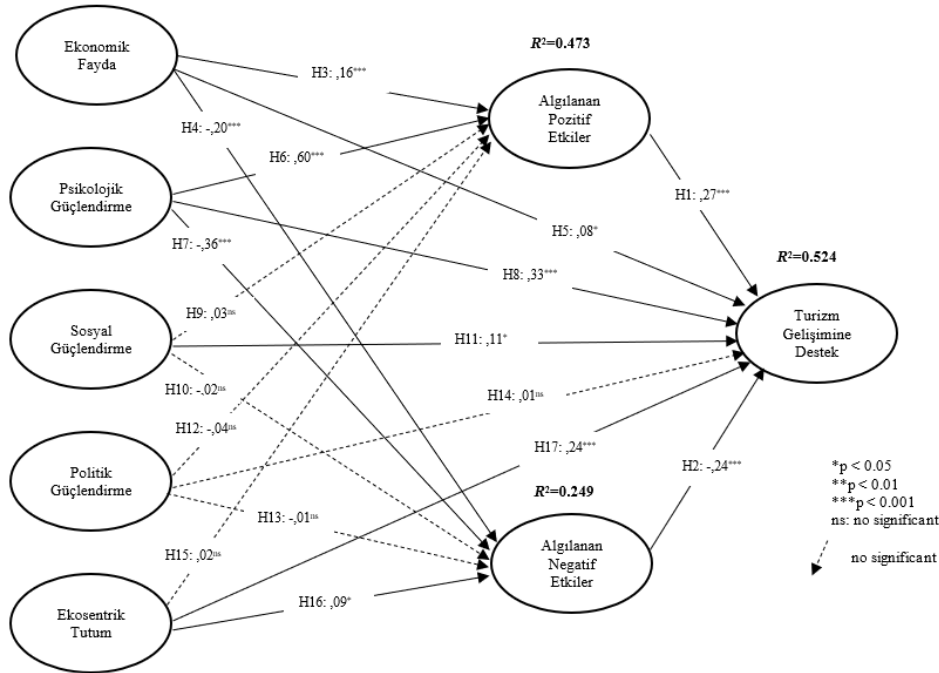
Hipotezler	Model yolları	β coefficients	t-statistics	p	Sonuç
H1	TAPE → TGD	,27	3,945	***	Desteklendi
H2	TANE → TGD	-,24	-4,102	***	Desteklendi
H3	EF → TAPE	,16	3,672	***	Desteklendi
H4	EF → TANE	-,20	-3,703	***	Desteklendi
H5	EF → TGD	,08	2,095	*	Desteklendi
H6	PG → TAPE	,60	9,843	***	Desteklendi
H7	PG → TANE	-,36	-5,025	***	Desteklendi
H8	PG → TGD	,33	5,075	***	Desteklendi
H9	SG → TAPE	,03	-0,488	,626 ^{ns}	Desteklenmedi
H10	SG → TANE	-,02	-0,359	,719 ^{ns}	Desteklenmedi
H11	SG → TGD	,11	2,715	*	Desteklendi
H12	POG → TAPE	-,04	-0,802	,423 ^{ns}	Desteklenmedi
H13	POG → TANE	-,01	-0,267	,789 ^{ns}	Desteklenmedi
H14	POG → TGD	,01	0,206	,837 ^{ns}	Desteklenmedi
H15	ET → TAPE	,02	0,473	,636 ^{ns}	Desteklenmedi
H16	ET → TANE	,09	2,303	*	Desteklendi
H17	ET → TGD	,24	5,885	***	Desteklendi

Notlar: TAPE= Turizmden Alınan Pozitif Etkiler; TANE= Turizmden Alınan Negatif Etkiler; TGD= Turizm Gelişimine Destek; EF=Ekonomik Fayda; PG=Psikolojik Güçlendirme; SG=Sosyal Güçlendirme; POG=Politik Güçlendirme; ET=Ekosentrik Tutum.

*p < 0.05; **p < 0.01; ***p < 0.001; ns= no significant

R²: TAPE=0.473; TANE=0.249; TGD=0.524.

Güçlendirme ile turizmin etkileri ve turizm gelişimine destek yapıları arasındaki ilişkiler incelendiğinde: Psikolojik güçlendirmenin; algılanan olumlu etkileri ($\beta = 0.60$, $p < .001$), olumsuz etkileri ($\beta = -0.36$, $p < .001$) ve turizm gelişimine verilen desteği ($\beta = 0.33$, $p < .001$) önemli derecede etkilediği görülmüştür. Ayrıca en yüksek yol katsayısı, psikolojik güçlendirme ile algılanan olumlu etkiler arasında oluşmuştur. Sosyal güçlendirmenin ise sadece turizm gelişimine verilen desteği ($\beta = 0.11$, $p < .05$) etkilediği görülmüştür. Sosyal güçlendirmenin diğer yapılarla arasında anlamlı bir ilişki saptanamamıştır. Son olarak, politik güçlendirme ile turizmin etkileri ve turizme destek yapıları arasında istatistiksel olarak anlamlı ilişkiler elde edilememiştir.



Şekil 3. YEM Sonuçları

Son hipotez grubu olan ekosentrik tutumun; algılanan olumsuz etkileri ($\beta = 0.09$, $p < .05$) ve turizme verilen desteği ($\beta = 0.24$, $p < .001$) pozitif yönde etkilemiştir. Ek olarak, algılanan olumlu

etkiler faktörü ile arasında anlamlı bir ilişki bulunamamıştır. Modelde, bağımsız gizil değişkenlerin, turizmin algılanan pozitif etkilerini (TAPE) %47,3, algılanan negatif etkilerini (TANE) %24,9 ve turizm gelişimine desteğin (TGD) %52,4'ünü açıkladığı belirlenmiştir.

TARTIŞMA VE SONUÇ

Bu çalışmanın amaçlarından birisi, literatürden elde edilen ve belli kuramsal temellere dayandırılan faktörlerin, bir turizm bölgesi bağlamında sakinlerin algı ve tutumlarını nasıl etkilediğini gösteren teorik bir modeli test etmektir. Bu amaç doğrultusunda WBÖRK'e ekosentrik tutum yapısı da dahil edilerek model genişletilmiştir. Söz konusu model kullanılarak, önerilen 17 hipotez test edilerek elde edilen bulgular tartışılmıştır.

Araştırmada önerilen 1. ve 2. hipotez, turizmin etkileri (olumlu ve olumsuz) ve turizm gelişimine destek faktörleri arasındaki ilişkileri test etmek için önerilmiştir. SDT'ye göre, sakinlerin turizm gelişimine verdiği desteğin turizmin algılanan olumlu (fayda) etkileriyle doğru, olumsuz (maliyet) etkileriyle ise ters orantılı bir ilişki içinde olması beklenmektedir. Analizler sonucunda, Güzelyurt sakinlerinin, (H1) turizmden algıladıkları olumlu etkiler arttığında turizm gelişimine verecekleri desteğinde artacağı, tam tersi durumda ise (H2), algıladıkları olumsuz etkiler arttığında turizme verecekleri desteğin de azalacağı tespit edilmiştir. Bu sonuçlar, turizmde fayda ve maliyet algılarının, turizm gelişiminin desteklenmesinde önemli bir faktör olduğu yönündedir ve önceki araştırmaların (Ap, 1992; Ayazlar, 2016; Boley vd., 2014; Choi ve Murray, 2010; Ekici ve Çizel, 2015; Gursoy vd., 2002; Gursoy ve Rutherford, 2004; Jurowski vd., 1997; Ko ve Stewart, 2002; McGehee ve Andereck, 2004; Nunkoo ve Ramkissoon, 2010; Perdue vd., 1990) bulgularıyla SDT'yi destekler nitelikte uyumludur.

Araştırmanın 3-5 hipotezleri, turizmden kişisel ekonomik faydalanmanın etkisini test etmek için önerilmiştir. Analiz sonuçlarında, ekonomik fayda ile turizmin algılanan olumlu etkileri arasında pozitif yönlü, olumsuz etkiler arasında ise negatif yönde anlamlı bir ilişki olduğunu belirten H3 ve H4, anlamlı bulunarak desteklenmiştir. Bu sonuçlar, Boley vd., (2014) tarafından yapılan çalışmanın bulgularıyla örtüşmemektedir. Ancak bu alanda yapılan pek çok çalışmada (Ko ve Stewart, 2002; Long vd., 1990; McGehee ve Andereck, 2004) elde edilen bulgularla uyumludur. Son olarak ekonomik fayda ile turizm desteği arasındaki ilişkinin pozitif ve anlamlı olduğu görülmüştür. Bu sonuç, istisnai çalışmalar (Strzelecka vd., 2017) dışında Boley vd., (2014) çalışmasıyla ve genel yaygın literatürle örtüşmekte ve Güzelyurt yöre halkının turizmden fayda ve maliyet algısı hem SDT'yi hem de Weber'in biçimsel rasyonalesini destekler niteliktedir.

Araştırmanın 6-14 hipotezleri, turizmde toplum güçlendirme (psikolojik, sosyal ve politik) ile, turizmin etkileri ve turizm gelişimine destek faktörleri arasındaki ilişkileri test etmek için önerilmiştir. Analiz sonuçlarında, Güzelyurt sakinlerinin algılanan psikolojik güçlenmesi ile; turizmin olumlu etkileri arasında pozitif ve olumsuz etkileri arasında ise negatif ve anlamlı bir ilişki olduğunu öngören H6 ve H7 desteklenmiştir. Ek olarak, psikolojik güçlenme ile turizme destek algıları arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki bulunarak H8'de desteklenmiştir. Bu üç hipotezin modelde en yüksek değerlere ulaştığı ve psikolojik güçlendirmenin önemli bir belirleyiciliği olduğu YEM tarafından doğrulanmıştır. Bu bulgulardan, turizm faaliyetlerinden dolayı yöre sakinlerinin gurur ve öz saygısının geliştiği (psikolojik olarak güçlendiği) sonucu çıkarılabilir. Literatürde psikolojik güçlendirme ile turizmin algılanan etkileri (olumlu-olumsuz) ve turizmin gelişimine destek algısı arasında anlamlı ilişkiler bulan çalışmalar mevcuttur (Boley vd., 2014, 2018; Strzelecka vd., 2017). Elde edilen bulguların literatürle tutarlı olduğu görülmektedir. Bu bulgular ile, çalışmanın dayandığı WBÖRK doğrulanırken, SDT'nin dayandırıldığı ekonomik fayda yerine, sakinlerin algı ve tutumlarını etkileyebilecek çeşitli ekonomik olmayan yapılarında önemli olduğu görülmüştür. Sosyal güçlendirme ile algılanan (olumlu-olumsuz) etkiler arasındaki H9 ve H10, istatistiksel olarak desteklenmemiştir. Bu bulgular literatürde Boley vd., (2014)'nin

sosyal güçlendirme ile turizmin etkileri arasında anlamlı ilişkiler elde ettikleri çalışmanın sonuçları ile tutarsızdır. Ek olarak sosyal güçlendirme ile turizm gelişimine destek algısı arasındaki ilişki (H11) anlamlı bulunarak desteklenmiştir. Literatürde söz konusu iki yapı arasında anlamlı ilişkiler bulan çalışmalar (Boley vd., 2014, 2018; Strzelecka vd., 2017) mevcuttur. Bu bulgu, Güzelyurt sakinlerinin turizme verecekleri destekleri etkileyebilecek “toplumla ilişkili” faktörlere dikkat çekmektedir. Politik güçlendirme ile algılanan olumlu-olumsuz etkiler ve turizm gelişimine destek algısı arasındaki ilişkileri öngören H12, H13 ve H14 desteklenmemiştir. Bu bulgular Boley vd., (2014)'in bulgularıyla tutarsızdır. Nitekim bu duruma ilçe genelinde yöre halkının ve paydaşlarının turizm karar ve politikalarına katılımının çok düşük düzeyde kalmasından kaynaklandığı yorumu getirilebilir. Literatürde söz konusu iki yapı arasında anlamsız ilişki elde eden çalışmalarda (Boley vd., 2014; Strzelecka vd., 2017) mevcut olduğundan, araştırmanın bu bulgusu literatürle kısmen örtüşmektedir. Boley vd., (2014) politik güçlendirmenin turizm desteği ile ilişkisinin açıklanabilmesi için, daha geniş bir topluluk üzerinde daha fazla test edilmesi gerektiğini önermişlerdir.

Araştırmanın 15–17 hipotezleri, ekosentrik tutum, turizmin etkileri ve turizm gelişimine destek faktörleri arasındaki ilişkileri test etmek için önerilmiştir. Analiz sonuçlarında, Güzelyurt sakinlerinin, ekosentrik tutumları ile turizmin olumlu etkileri arasında negatif ve anlamlı bir ilişki olduğunu öngören H15 desteklenmemiştir. Literatürde, ekosentrik tutum ve algılanan olumlu etkiler arasında negatif anlamlı ilişkileri destekleyen (Gursoy vd., 2002; Gursoy ve Rutherford, 2004; Jurowski vd., 1997) bulgular yer almaktadır. Bu nedenle bu bulgu literatürle uyuşmamaktadır. Ekosentrik tutumlar ile turizmin olumsuz etkileri arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki olduğunu öngören H16 anlamlı bulunarak desteklenmiştir. Bu sonuç ekosentrik tutum ve algılanan olumsuz etkiler arasında anlamlı pozitif ilişkileri destekleyen bulgularla (Gursoy vd., 2002; Gursoy ve Rutherford, 2004; Nunkoo ve Ramkissoon, 2010) tutarlıdır. Bu sonuç, yöre halkının ekosentrik tutumlarının turizmin getireceği diğer olumsuz etkilerden (sosyal, kültürel, ekonomik vb.) daha baskın olduğunu göstermektedir. Son olarak ekosentrik tutumlar ile turizm desteği arasında negatif ve anlamlı bir ilişki olduğunu öngören H17 anlamlı bulunarak desteklenmiştir fakat pozitif yönlü bir ilişki saptanmıştır. Literatürde söz konusu yapılar arasında ilişkiyi istatistiksel olarak anlamlı ve pozitif (Gursoy vd., 2002) bulan çalışmalar mevcuttur. Ayrıca anlamlı olarak desteklenmeyen bulgularda literatürde (Choi ve Murray, 2010) yer almaktadır. Bu durum, ilçede yaygın olarak yürütülen turizm türleriyle açıklanabilir. Çünkü ilçe genelinde kültür ve tarih turizmi yaygın olarak sürdürülmektedir. Nitekim Jurowski (1994), yüksek ekosentrik değerlere sahip olan yöre halkının, kültürel ve etkinlik turizmini, doğa temelli turizme göre destekleme olasılıklarının daha yüksek olduğunu belirtmiştir (Gursoy vd., 2002).

Teorik ve Pratik Katkılar

Bu araştırmanın hem teorik hem de pratik anlamda katkıları sağlayacağı düşünülmektedir. Teorik bir perspektiften bakıldığında, araştırmanın ampirik bulguları ile bu alanda gelecekteki teorik gelişmeler için yararlı olabilecek bazı önemli çıkarımlar elde edilmiştir. *İlk olarak*, bu çalışmanın, yerel halk-turizm ilişkisi literatürüne bir katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Türkiye ve Güzelyurt ilçesi özelinde yerel toplumun turizm gelişimindeki algı ve tutumlarının WBÖRK perspektifinden açıklanması üzerine herhangi bir çalışmaya rastlanılmamıştır. Bu nedenle çalışmanın ulusal literatürde önemli bir boşluğu dolduracağı düşünülmektedir. *İkinci olarak*, bu çalışma, turizmde sakinlerin algı ve tutumlarının anlaşılması için teoriye (WBÖRK) ekosentrik tutum yapısını da dahil ederek söz konusu teorik çerçeveyi genişletmeye çalışmıştır. *Son olarak*, Türkiye’de yerel halk-turizm ilişkisinin temel yönlerinin daha detaylı incelenmesi için farklı teorik

çerçevelerin kullanılması gerekmektedir. Bu noktada çalışmanın bilimsel farkındalık oluşturacağı düşünülmektedir.

Pratik anlamda ise araştırmanın birçok çıkarımları mevcuttur. *İlk olarak*, turizmde planlamacı ve politika yapımcıların, sakinlerin turizmi nasıl algıladıklarını anlamalarına yardımcı olacaktır. Bu sayede, Güzelyurt ve Aksaray'da olası bir turizm planlanmasında çalışma sonuçlarının söz konusu paydaşlara dolaylı bir katkı sağlayacağı düşünülmektedir. *İkinci olarak*, Güzelyurt'ta planlama ve yatırımların turizmin olumlu ve olumsuz algılanan etkilerine odaklanılarak somutlaştırılması, ilçe yöre halkının büyük çoğunluğunun turizme desteğini olumlu yönde etkileyecektir. Bu nedenle yerel yönetimlerin, turizm gelişiminin olumsuz sonuçlarını en asgari düzeye indirecek ve olumlu sonuçlarını da en azami düzeye yükseltecek strateji ve politikalar uygulaması gerekmektedir. *Üçüncü olarak*, turizmden elde edilen gelirin yöre paydaşları arasında adil bir şekilde dağılması gerekmektedir. Bunun içinde yöre halkının turizme etkin bir şekilde katılımını sağlayıcı politikalar yürütülmelidir. *Dördüncü olarak*, Güzelyurt'ta yerel halkın gurur ve öz saygısı, destinasyonun doğal ve kültürel kaynaklarına yerleştirilmiş bir turizm ürününü ile desteklenerek daha da arttırılmalıdır. Bu konuda yerel yönetimlerin, yörenin çekiciliklerini vurgulayan pazarlama stratejileri geliştirerek, ilçe sakinlerinin turizmde daha fazla gurur ve sahiplenmeye kavuşturulmasını sağlamalıdır. Yerel yönetimlerin, turizmde toplumsal olarak daha bütüncül politikalar üretmesi sakinlerin sosyal güçlenmesini sağlayacaktır. Bu güçlenme sayesinde sakinler, ilçede turizmin gelişimini daha fazla desteleyecektir. İlçe yerel yönetimlerin, turizmde sürdürülebilirliğin en önemli göstergelerinden biri olan paydaş katılımını sağlaması gerekmektedir. Turizm politika, karar ve uygulamaları toplumun her kesiminden demokratik bir katılımın sağlanabileceği bir kurulla gerçekleştirilebilecektir. *Son olarak*, ilçede turizme kaynak oluşturan doğal ve kültürel çevrenin, turizm geliştikçe zarar görme olasılığı daha da artacaktır. Bu doğrultuda uygulanacak strateji ve politikalarla, doğal ve kültürel çevrenin korunması hedeflenmelidir.

Sınırlılıklar ve Gelecekteki Araştırmalar İçin Öneriler

Her bilimsel araştırmada olduğu gibi bu araştırmanında bazı sınırlılıkları mevcuttur. Gelecekteki araştırmacıların bu sınırlamaları göz önünde bulundurması gerekmektedir. İlk olarak, kullanılan örneklem hacmi (n=369) bu alanda yapılmış araştırmalarla karşılaştırılabilir olsa da çalışmanın önemli sınırlamalarından birisidir. Araştırmada kullanılan modelde, yapılar arası daha anlamlı ilişkiler tespit etmek için daha büyük örneklem kullanılarak test edilmesi önerilmektedir. İkinci olarak örneklemde erkek yanıtlayıcıların oranı kadınların oranına göre daha yüksekti. Sosyo-kültürel gelenekler nedeniyle birbirine yakın örneklem sayısına ulaşamamıştır. Bu durum araştırmada kullanılan örneklem geneli temsil edebilirliğini sınırlamıştır. Üçüncü olarak, gelecekteki araştırmacılar modeli, destinasyonların gelişim düzeyleri ve kırsal-şehir ayrımına göre farklı alanlarda test edebilirler. Ayrıca modelin, hâkim turizm türüne göre de kullanımı söz konusu olabilir. Son olarak modele demografik özellikler, yer imajı, yer bağlılığı, güç ve güven gibi yapılar dahil edilerek yerel halk- turizm ilişkisi araştırılabilir.

KAYNAKÇA

- Akama, J. S. (1996). Western environmental values and nature-based tourism in Kenya. *Tourism Management*, 17(8), 567-574. [https://doi.org/10.1016/S0261-5177\(96\)00077-5](https://doi.org/10.1016/S0261-5177(96)00077-5)
- Aksaray İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü. (2018). Turizm istatistikleri. Retrieved from <https://aksaray.ktb.gov.tr/TR-170593/istatistiksel-veriler.html>
- Aksu, M. ve Görman, N. (2019). Yerel Halkın Cittaslow Hareketi Bağlamında Turizm Algısı: Seferihisar ve Gökçeada'da Bir Araştırma. *Karabük Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*. 9 (2), 457-471
- Alaeddinoğlu, F. (2007). Van halkının turisti ve turizmi algılama şekli. *Coğrafi Bilimler Dergisi*, 5(1), 1-16.

**Weber'in Rasyonalitesi Perspektifinden Sakinlerin Turizme Karşı Algı ve Tutumları: Güzelyurt İlçesi (Aksaray)
Örneğinde Ampirik Bir Analiz**

https://doi.org/10.1501/Cogbil_0000000074

- Andereck, K. L., Valentine, K. M., Knopf, R. C., & Vogt, C. A. (2005). Residents' perceptions of community tourism impacts. *Annals of Tourism Research*, 32(4), 1056–1076. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2005.03.001>
- Andereck, K. L., & Vogt, C. A. (2000). The relationship between residents' attitudes toward tourism and tourism development options. *Journal of Travel Research*, 39(1), 27–36. <https://doi.org/10.1177/004728750003900104>
- Anderson, J. C., & Gerbing, D. W. (1988). Structural equation modeling in practice: A review and recommended two-step approach. *Psychological Bulletin*, 103(3), 411. Doi:10.1037/0033-2909.103.3.411
- Ap, J. (1992). Residents' perceptions on tourism impacts. *Annals of Tourism Research*, 19(4), 665–690. [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(92\)90060-3](https://doi.org/10.1016/0160-7383(92)90060-3)
- Ayazlar, G. (2016). Yerel halkın turizmin etkilerine yönelik tutumlarını anlamak: Yerel halkın bölge imajı ve turizme desteği. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 9(43), 2538–2547. Doi:10.17719/jisr.20164317813
- Ayazlar, R. A., & Ayazlar, G. (2016). Yerel Halkın Turizmin Etkilerine Yönelik Tutumunda Aidiyet Duygusu ve Yaşam Tatmininin Rolü. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 20(4), 1451-1470.
- Bagozzi, R. P., & Yi, Y. (1988). On the evaluation of structural equation models. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 16(1), 74–94. Doi: 0092-0703/88 / 1601-0074
- Bagozzi, R. P., & Yi, Y. (2012). Specification, evaluation, and interpretation of structural equation models. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 40(1), 8–34. Doi 10.1007/s11747-011-0278-x
- Boley. (2013). *Sustainability, empowerment, and resident attitudes toward tourism: Developing and testing the resident empowerment through tourism scale (RETS)*. (Doctoral dissertation, Virginia Polytechnic Institute and State University). Retrieved from <https://vtechworks.lib.vt.edu/handle/10919/51756>
- Boley, B. B., Ayscue, E., Maruyama, N., & Woosnam, K. M. (2017). Gender and empowerment: Assessing discrepancies using the resident empowerment through tourism scale. *Journal of Sustainable Tourism*, 25(1), 113–129. doi: 10.1080/09669582.2016.1177065
- Boley, B. B., & Johnson Gaither, C. (2016). Exploring empowerment within the Gullah Geechee cultural heritage corridor: Implications for heritage tourism development in the Lowcountry. *Journal of Heritage Tourism*, 11(2), 155–176. <https://doi.org/10.1080/1743873X.2015.1080712>
- Boley, B. B., Maruyama, N., & Woosnam, K. M. (2015). Measuring empowerment in an eastern context: Findings from Japan. *Tourism Management*, 50, 112–122. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2015.01.011>
- Boley, B. B., & McGehee, N. G. (2014). Measuring empowerment: Developing and validating the Resident Empowerment through Tourism Scale (RETS). *Tourism Management*, 45, 85–94. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2014.04.003>
- Boley, B. B., McGehee, N. G., Perdue, R. R., & Long, P. (2014). Empowerment and resident attitudes toward tourism: Strengthening the theoretical foundation through a Weberian lens. *Annals of Tourism Research*, 49, 33–50.
- Boley, B. B., Strzelecka, M., & Watson, A. (2018). Place distinctiveness, psychological empowerment, and support for tourism. *Annals of Tourism Research*, 70, 137–139. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2017.12.010>
- Butler. (1980). The Concept of a Tourist Area Cycle of Evolution: Implications for Management of Resources. *Canadian Geographer* 24(1), 5–12. <https://doi.org/10.1111/j.1541-0064.1980.tb00970.x>
- Choi, H. C., & Murray, I. (2010). Resident attitudes toward sustainable community tourism. *Journal of Sustainable Tourism*, 18(4), 575–594. <https://doi.org/10.1080/09669580903524852>
- 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>
- Cole, S. (2006). Information and empowerment: The keys to achieving sustainable tourism. *Journal of Sustainable Tourism*, 14(6), 629–644. <https://doi.org/10.2167/jost607.0>
- Duran, E., ve Ozkul, E. (2012). Residents ' attitudes toward tourism development : A structural model via Akcakoca sample. *Intrenational Journal of Human Sciences*, 9(2), 500–520.
- Ekici, R., ve Çizel, B. (2015). Yerel halkın turizm gelişimi desteğine ilişkin tutumlarının destinasyonların gelişme düzeylerine göre farklılıkları. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 11(3), 73–87. <http://dergipark.gov.tr/soid/issue/11390/136044>
- Gursoy, D., Chi, C. G., & Dyer, P. (2010). Locals' attitudes toward mass and alternative tourism: The case of Sunshine Coast, Australia. *Journal of Travel Research*, 49(3), 381–394. <https://doi.org/10.1177/0047287509346853>
- Gursoy, D., Jurowski, C., & Uysal, M. (2002). Resident attitudes: A structural modeling approach. *Annals of Tourism Research*, 29(1), 79–105. [https://doi.org/10.1016/S0160-7383\(01\)00028-7](https://doi.org/10.1016/S0160-7383(01)00028-7)
- Gursoy, D., & Kendall, K. W. (2006). Hosting mega events: Modeling locals' support. *Annals of Tourism Research*, 33(3), 603–623. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2006.01.005>
- Gursoy, D., & Rutherford, D. G. (2004). Host attitudes toward tourism: An improved structural model. *Annals of Tourism Research*, 31(3), 495–516. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2003.08.008>
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., Anderson, R. E., & Tatham, R. L. (1998). *Multivariate data analysis* (Vol. 5, Issue 3). Prentice hall Upper Saddle River, NJ.
- Harrill, R. (2004). Residents' attitudes toward tourism development: A literature review with implications for tourism planning. *Journal of Planning Literature*, 18(3), 251–266. <https://doi.org/10.1177/0885412203260306>
- Henseler, J., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2015). A new criterion for assessing discriminant validity in variance-based structural equation modeling. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 43(1), 115–135. DOI 10.1007/s11747-014-0403-8
- Joo, D., Woosnam, K. M., Strzelecka, M. & Boley, B. B. (2020). Knowledge, empowerment, and action: testing the empowerment theory in a tourism context, *Journal of Sustainable Tourism*, 28:1, 69-85,
- Jöreskog, K. G., & Sörbom, D. (1996). *LISREL 8: User's reference guide*. Scientific Software International.
- Jurowski, C., Uysal, M., & Williams, D. R. (1997). A theoretical analysis of host community resident reactions to tourism. *Journal of Travel Research*, 36(2), 3–11. <https://doi.org/10.1177/004728759703600202>
- Kalberg, S. (1980). Max Weber's types of rationality: Cornerstones for the analysis of rationalization processes in history. *American Journal of Sociology*, 85(5), 1145–1179. <https://doi.org/10.1086/227128>
- Kayat, K. (2002). Power, social exchanges and tourism in Langkawi: Rethinking resident perceptions. *International Journal of Tourism Research*, 4(3), 171–191. <https://doi.org/10.1002/jtr.375>
- Kelly, H. H., & Thibaut, J. W. (1979). *Interpersonal relations-a theory of interdependence*. New York: John Wiley & Sons
- Kline, R. B. (1998). Software review: Software programs for structural equation modeling: Amos, EQS, and LISREL. *Journal of Psychoeducational Assessment*, 16(4), 343–364. <https://doi.org/10.1177/073428299801600407>
- Ko, D.-W., & Stewart, W. P. (2002). A structural equation model of residents' attitudes for tourism development. *Tourism Management*, 23(5), 521–530. [https://doi.org/10.1016/S0261-5177\(02\)00006-7](https://doi.org/10.1016/S0261-5177(02)00006-7)
- Lankford, S. V., & Howard, D. R. (1994). Developing a tourism impact attitude scale. *Annals of Tourism Research*, 21(1), 121–139. [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(94\)90008-6](https://doi.org/10.1016/0160-7383(94)90008-6)
- Látková, P., & Vogt, C. A. (2012). Residents' attitudes toward existing and future tourism development in rural communities. *Journal of Travel Research*, 51(1), 50–67. <https://doi.org/10.1177/0047287510394193>

Weber'in Rasyonalitesi Perspektifinden Sakinlerin Turizme Karşı Algı ve Tutumları: Güzelyurt İlçesi (Aksaray) Örneğinde Ampirik Bir Analiz

- Lee, T. H. (2013). Influence analysis of community resident support for sustainable tourism development. *Tourism Management, 34*, 37–46. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2012.03.007>
- Long, P. T., Perdue, R. R., & Allen, L. (1990). Rural resident tourism perceptions and attitudes by community level of tourism. *Journal of Travel Research, 28*(3), 3–9. <https://doi.org/10.1177/004728759002800301>
- Maruyama, N. U., Woosnam, K. M., & Boley, B. B. (2016). Comparing levels of resident empowerment among two culturally diverse resident populations in Oizumi, Gunma, Japan. *Journal of Sustainable Tourism, 24*(10), 1442–1460. <https://doi.org/10.1080/09669582.2015.1122015>
- Maruyama, N., Woosnam, K. M., & Boley, B. B. (2017). Residents' attitudes toward ethnic neighborhood tourism (ENT): perspectives of ethnicity and empowerment. *Tourism Geographies, 19*(2), 265–286. <https://doi.org/10.1080/14616688.2016.1258432>
- McGehee. (2007). An agritourism systems model: A Weberian perspective. *Journal of Sustainable Tourism, 15*(2), 111–124. <https://doi.org/10.2167/jost634.0>
- McGehee, & Andereck, K. L. (2004). Factors predicting rural residents' support of tourism. *Journal of Travel Research, 43*(2), 131–140. <https://doi.org/10.1177/0047287504268234>
- McGehee, & Kim, K. (2004). Motivation for agri-tourism entrepreneurship. *Journal of Travel Research, 43*(2), 161–170. <https://doi.org/10.1177/0047287504268245>
- McGehee, N. G., & Meares, A. C. (1998). A case study of three tourism-related craft marketing cooperatives in Appalachia: Contributions to community. *Journal of Sustainable Tourism, 6*(1), 4–25. <https://doi.org/10.1080/09669589808667299>
- Murphy, P. E. (2013). *Tourism: A community approach (RLE Tourism)*. Routledge.
- Nunkoo, R., & Ramkissoon, H. (2010). Community perceptions of tourism in small island states: A conceptual framework. *Journal of Policy Research in Tourism, Leisure & Events, 2*(1), 51–65. <https://doi.org/10.1080/19407960903542318>
- Nunkoo, R., & Ramkissoon, H. (2011). Developing a community support model for tourism. *Annals of Tourism Research, 38*(3), 964–988. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2011.01.017>
- Okuyucu, A., ve Somuncu, M. (2012). Kültürel mirasın korunması ve turizm amaçlı kullanılmasında yerel halkın algı ve tutumlarının belirlenmesi: Osmaneli ilçe merkezi örneği. *Ankara Üniversitesi Çevre Bilimleri Dergisi, 4*(1), 37–51. https://doi.org/10.1501/Csaum_0000000061
- Özdamar, K. (2013). Paket programlar ile istatistiksel veri analizi. Eskişehir: Nisan Yayıncılık.
- Özdemir, M., ve Kervankıran, İ. (2011). Turizm ve turizmin etkileri konusunda yerel halkın yaklaşımlarının belirlenmesi: Afyonkarahisar örneği. *Marmara Coğrafya Dergisi, 24*, 1-25.
- Palardy, N. P., Boley, B. B., & Johnson Gaither, C. (2018). Residents and urban greenways: Modeling support for the Atlanta BeltLine. *Landscape and Urban Planning, 169*, 250–259. <https://doi.org/10.1016/j.landurbplan.2017.09.006>
- Park, E., & Kim, S. (2016). The potential of Cittaslow for sustainable tourism development: enhancing local community's empowerment. *Tourism Planning and Development, 13*(3), 351–369. <https://doi.org/10.1080/21568316.2015.1114015>
- Pekak, M. S. (1993). "Güzelyurt'ta (Gelveri) bulunan Bizans/Post-Bizans dönemi kiliseleri-1." Hacettepe Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Dergisi. 2(10), 123-160.
- Perdue, R. R., Long, P. T., & Allen, L. (1987). Rural resident tourism perceptions and attitudes. *Annals of Tourism Research, 14*(3), 420–429. [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(87\)90112-5](https://doi.org/10.1016/0160-7383(87)90112-5)
- Perdue, R. R., Long, P. T., & Allen, L. (1990). Resident support for tourism development. *Annals of Tourism Research, 17*(4), 586–599. [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(90\)90029-Q](https://doi.org/10.1016/0160-7383(90)90029-Q)
- Ramos, A. M., & Prideaux, B. (2014). Indigenous ecotourism in the Mayan rainforest of Palenque:

- empowerment issues in sustainable development. *Journal of Sustainable Tourism*, 22(3), 461–479. <https://doi.org/10.1080/09669582.2013.828730>
- Sharpley, R. (2014). "Host perceptions of tourism: a review of the research." *Tourism Management*, 42, 37-49.
- Scheyvens, R. (1999). Ecotourism and the empowerment of local communities. *Tourism Management*, 20(2), 245–249. [https://doi.org/10.1016/S0261-5177\(98\)00069-7](https://doi.org/10.1016/S0261-5177(98)00069-7)
- Scheyvens, R. (2000). Promoting women's empowerment through involvement in ecotourism: Experiences from the Third World. *Journal of Sustainable Tourism*, 8(3), 232–249. <https://doi.org/10.1080/09669580008667360>
- Sofield, T. H. B. (2003). *Empowerment for sustainable tourism development*. Emerald Group Publishing.
- Strzelecka, M., Boley, B. B., & Strzelecka, C. (2017). Empowerment and resident support for tourism in rural Central and Eastern Europe (CEE): the case of Pomerania, Poland. *Journal of Sustainable Tourism*, 25(4), 554–572. <https://doi.org/10.1080/09669582.2016.1224891>
- Strzelecka, M., Boley, B. B., & Woosnam, K. M. (2017). Place attachment and empowerment: Do residents need to be attached to be empowered? *Annals of Tourism Research*, 66, 61–73. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2017.06.002>
- Strzelecka, M., & Wicks, B. E. (2015). Community participation and empowerment in rural post-communist societies: Lessons from the leader approach in Pomerania, Poland. *Tourism Planning & Development*, 12(4), 381–397. <https://doi.org/10.1080/21568316.2015.1013564>
- Sutawa, G. K. (2012). Issues on Bali Tourism Development and Community Empowerment to Support Sustainable Tourism Development. *Procedia Economics and Finance*, 4(Icsmed), 413–422. [https://doi.org/10.1016/s2212-5671\(12\)00356-5](https://doi.org/10.1016/s2212-5671(12)00356-5)
- Şahin, E. (2014). Sosyokültürel yapı ve değişim bağlamında mimari mirasın korunmasına dair bir yöntem araştırması: Kapadokya-Güzelyurt örneği. Doktor tezi, Gazi Üniversitesi Fen Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Teye, V., Sirakaya, E., & Sönmez, S. F. (2002). Residents' attitudes toward tourism development. *Annals of Tourism Research*, 29(3), 668–688. [https://doi.org/10.1016/S0160-7383\(01\)00074-3](https://doi.org/10.1016/S0160-7383(01)00074-3)
- Tosun, C. (2002). Host perceptions of impacts: A comparative tourism study. *Annals of Tourism Research*, 29(1), 231–253. [https://doi.org/10.1016/S0160-7383\(01\)00039-1](https://doi.org/10.1016/S0160-7383(01)00039-1)
- Tuncer, M. (2019). Bir toplum temelli turizm örneği olarak sonsuz şükran köyü. *Avrasya Uluslararası Araştırmalar Dergisi*, 7(16), 1027-1042 . Doi: 10.33692/avrasyad.543662
- Tuncer, M. & Çavuş, S. (2017). Gelişen turizm destinasyonlarından biri olarak Aksaray ilinin alternatif turizm potansiyelinin belirlenmesine yönelik bir araştırma. *Erzincan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, ÖS-IV, 51-60.
- Türker, N., Selçuk, Ş. ve Özyıldırım, A. (2016). Turizmin Yerel Halkın Yaşam Kalitesi Üzerine Etkisi: Safranbolu Örneği, *Karabük Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 6 (1): 1–13.
- UNEP & WTO. (2005). Making tourism more sustainable: A guide for policy makers. Paris and Madrid: United Nations Environment Programme and 213 World Tourism Organisation.
- Vargas-Sanchez, A., Porras-Bueno, N., & de los Ángeles Plaza-Mejía, M. (2011). Explaining residents' attitudes to tourism: Is a universal model possible? *Annals of Tourism Research*, 38(2), 460–480. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2010.10.004>
- Varnacı Uzun, F. ve Somuncu, M. (2011). Kültürel Peyzajın Korunması ve Turizm İlişkisi Bağlamında Yerel Halkın Görüşleri: Ihlara Vadisi Örneği, *Ankara Üniversitesi Çevre Bilimleri Dergisi*, 3(2), 21-36.
- Varnacı Uzun, F. (2012). Ihlara vadisi kültürel peyzaj alanında sürdürülebilir turizm. Doktora Tezi, Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Weaver, D. B., & Lawton, L. J. (2013). Resident perceptions of a contentious tourism event. *Tourism*

Weber'in Rasyonalitesi Perspektifinden Sakinlerin Turizme Karşı Algı ve Tutumları: Güzelyurt İlçesi (Aksaray) Örneğinde Ampirik Bir Analiz

Management, 37, 165–175. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2013.01.017>

- Weng, S., & Peng, H. (2014). Tourism development, rights consciousness and the empowerment of Chinese historical village communities. *Tourism Geographies*, 16(5), 772–784. <https://doi.org/10.1080/14616688.2014.955873>
- Woosnam, K. M., Norman, W. C., & Ying, T. (2009). Exploring the theoretical framework of emotional solidarity between residents and tourists. *Journal of Travel Research*, 48(2), 245–258. <https://doi.org/10.1177/0047287509332334>
- Yılmaz, A., ve Şahin, K. (2009). Samsun şehri ve yakın çevresinde turizm ve turist algılaması. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi The Journal of International Social Research*, 2(7), 345–358.
- Yoon, Y., Gursoy, D., & Chen, J. S. (2001). Validating a tourism development theory with structural equation modeling. *Tourism Management*, 22(4), 363–372. [https://doi.org/10.1016/S0261-5177\(00\)00062-5](https://doi.org/10.1016/S0261-5177(00)00062-5)
- Zimmerman, M. A. (1990). Taking aim on empowerment research: On the distinction between individual and psychological conceptions. *American Journal of Community Psychology*, 18(1), 169–177. Doi: 009143562/90/0201M2169506.00/0



Doğal ve Kültürel Peyzaj Değerinin Turizm Potansiyeline Etkisi: Rize Ziraat/ Botanik Çay Bahçesi Örneği

The Effect of Natural and Cultural Landscape Value on Tourism Potential: The Case of Rize Botanic/Ziraat Tea Garden

Ömer Lütfü ÇORBACI¹, Türker OĞUZTÜRK², Gülçay Ercan OĞUZTÜRK³, Merve
ÜÇÖK⁴, Fatma AYDIN⁵

^{1,2,4,5}Recep Tayyip Erdoğan
Üniversitesi, Mühendislik ve
Mimarlık Fakültesi, Rize, Türkiye
³Dicle Üniversitesi, Teknik Bilimler
Meslek Yüksek Okulu, Diyarbakır,
Türkiye

ORCID:

Ö.L.Ç.: 0000-0002-8763-3163
T.O.: 0000-0002-9611-9959
G.E.O.: 0000-0002-0893-4719
M.Ü.: 0000-0002-3246-6302
F.A.: 0000-0002-8951-3771

Corresponding Author:

Merve ÜÇÖK

Email:

merve.ucok@erdogan.edu.tr

Citation: Çorbacı, Ö. L., Oğuztürk, T.,
Oğuztürk, G. E., Üçok, M. ve Aydın,
F. (2022). Doğal ve kültürel peyzaj
değerinin turizm potansiyeline etkisi:
Rize Ziraat / Botanik Çay Bahçesi
örneği. *Journal of Humanities and
Tourism Research*, 12 (1): 56-67.

Submitted: 11.10.2021

Accepted: 04.12.2022

Özet

Kentsel ve kırsal turizm alanları içerisinde yer alan doğal ve kültürel peyzaj alanları estetik, fonksiyonel, kültürel ve rekreasyonel değerler bakımından öne çıkan alanlardır. Kıyı kenti olan Rize’de, kentsel turizm alanlarının doğal, kültürel, estetik ve işlevsel değerlerinin yanı sıra alan kullanımlarının çeşitliliği turizm potansiyelini önemli ölçüde etkilemektedir. Kentsel turizm alanlarının kırsal turizm alanlarına göre daha sınırlı sayıda kaldığı Rize’de mevcut doğal ve kültürel peyzaj öğelerinin belirlenerek ön plana çıkarılması ve bu öğelerin turizm potansiyelinin değerlendirilmesi önem arz etmektedir. Bu kapsamda kentsel turizm alanı olarak nitelendirilen, çeşitli vista noktaları sunan, doğal ve kültürel peyzaj değerlerine ve farklı alan kullanımlarına sahip Rize Ziraat/ Botanik Çay Bahçesi çalışma alanı olarak seçilmiştir. Çalışmada alanın doğal ve kültürel peyzaj değerlerinin, rekreasyonel olanaklarının turizm potansiyeline katkısını saptamak amaçlanmıştır. Mevcut doğal ve kültürel peyzaj değerlerinin belirlenerek alanın tercih edilme nedenlerinin sorgulandığı çalışmada, turizm potansiyelini arttırmaya yönelik kullanıcıların kentsel turizm noktasında peyzaj değerlerini kapsayan mekânsal deneyimleri anketler aracılığıyla değerlendirilerek öneriler geliştirilmiştir. Çalışmanın yöntemini yerinde gözlemler ve kullanıcı anketlerinin (alan kullanım nedenleri, ön plana çıkan peyzaj öğeleri) istatistiksel hesaplamalar ile değerlendirilmesi oluşturmaktadır. Elde edilen veriler sonucunda alanda güçlendirilmesi ve geliştirilmesi gereken noktalar tespit edilerek, alanda öne çıkan peyzaj öğeleri ve turizm ilişkisi belirlenmiş ve alanın deneyimlenmesinde kültürel peyzajın etkisi ortaya konulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Doğal ve Kültürel Peyzaj, Kentsel Peyzaj, Turizm, Rize

Abstract

Natural and cultural landscape areas within urban and rural tourism areas are prominent areas in terms of aesthetic, functional, cultural and recreational values. In Rize, which is a coastal city, the natural, cultural, aesthetic and functional values of urban tourism areas, as well as the diversity of land uses, significantly affect the tourism potential of these areas. In Rize, where urban tourism areas are more limited than rural tourism areas, it is important to identify and highlight the existing natural and cultural landscape elements and to evaluate the tourism potential of these elements. In this context, Rize Ziraat / Botanic Tea Garden, which

is characterized as an urban tourism area, offers various vista points, has natural and cultural landscape values and different area uses, has been chosen as the study area. In this study, it is aimed to determine the contribution of the natural and cultural landscape values and recreational opportunities of Rize Ziraat / Botanic Tea Garden to the tourism potential. In the study, in which the reasons for the preference of the area by determining the existing natural and cultural landscape values are questioned, the spatial experiences of the users in order to increase the tourism potential, including the landscape values at the point of urban tourism, were evaluated through questionnaires and suggestions were developed. The method of the study consists of on-site observations and evaluation of user surveys (reasons for land use, prominent landscape elements) with statistical calculations. As a result of the data obtained, the points that need to be strengthened and developed in the area were determined, the prominent landscape elements and tourism relations in the area were determined and the effect of the cultural landscape on the experience of the area was revealed.

Keywords: Natural and Cultural Landscape, Urban Landscape, Tourism, Rize

1. GİRİŞ

Kentlerde artan nüfus ve kentleşme içerisinde doğal ve kültürel dokusu korunmuş alanlar bireylerin karışık kent yapısından uzaklaşmasını sağlayan alanlar olarak ortaya çıkmaktadır (Cengiz Gökçe ve Açıksoz, 2014; Yılmaz vd., 2019). Doğal ve kültürel dokusu ile farklı manzara türleri sunan alanlar hem kent kullanıcılarına hem ziyaretçilere; huzur, heyecan, eğitim, rekreasyon, ilham, esenlik duygusu gibi farklı hizmetler ve deneyimler sunma eğilimindedir. Bu alanlarda kullanıcılar sosyalleşme, sanat, spor, sağlık, kültür, eğitim ve eğlence gibi aktiviteleri içeren farklı destinasyon arayışında bulunmaktadır (Terkenli vd., 2021). Bu kapsamda peyzaj, ziyaret edilen bir destinasyonda aranan veya ortaya çıkan deneyimlerin çeşitliliği açısından çok önemli olarak kabul edilmekte ve ön plana çıkmaktadır (Urry, 1995; Skowronek vd., 2018). Peyzajlar, turizm, rekreasyon veya eğlence destinasyonuna hizmet etme eğiliminde olup karmaşık ve çok yönlü olan yapısı sayesinde turizm ile ilişkilendirilmektedir (Terkenli, 2002; Pardo Abad ve Fernández Álvarez, 2020). Bu açıdan peyzaj ve turizm kavramı zaman, mekân ve kültür boyunca çeşitli şekillerde bir araya gelmektedir (Lew vd., 2004; Terkenli, 2002).

Belirli bir alandaki insanların ve çevrenin kapasitesi, yeterliliği ve imkânları doğrultusunda gelişen bir ekonomik hareket biçimi olan turizm, fiziksel mekânda, sosyo-kültürel düzende ve özellikle yerli halkta değişimler meydana getirmektedir. Fiziksel çevre turizme bağlı olarak gelişerek değişmekte ve ihtiyaçlar doğrultusunda yapılacak tesislerden ve etkinliklerden etkilenmektedir (Düzenli vd., 2018; Utami, 2020). Doğal ve kültürel peyzaj unsurları turizmi etkileyen birincil unsurlar arasında yer almakta ve sosyo-ekonomik açıdan da önem taşımaktadır (Libosada ve Carlos, 2009; Tan ve Arslan, 2013; Heslinga vd., 2017). Doğal ve kültürel peyzajların turistik peyzajlara dönüşmesi süreci karakteristik peyzajın sembolik ve fiziksel olarak yeniden düzenlenmesini gerektirmektedir (Jimenez Garcia vd., 2020).

Turizm alanlarında ön plana çıkan kültürel peyzaj, insan dâhil tüm canlı türleri ve doğal süreçleri içeren, insan tarafından değiştirilmiş, sınıflandırılmış ve yorumlanmış, çeşitli estetik doğal ve kültürel değerler barındıran karmaşık bir mekânsal fenomendir (O'Hare, 1997; Kaya, 2002; Alpak vd., 2016). Son yıllarda kültürel peyzaj kavramı, turizm sektörünü sürdürülebilir bir kalkınmaya doğru ilerletmek için anahtar ürünlerden biri haline gelmiştir (Gülçin, 2020). Turizm gelişiminde, doğal peyzajı, kültürel güzellikleri ve varlıkları korumak mekânın değerini ve çekiciliğini artırmakta ve turistler manzara ve çevre gibi doğal peyzajlara ilgi duymaktadır (Buckle, 2000; Dowling vd., 2002; Samsudin ve Maliki, 2015; Yılmaz vd., 2016).

Doğal ve kültürel varlıkları ile ön plana çıkan Rize ilinde kentsel ve kırsal turizm alanları her mevsim kullanıcılar tarafından yoğun olarak tercih edilmektedir. Kentsel turizm alanlarının kırsal turizm alanlarına göre daha sınırlı sayıda bulunduğu Rize ilinde Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından Rize'de gezilecek 3 yerden bir tanesi olarak önerilen Ziraat Botanik Çay Bahçesi çalışma alanı olarak seçilmiştir. Bu alan kente, denize, çay bahçelerine, dağlara ve Rize kalesine hâkim

panoramik manzarası ve doğal ve egzotik bitki varlığı ile aktif olarak kullanılan bir kent parkıdır (URL-1). Rize kentinde yoğun kullanıma sahip bu alan kente hâkim panoramik manzarası, rekreatif olanakları, çay bahçeleri, pek çok doğal ve iklime uyum sağlamış egzotik bitki varlığı ile ön plana çıkmaktadır. Çalışmada Rize Ziraat/Botanik Çay Bahçesinin doğal ve kültürel peyzaj değerlerinin turizm potansiyeline katkısını ortaya koymak amaçlanmıştır. Mevcut doğal ve kültürel peyzaj değerlerinin belirlenerek alanın tercih edilme nedenlerinin sorgulandığı çalışmada, turizm potansiyelini arttırmaya yönelik öneriler geliştirilmiştir. Kullanıcıların kentsel turizm noktasında peyzaj değerlerini kapsayan mekânsal deneyimleri anketler aracılığıyla değerlendirilmiştir. Alanda öne çıkan peyzaj öğeleri ve turizm ilişkisi belirlenmiş ve alanın deneyimlenmesinde kültürel peyzajın etkisi ortaya koyulmuştur.

2. YÖNTEM

2.1. Çalışma Alanı

Çalışma alanı olarak Rize merkez ilçesi sınırlarında yer alan, kıyıya yaklaşık 1,2 km mesafede, 110 m rakıma ve 51,500 m² alana sahip Rize Atatürk Ziraat Botanik Çay Bahçesi seçilmiştir (Şekil 1). Türkiye'nin en fazla yağış alan ili olan Rize, kültürel değerleri, topoğrafyası, yeşil dokusu, teraslanmış çay bahçeleri, yaylaları ve bu alanlardaki biyolojik çeşitliliği ile ön plana çıkan bir kıyı kentidir. Rize ilinde kentsel ve kırsal alanlarda yer alan birçok destinasyon noktası turizm olanakları açısından çeşitlilik gösterebilir kentsel alanda yer alan turizm noktaları kırsal alanlara göre sınırlı kalmaktadır. Bu kapsamda değerlendirildiğinde Rize Ziraat Botanik Çay Bahçesi kentsel turizm alanı içerisinde yoğun olarak kullanılan bir destinasyon noktasıdır. Çalışma alanı kuzeyde deniz ve Rize Kalesi manzarası, güneyde çaylık alanlar ile kaplı dağ manzarası ile tepeden panoramik bir görüntü sunmaktadır. Çalışma alanı içerisinde çay bahçesi, kafeterya, serender (nayla), oturma alanları, satış birimleri, çocuk oyun alanı, ÇAYKUR Genel Müdürlük Konutları, misafirhane, turuncgil bahçesi, meyve bahçesi, yemekhane, çay üretim tesisi (mini), ve seyir terasları yer almaktadır.



Şekil 1. Çalışma Alanı

Çalışmada alana ait haritalar, fotoğraflar ve literatür taramalarından yararlanılmıştır. Alanın mevcut alan kullanımları belirlenerek bu kapsamda yerinde gözlemler ile alanın doğal ve kültürel peyzaj envanteri çıkarılmıştır. Yoğun kullanıma sahip alanda mevcut doğal ve kültürel peyzaj değerleri göz önünde bulundurularak kullanıcılara alanın tercih edilme nedenleri, turizm potansiyeli ve olanaklarının sorgulandığı anket çalışması yapılmıştır. Alanın turizm potansiyelini arttırmaya yönelik kullanıcıların kentsel turizm noktasında peyzaj değerlerini kapsayan mekânsal deneyimleri anketler aracılığıyla değerlendirilerek öneriler geliştirilmiştir. Anketler yüz yüze ve

Google anket formu kullanılarak yapılmış olup, istatistiksel hesaplamalar ile (pearson korelasyon, yüzde analiz) değerlendirilmiştir.

3. BULGULAR

Rize Ziraat/ Botanik Çay Bahçesi'nin doğal ve kültürel peyzaj değerinin turizm potansiyeline etkisinin belirlendiği çalışma, veri toplama ve değerlendirme aşamalarından oluşmuş ve çalışma bulguları 2 ana başlık altında (1. Doğal ve Kültürel Peyzaj Envanterinin Oluşturulması, 2. Alanın Doğal ve Kültürel Peyzaj Değerinin Turizm Potansiyeline Etkisinin Anketler Aracılığıyla Değerlendirilmesi) incelenmiştir.

3.1. Doğal ve Kültürel Peyzaj Envanterinin Oluşturulması

Alanın turizm bileşenlerinin ortaya konması için alandaki mevcut doğal ve kültürel peyzaj öğelerinin bilinmesi gerekmektedir. Alanın doğal peyzaj envanterini topoğrafyası, iklimi, doğal bitki örtüsü, hidrolojik yapısı ve jeolojik yapısı oluşturmaktadır. Kültürel peyzaj envanteri ise çeşitli mekânsal yapısal ve bitkisel unsurları kapsamaktadır.

Engelibeli ve dağlık bir arazi yapısına sahip olması nedeniyle yerleşimlerin kıyıda yoğunlaştığı ilde çalışma alanı 110 m yüksekliğe sahip dağlık bir alanda konumlandırılmıştır. Bol yağışlı bir iklime sahip olması nedeniyle bitkisel biyoçeşitliliğin fazla olduğu alanda doğal ve egzotik bitki taksonları yer almaktadır. Bu bitkiler arasında dünyanın en büyük ağaçlarından olan *Sequoia sempervirens* (D. Don)/sekoya, 700 yıllık *Olea europea*/zeytin, anıt ağaç niteliğindeki bitkilerin yanı sıra çeşitli çiçekli, meyveli, kokulu bitkiler yer almaktadır. Çayın başkenti olarak nitelendirilen Rize'de çay araştırma ve uygulamaları için çaylık alan ve çay üretim tesis alanı yer almaktadır.

Ziraat Botanik Çay Bahçesi'nin bitkisel varlığı incelendiğinde 83 familyaya ait 188 takson bulunmakta olup, bunlardan 38'i doğal, 103'ü egzotik, 1'i doğal kültür, 28'inin ise egzotik kültür formu olduğu görülmüştür (Çorbacı vd., 2020). Kentsel alanda bitkisel biyoçeşitliliğin fazla olduğu bu alanda *Sequoia sempervirens* (D. Don), *Araucaria angustifolia* (Bert.) O. Kuntze Endl., *Picea pungens* Engelm. Hoopsii, *Cedrus deodora* (Roxb.) G. Don, *Magnolia grandiflora* L., *Magnolia figo* (Lour.) DC, *Magnolia x soulangeana* Soul.- Bod., *Cryptomeria japonica* (Thunb. ExL.f.) D. Don, *Thuja occidentalis* (L.) Franco 'Smaragd', *Agave americana* L., *Tagetes erecta* L. 'Giant Orange', *Viola odorata* Linn., *Campsis radicans* (L.) Seem., *Opuntia ficus indica* (L.) Mill. Bitki taksonları (Resim 1) estetik ve fonksiyonel özellikleri ile ön plana çıkmaktadır (Çorbacı vd., 2020).

Resim 1. Alana Ait Bitki Örnekleri



Agave americana L.



Opuntia ficus indica



Magnolia figo



Araucaria angustifolia

Kültürel peyzaj öğeleri mekânsal ve donatısal olarak incelendiğinde; oturma alanları, yeme içme alanları, seyir alanları, çocuk oyun alanı, wc alanları, çay üretim tesis alanı, endülüs bahçesi (su öğeleri), çay terasları, mağara, otopark alanı, ahşap serenderler, satış birimleri, yönlendirme ve bitki tanıtım tabelaları, donatı elemanları, sınırlama elemanları yer almaktadır.

Alanda teraslandırılmış 2 farklı açık oturma alanı yer almakta ve bu alanlarda ahşap, beton ve plastik malzemelerden çeşitli oturma birimleri bulunmaktadır. Oturma alanları arasında bir endülüs bahçesi inşa edilmiş ve ahşap köprülerle detaylandırılmıştır. Alanda kaydırak, tahterevallli, salıncak gibi oyun elemanlarını barındıran bir çocuk oyun alanı mevcut olup bu alanda ebeveynler için de

ahşap oturma birimleri yer almaktadır. Alanı özgün kılan alanlardan biri olan mini çay üretim tesisi yaklaşık 200 m²'lik bir alana sahip olup, çayın toplandıktan sonra tüm işlemlerinin yapıldığı ve camekân bir yapıyla kullanıcıların gözlem yapmasının sağlandığı bir alandır. Ziraat Botanik Çay Bahçesi kuzey, güney, doğu ve batı yönlerine bakan çeşitli seyir alanlarına sahiptir (Resim 2).

Resim 2. Mekânsal Öğeler



Oturma Alanları



Yeme İçme Alanları



Çocuk Oyun Alanı



Çay Üretim Tesisi



Endülüs Bahçesi



Seyir Alanları



Otopark Alanı



WC Alanları

Alanda Rize ilini yansıtan geleneksel dokuya sahip yapılar yer almaktadır. Girişte deniz manzarasına hâkim noktada yer alan oturma, dinlenme ve seyir alanı bulunan bir serender yer almaktadır. Hemen yanında yöre mimarisini göstermek üzere yapılmış minyatür serender bulunmaktadır. ÇAYKUR Genel Müdürlüğü'nün kendi ürünlerini sattığı yöre mimarisine uygun bir satış ofisi ve alanın en üst kodunda Rize ili Çayeli ilçesinden orijinali sökülerek getirilen diğer bir serender yer almaktadır. Bu serenderde özellikle yerel halkın üretmiş olduğu yöresel ürünler satılmaktadır. Alana ait bilgilendirme ve levhalar alan girişinde konumlandırılmış ve kullanıcıların alanda ki zengin bitki çeşitliliği hakkında bilgi sahibi olması için ahşap bitki etiketleri oluşturulmuştur. Donatılarda genel olarak ahşap malzeme kullanılmış, sınırlama elamanlarında ferforje, ahşap ve cam gibi çeşitli malzemeler kullanılmıştır (Resim 3).

Resim 3. Donatılar



Ahşap Serenderler



Satış Birimleri



Tabelalar

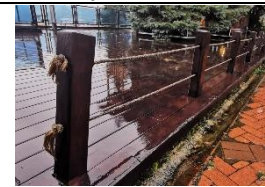


Çeşme



Oturma Birimleri

Aydınlatma



Sınırlama Elemanları



Sert Zemin Döşemeleri



Bitki Tanıtım Etiketleri



Çöp Kutusu

3.2. Alanın Doğal ve Kültürel Peyzaj Değerinin Turizm Potansiyeline Etkisinin Anketler Aracılığıyla Değerlendirilmesi

Ankete 64 kadın 36 erkek olmak üzere örneklem büyüklüğü hesaplanarak 100 aktif alan kullanıcısı katılmıştır. Anketlere %69'u 16-25 aralığında, %18'i 26-35 aralığında, %8'i 36-45 aralığında ve %5 oranında ise 56 yaş ve üzeri kullanıcı katılım sağlamıştır. Kullanıcıların % 89'u bu alanın ilgi çekici olduğunu düşünmekte ve %67'si alanı turizm alanı olarak değerlendirmektedir. Alana ulaşım şekilleri genelde özel araç ile sağlanmakta (%52), bunun yanı sıra toplu taşıma (%33) ve yaya (%15) olarak da tercih edilmektedir. Alan içi sirkülasyon ise kullanıcılar tarafından genel olarak rahat ve kolay olarak algılanmaktadır (%61). Kullanıcılar çalışma alanını %51 oranda doğal peyzaj açısından yeterli bulmalarına karşın kültürel peyzaj açısından %53 oranında kısmen yeterli bulmaktadırlar. Alanın Rize ilinin doğal ve kültürel karakteristiğini yansıtıp yansıtmadığı sorgulandığında %54 oranla yansıttığı cevabı verilmiştir. Alandaki bilgilendirme ve tanıtım levhaları %66 oranda yeterli bulunmuştur. Mevcut bitki tanıtım etiketleri büyük ölçüde kullanıcıların dikkatini çekmiş (%76) ve kullanıcıların %48'inin doğal ve egzotik bitki türleri hakkında bilgi sahibi olduğu tespit edilmiştir. Alandaki işletmeler (%47) ve sundukları hizmetler (%51) katılımcıların çoğunluğu tarafından yeterli bulunmuştur. Yeşil alan miktarının %60 oranında yeterli bulunduğu alanda kullanıcılar mevcut bitkisel doku ve geleneksel yapı örnekleri olmasa da bu alanı kullanmayı tercih eder miydiniz sorusuna %61 oranda hayır cevabını vermiştir.

Kullanıcıların alanı tercih etme nedenleri sorgulandığında alandaki bitkisel çeşitlilik %36 oranında 1. tercih olarak kent merkezinde turizm alanı olarak başka alternatifin olmaması (%19) ise 2. tercih olarak belirlenmiştir. Bunun yanı sıra alandaki yeme içme olanakları (%18) ve çeşitli noktalardan panoramik manzaralar sunması (%16) kullanıcıların alanı tercihlerinde etkili olmuştur.

“Alanda dikkatinizi çeken ve ön plana çıkan peyzaj öğeleri nelerdir?” sorusuna kullanıcılar 1. yaşlı bitkiler (%45), 2. çiçekli bitkiler (%23), 3. panoramik manzara (%18) ve 4. ahşap serenderler (%10) cevabını vermiştir. Rize ilinde kentsel turizme katkı sağlayan turizm alanı olarak çoğunlukla ilk tercih Ziraat Botanik Parkı (%43), ikinci tercih Rize Kalesi (25), 3. tercih ise Dağmaran (17) olmuştur. Bunun yanı sıra kullanıcılar Sahil Parkı, Eskitoğlu ve Rize Müzesi'ni de kentsel turizm alanı olarak belirtmiştir.

Alanın turizm açısından katkıları değerlendirildiğinde Tablo 1'deki cevaplar sıklıkla tekrar edilmiştir. Alanın yeşil alan varlığı ve bitkisel çeşitliliği başta olmak üzere görsel manzara etkisi alanın turizme en fazla katkı sağladığı düşünülen özellikleridir. Çay üretimi ve tanıtımının yapılması ile ziyaretçi sayısının artması, kent kimliği ve kültürünü yansıtmaması nedeniyle ilgi çekici olması ve kente sağladığı ekonomik katkılar, alanın kentsel turizme sağladığı diğer katkılar olarak belirtilmiştir.

Tablo 1. Rize Ziraat Botanik Çay Bahçesi'nin Kentsel Turizme Katkıları

Turizme Katkıları	Sıklık	%
Yeşil alan varlığı, bitki çeşitliliği sunması, bitki türlerinin tanıtımının yapılması	*****	(%29)
Görsel manzara ve seyir olanakları	*****	(%20)
Çay üretimi ve tanıtımının yapılması ile ziyaretçi sayısının artması	*****	(%17)
Kent kimliği ve kültürünü yansıtması nedeniyle ilgi çekici olması	*****	(%12)
Alanda ki mevcut çay bahçesi, kafeterya ve satış birimleri ile kente ekonomik katkılar sunması	*****	(%9)
Merkezi konumda ulaşılabilir olması	*****	(%7)
Geleneksel yapı örnekleri sunması	**	(%2)
Doğal ve kültürel peyzaj özellikleri ile ilgi çekici bir alan olması	**	(%2)
Kent hakkında olumlu düşünceler oluşturması nedeni ile tercih edilebilirliği artırması	*	(%1)
Rize ilinin tanıtımına katkı sunması	*	(%1)

Anketlere verilen cevaplar doğrultusunda; Rize Ziraat Botanik Çay Bahçesi'ni diğer kentsel turizm alanlarından ayıran özellikler ise Tablo 2'te verilmiştir. Rize ilinde Rize Ziraat Botanik Çay Bahçesi'ni diğer kentsel turizm alanlarından ayıran özellikler kullanıcılar tarafından başlıca bitkisel çeşitliliğin fazla olması, ulaşım kolaylığı, alanın kent içerisindeki konumu, panoramik manzaraya sahip olması ve doğal olması olarak sıralanmıştır.

Tablo 2. Rize Ziraat Botanik Çay Bahçesi'ni Diğer Kentsel Turizm Alanlarından Ayıran Özellikler

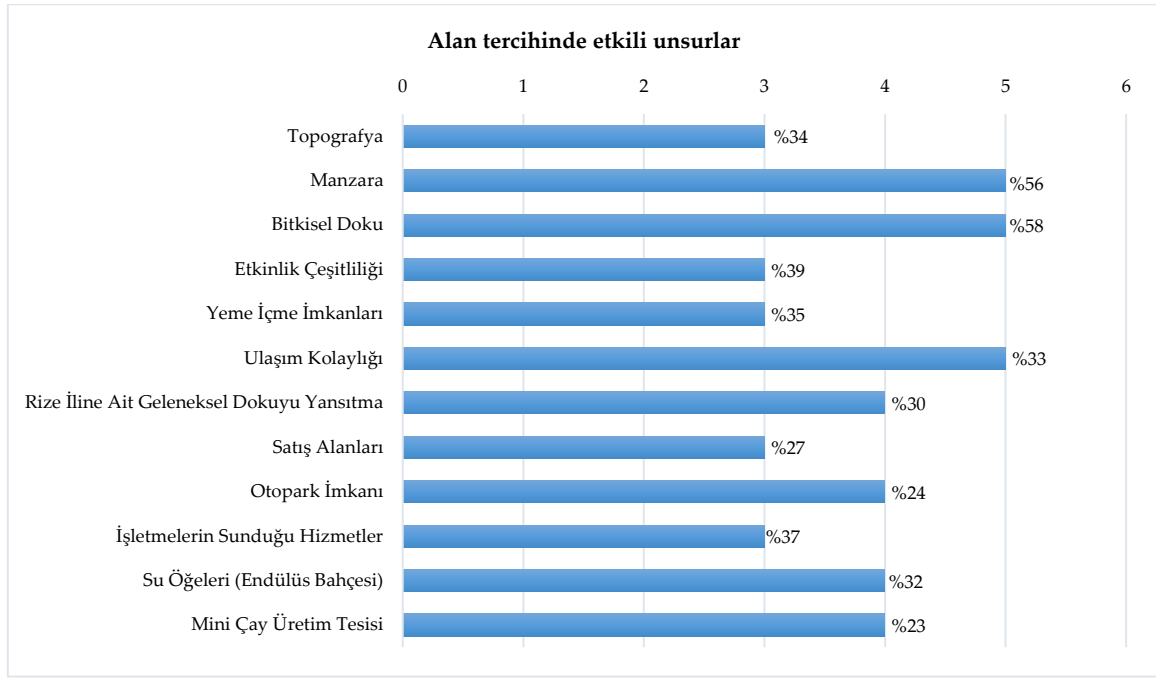
Alanı Rize'deki Diğer Turizm Alanlarından Ayıran Özellikler	Sıklık	%
Bitkisel çeşitliliğin fazla olması	*****	(%41)
Ulaşım kolaylığı ve alanın kent içerisindeki konumu	*****	(%14)
Panoramik manzaraya sahip olması	*****	(%13,4)
Doğal olması	*****	(%4,2)
Peyzaj tasarımı	*****	(%4,2)
Çay bitkisinin tanıtımının yapılması	****	(%3,5)
Farklı etkinlik alanları bulundurması (Oturma alanı, oyun parkı, su ögesi vb.)	****	(%3,5)
Rize'nin kültürel kimliğini yansıtması	****	(%2,8)
Yeme içme alanları bulundurması	****	(%2,8)
Bitki tanıtım levhalarının bulunması	***	(%2)
Temiz ve güvenilir işletmelerin bulunması	***	(%2)
Yeşil alanlarda rekreasyon imkanının olması	**	(%1,4)
Topografya	**	(%1,4)
Turizm alanı olması	**	(%1,4)
Fiyatların uygun olması	*	(%0,7)

Alana ait kullanıcılar tarafından tespit edilen eksiklikler ve alanın doğal ve kültürel peyzaj öğeleri dikkate alınarak turizm potansiyelini arttırmaya yönelik kullanıcılar tarafından geliştirilen öneriler Tablo 3'te yer almaktadır. Alana ait genel eksiklikler kullanıcılar tarafından bakımsızlık, tanıtım eksikliği, otopark sorunu, Rize iline ait tanıtım alanlarının eksikliği, etkinliklerin yetersiz olması olarak görülmüş ve bu eksiklikler göz önünde bulundurularak eksiklikleri tamamlayıcı öneriler sunulmuştur (Tablo 3).

Tablo 3. Alana Ait Kullanıcılar Tarafından Tespit Edilen Eksiklikler ve Öneriler

Turizm Alanı Olarak Eksiklikler	n	Turizm Alanı Olarak Öneriler	n
Yok	20	Yok	24
Bakımsız olması	6	Bakımın artması	4
Tanıtımının yapılmaması	5	Tanıtımının yapılması	21
Otoparkın yetersiz olması	8	Otopark alanının genişletilmesi	8
Rize şehrine ait tanıtım alanlarının olmaması	4	Rize kültürünü yansıtacak alanlar oluşturulması	10
		Çay alanlarının artırılması	3
Etkinliklerin yetersiz olması	10	Etkinlik alanlarının ve çeşitlerinin artması	24
Mekânların yetersizliği	20		
Alanın küçük olması	10	Alanın genişletilmesi	5
Renkli ve çiçekli bitki varlığının az olması	2	Bitkisel varlığın artırılması	7
Yeşil alanların az ve parçalanmış olması	2		
Alan içi ulaşımın dar ve eğimli olması	7	Alan içi tanıtım levhaları	2
Aydınlatmaların yetersiz olması	2	Alanın gece kullanımına uygun hale getirilmesi	1
Kapalı alanların az ve bakımsız olması	7	Kapalı alanların artması	2
		Ahşap yapıların yapılması	2
Konaklama alanının olmaması	3	Konaklama alanlarının yapılması	3
Peyzaj tasarımının yetersiz olması	6	Peyzaj tasarımının geliştirilmesi	2
Yeme içme alanı ve işletmelerin yetersiz ve bakımsız olması	10	İşletmeleri arttırmak	5
Alanda ticari işletmelerin bulunması	1	İnsanların doğaya ulaşabileceği alanların artması	2
Yönlendirme tabelalarının azlığı	3	Alan içi tanıtım levhaları	2
İlgi çekici olmaması	1	Sefer ve turlar düzenlenmesi	2
		Alanda festival gibi etkinliklerin yapılması	4

Kullanıcıların alanı tercih etmelerinde ki doğal ve kültürel peyzaj öğelerinin etkileri Likert ölçeğinde (1. Çok az, 2.Az, 3.Orta, 4. Fazla 5. Çok fazla) değerlendirilmiş ve Şekil 2’de yer alan sonuçlar elde edilmiştir. Elde edilen sonuçlara göre kullanıcıların alanı tercih etmelerinde çok fazla (5) etkili olan unsurların başında bitkisel doku, manzara ve ulaşım kolaylığı gelmektedir. Bunun yansira alanı tercihte fazlaca (4) etkili olan unsurlar Rize iline ait geleneksel dokuyu yansıtmaya, su öğeleri, otopark imkânı ve mini çay üretim tesisi olarak sıralanabilmektedir. Alanı tercihte en az etkili olan unsur ise satış birimi olarak belirlenmiştir.



Şekil 2. Kullanıcıların Alanı Tercih Etmelerindeki Etkili Unsurlar

Kullanıcılara yapılan ankette değişkenler arasındaki korelasyon analizine bakıldığında doğal ($r=,295^{**}$) ve kültürel peyzajların ($r=,284^{*}$) yeterliliği ve alanın ilgi çekiciliği arasında pozitif korelasyon bulunmakta olup doğal ve kültürel peyzajlar alanın ilgi çekiciliğini artırmaktadır sonucuna varılmıştır. Doğal peyzaj yeterliliğinde manzara ve bitkisel doku etkili olurken kültürel peyzajın yeterliliğinde topografya, manzara etkisi, bitkisel doku etkisi ve etkinlik çeşitliliği ön plana çıkmaktadır. Bunun yanı sıra mevcut doğal ve kültürel peyzajlar ile Rize ilinin karakteristiğini yansıtan unsurlar arasında anlamlı bir ilişki tespit edilmiştir ($r=,349^{**}$, $r=,322^{**}$). Bitki tanıtım etiketlerinin dikkat çekiciliği ve alandaki doğal ve egzotik bitkiler hakkındaki bitki bilgisi arasında pozitif yönlü anlamlı bir ilişki bulunmaktadır ($r=,194^{*}$). Alandaki bitki tanıtım etiketleri kullanıcıların bitki bilgisini artırmaktadır.

Alandaki yeşil alan miktarını yeterli bulan kullanıcılar alanın kültürel peyzajını da yeterli bulmaktadır ($r=,210^{*}$). Aynı zamanda kullanıcılar bu alanı turizm alanı olarak ilgi çekici bulmakta ($r=,336^{**}$) ve alanın ilgi çekiciliğini; manzara, bitkisel doku, etkinlik çeşitliliği, ulaşım kolaylığı, otopark imkânı, alandaki su öğeleri, geleneksel dokuya sahip alanların etkisi artırmaktadır. Kullanıcılar turizm alanı olarak alanın geleneksel dokusunun yanı sıra Rize ilinin doğal ve kültürel karakteristik özelliklerini yansıttığını düşünmektedir ($r=,305^{**}$). Turizm alanı olarak değerlendirilmesinde alandaki Rize ilini yansıtan geleneksel dokuyu sahip alanlar ($r=,305^{**}$) bitkisel doku ve etiketlerin varlığı ($r=,238^{*}$), topografya ve etkinlik çeşitliliği ($r=,241^{*}$) etkili olmaktadır. İşletmeleri yeterli bulan kullanıcılar yeme içme imkânlarını da yeterli bulmaktadır. Alandaki mevcut su öğeleri etkinlik çeşitliliğini artırmaktadır ($r=,381^{**}$).

SONUÇ

Rize ilinde turizme bağlı etkinlik ve mekânlar kentin kırsal alanlarında bulunan yaylalar, şelaleler ve ormanlar gibi doğal alanlarda yoğunlaşmıştır. Rize ilinde en aktif kullanılan kentsel turizm alanlarından biri olan Ziraat/Botanik Çay Bahçesi'nin kullanım yoğunluğu, kentte alternatif kentsel rekreasyon alanlarının sınırlı sayıda olmasıyla ilişkilidir.

Rize ilinde yapılan çalışmada elde edilen veriler ışığında alan kullanıcıları alanı mevcut yapısal ve kültürel peyzaj özellikleri ile turizm açısından ilgi çekici bulmaktadır. Kaya 2002'de yaptığı çalışmada turizmin manzara, topografya, su, bitki örtüsü gibi doğal ve kültürel kaynakların

kullanımına dayanmakta olduğu ifadesiyle çalışma sonucunu desteklemektedir (Kaya, 2002). Rize ilinde yapılan çalışmada bitkisel doku çeşitliliği ve manzara, alanın kentsel turizm açısından özgünlüğünü ortaya koymakta olup bitki tanıtım etiketlerinin yer alıyor olması kullanıcıların dikkatini çekmekte ve bitkiler hakkında bilgi sahibi olmalarını sağlamaktadır.

Alanın Rize kent kimliğini yansıtan öğeler taşıması, kullanıcıların alanı beğenisini arttırmıştır. Alanda yerel kültürü yansıtan, çay tarımının anlatıldığı mini çay üretim tesisi ve kent mimarisini öne çıkaran serenderler gibi yapıların bulunması alanın yerel halk tarafından daha çok benimsenmesini sağlamış ve alanda bulunan ziyaretçilere kent kültürünü deneyimleme imkânı sağlamıştır.

Rize ili Çayeli ilçesi Çeçeva köyünde yer alan çay bahçesi oluşturmuş olduğu estetik güzellikle yoğun yerli ve yabancı turist çekmektedir. Fakat Rize kent merkezine uzak olması, ulaşım ve otopark imkânları ve özel şahsa ait bir bahçe olmasından dolayı kullanımında zorluklar yaşanmaktadır. Bu kapsamda Çeçeva çay bahçesinin estetik güzelliğine benzer bir alan, Botanik Ziraat Çay Bahçesi'ndeki mevcut çay bahçeleri de içine katılarak yeniden tasarlanarak yerli ve yabancı turistlerin odak noktası haline getirilmelidir. Bu noktada Karaşah (2019)'un belirttiği gibi turistlerin çayın üretiminden, toplanmasına ve tadımına kadar tüm ritüellerin içinde bulunmalarına imkân tanınmalıdır.

Çeşitli işlevsel, estetik ve fonksiyonel katkılar sunan bitkilerin çeşitliliği ve bitkilere yapılan tanıtım levhası sayesinde alan yüz ölçümünün küçük olmasına rağmen kullanıcılara bitkileri tanıtmak ve farklı taksonları görme imkânını sağlamaktadır.

Ziraat/Botanik Çay Bahçesi gibi kültürel bir peyzaj alanının kullanım yoğunluğu göz önünde bulundurulduğunda doğal peyzajların yanı sıra insanların kültürel peyzaj öğelerinin varlığına da ihtiyaç duyduğu sonucuna varılmaktadır. Çalışmada elde edilen bu sonuç Terkenli (2002)'nin yaptığı çalışma ile benzerlik göstermekte olup, kullanıcıların bu alanlarda peyzajı sadece doğal ve kültürel olarak değil görsel, estetik, işlevsel ve sembolik tüm boyutlarıyla bir tüketim ürünü olarak deneyimlediği görülmektedir. Kent kimliğinin ve kültürünün kültürel peyzaj çalışmaları ile tanıtıldığı bu alan kente gelen ziyaretçilerin uğrak noktası haline gelmekte ve kente ekonomik katkılar sunmaktadır.

Yapılan değerlendirmeler doğrultusunda, alana ait tanıtım çalışmaları yapılması, ulaşımın kolaylaştırılması, otopark alanının büyütülmesi, bitki ve yeşil alan varlığının artırılması, Rize kültürü ve çay tarımını yansıtan daha fazla yapı ve peyzaj öğesinin eklenmesinin alanın turizm potansiyelini arttıracığı sonucuna varılmıştır. Bu konuda ortaya çıkan sonuçların değerlendirilmesi ve uygulamaya geçebilmesi anlamında ÇAYKUR Genel Müdürlüğü'ndeki yetkililerle görüşülüp alana yönelik yapılabilecekler hakkında görüşmeler yapılmalıdır.

Çalışmada doğal ve kültürel peyzaj alanlarının artmasının turizm deneyimini iyileştirdiği ve geliştirdiği sonucuna varılmıştır. Bu da peyzaj mimarlığı ve peyzaj tasarımının doğal ve kültürel peyzaj alanlarının turizm potansiyelinin artmasında aktif rol oynadığını göstermekte olup kentsel turizm alanlarında kullanıcıların mekânsal deneyimlerini yerel ölçekte yansıtan bir strateji sunmaktadır.

KAYNAKÇA

- Alpak, E. M., Özkan, D. G., Düzenli, T. (2016). Evaluating Changing Coastal View from Functional Perspective A Case Study of Trabzon City, *Journal of Balkan Ecology*, (3): 291- 299.
- Buckley, R. (2000). Neat Trends: Current Issues in Nature, Eco-And Adventure Tourism, *International Journal of Tourism Research*, 2(6): 437-444.
- Cengiz Gökçe, G. ve Açiksöz, S. (2014). Turizmin Kültürel Peyzaj Bileşenleri ve Kırsal Kimlik Üzerine Etkisi: Nallıhan-Beydili Köyü Örneği. II. In *International Symposium on Environment and Morality*, Adıyaman, 24-26.
- Dowling, R., Newsome, D. and Moore, S. (2002). *Natural Area Tourism: Ecology, Impacts And Management*. Bristol: Channel View Publication.
- Düzenli, T., Yılmaz S., Tarakci Eren, E. (2018). Kentsel Açık Yeşil Alanların Kullanım Türleri ve Amaçları, *Social Sciences Studies Journal (SSSJJournal)*, 4: 222-228.
- Gülçin, D. (2020). Kültürel Ekosistem Hizmetlerinin Sosyal Medya Verileri Kullanılarak Haritalanması: Datça Yarımadası Örneği, *Turkish Journal of Forestry*, 21(4): 407-416.
- Heslinga, J. H., Groote, P. D. and Vanclay, F. (2017). Using a Social-Ecological Systems Perspective to Understand Tourism and Landscape Interactions in Coastal Areas, *Journal of Tourism Futures*, 3(1): 23–38.
- Jiménez-García, M., Ruiz-Chico, J. and Peña-Sánchez, A. R. (2020). Landscape and Tourism: Evolution Of Research Topics, *Land*, 9(12): 488.
- Kaya, L. G. (2002). Cultural Landscape for Tourism, *Bartın Orman Fakültesi Dergisi*, 4 (4): 54-60.
- Karaşah, B. (2019). Kırsal Turizm Kapsamında Çay Turizminin Değerlendirilmesi “Artvin Örneği”, *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 12(68): 1169-1175.
- Lew, A. A., Hall, C. M. ve Williams, A. M. (Eds.). (2008). *A Companion To Tourism*. New Jersey: John Wiley & Sons.
- Libosada Jr, C. M. (2009). Business or leisure? Economic development and resource protection—Concepts and practices in sustainable ecotourism, *Ocean & Coastal Management*, 52(7), 390-394.
- O'Hare, D. (1997). Interpreting The Cultural Landscape for Tourism Development, *Urban Design International*, 2(1): 33-54.
- Pardo Abad, C. J. and Fernández Álvarez, J. (2020). Landscape as Digital Content and A Smart Tourism Resource in The Mining Area of Cartagena-La Unión (Spain), *Land*, 9(4): 112.
- Samsudin, P. Y. and Maliki, N. Z. (2015). Preserving Cultural Landscape in Homestay Programme Towards Sustainable Tourism: Brief Critical Review Concept, *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 170: 433-441.
- Skowronek, E., Tucki, A., Huijbens, E. and Jóźwik, M. (2018). What is The Tourist Landscape? Aspects and Features of The Concept, *Acta Geographica Slovenica*, 58(2), 73-85.
- Terkenli, T. S. (2002). Landscapes of Tourism: Towards A Global Cultural Economy of Space?, *Tourism Geographies*, 4(3): 227-254.
- Terkenli, T. S., Skowronek, E., and Georgoula, V. (2021). Landscape and Tourism: European Expert Views on an Intricate Relationship, *Land*, 10(3): 327.
- Urry, J. (1995). *Consuming Places*. Lomdon: Routledge.
- Utami, W. (2020). Resilience of Cultural Landscape Heritage Study in Spatial Tourism Context, *In IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*, 402(1): 1-6.
- URL-1 <https://rize.ktb.gov.tr/TR-163760/gezilecek-yerler.html>, Erişim Tarihi: 10.08.2021

Doğal ve Kültürel Peyzaj Değerinin Turizm Potansiyeline Etkisi: Rize Ziraat/ Botanik ay Bahçesi rneği

- Yılmaz, K. T., Alphan, H., Gülçin, D. (2019). Assessing Degree Of Landscape Naturalness İn A Mediterranean Coastal Environment Threatened By Human Activities, *Journal of Urban Planning and Development*, 145(2): 05019004.
- Yılmaz, S., Düzenli, T., Mumcu, S. (2016). Assessing Urban Green Areas in Terms of User Satisfaction Case Study of Trabzon City, *Journal of Balkan Ecology*, (19): 275-290.



Cezayir'in İşgali Öncesinde Fransa'nın Mehmet Ali Paşa'yı Kullanma Planı

France's Plan of Using Mehmet Ali Pasha Before the Occupation of Algeria

Selda KAYAPINAR

Özet

Makalede Cezayir'in işgali öncesinde Fransa'nın Mehmet Ali Paşa'yı kullanma planına yönelik diplomatik girişimler ve gerçekleşen olaylar incelenmiştir. Çalışmada ilk olarak Mısır Valisi Mehmet Ali Paşa'nın Cezayir Meselesi'nde kullanılması planı ortaya konmuş, ardından Mehmet Ali Paşa Planından hangi nedenlerle vazgeçildiği konusu ele alınmıştır. Araştırmada özellikle, belli bir coğrafya üzerinde etkili olmak isteyen sömürgeci devletlerin, bu coğrafyayı işgal etmek yerine, öncelikle bölgede nüfuzu olan şahsiyetleri kendi çıkarları doğrultusunda nasıl kullanmayı planladıkları üzerinde durulmuştur.

Anahtar Sözcükler: Mehmet Ali Paşa, Kuzey Afrika, Mısır Valisi, Garp Ocakları, Fransız-Osmanlı İlişkileri

Abstract

In this paper, diplomatic initiatives and the events which are related to the plans of using Mehmet Ali Pasha by France before the occupation of Algeria are evaluated. In the study, at first, the plan of using the Egyptian Governor Mehmet Ali Pasha in the Algerian issue is introduced and then the reasons to quit this plan are addressed. In particular, study was focused on how the colonial states, who wanted to be influential on a certain geographical area, planned to use the figures who had influence in the region for their own interests, instead of occupying this geographical area.

Keywords: Mehmet Ali Pasha, North Africa, Governor of Egypt, Garp Ocakları, French-Ottoman Relations

ORCID:

S.K.:0000-0002-1804-3610

Corresponding Author:

Selda KAYAPINAR

Email:

seldauraldi@yahoo.com

Citation: Kayapınar, S. (2022).

Cezayir'in işgali öncesinde Fransa'nın Mehmet Ali Paşa'yı kullanma planı. *Journal of Humanities and Tourism Research*, 12 (1): 68-77.

Submitted: 09.11.2021

Accepted: 17.11.2021

1. GİRİŞ

Belli bir coğrafya üzerinde etkili olmak isteyen sömürgeci devletler, bu coğrafyayı işgal etmek yerine, öncelikle bölgede nüfuzu olan şahsiyetleri kendi çıkarları doğrultusunda kullanmayı tercih etmişlerdir.

Fransa Kralı X. Charles da benzer biçimde Cezayir'i 1830 yılında işgal etmeden önce, buradaki çıkarlarına ulaşmanın başka yollarını aramıştır. İşgalin çeyrek yüzyıl öncesinde, Mısır Valisi Mehmet Ali Paşa¹ kendi sınırlarından taşarak, Arabistan'ı ve Sudan'ı almış ve bu eyaletleri de hâkimiyet alanına katmıştır. Askerlik, bayındırlık, tarım ve ticaret alanlarında yaptığı yeniliklerle büyük bir güç kazanan Mehmet Ali Paşa, elde ettiği gelirlerle ve Fransızların yardımıyla ordu ve donanmasını modernleştirmiş, Avrupa'ya, özellikle de Fransa'ya öğrenciler göndermiştir. Mehmet Ali Paşa'nın çalışmaları, Mısır'ı Doğu Akdeniz'de önemli bir yere getirmiştir (Douin, 1930: VII; Sertoğlu, 2011: 2928).

18. yy. sonlarında gerçekleşen Fransız İhtilali'nin ardından, Avrupa devletlerinin Fransa'ya karşı savaşa girmeleri üzerine, bu devletin güney eyaletlerinin buğday ihtiyacı Cezayir'den temin edilebilmekteydi. Fransa hükümeti bir süre sonra, istedikleri fiyat kabul edildiği takdirde uzun vadeli ödemeye razı olan Joseph Bacri ve Nephtali Busnach adlı iki Yahudi tüccar aracılığıyla Cezayir'den buğday satın almak zorunda kaldı. İşte bu buğday satışı nedeniyle ortaya çıkan alacak meselesinde Fransa, iki Yahudi aracılığıyla Cezayir'den aldığı borcu, çeşitli gerekçeler öne sürerek veya oyalayarak bir türlü ödemedi. Cezayir eyaleti ile Fransa ilişkilerinin kesin bir şekilde bozulmasına neden olan olay nihayet 29 Nisan 1827 tarihinde gerçekleşti. Fransa konsolosu Deval, Ramazan Bayramı'nı tebrik etmek için, arife günü Cezayir Dayısı'nın konağına geldi. Dayı, alacak meselesi ile ilgili olarak Fransa hükümetine yazdığı mektuba, Dışişleri Bakanının niçin yanıt vermediğini sordu. Deval ona cevaben Fransa Kralının bir Cezayir Dayısına mektup yazacak kadar alçalamayacağı anlamına gelen bir cümle sarf etti (Pellissier, Cilt 1, 1836: 19). Bayramlaşma nedeniyle orada bulunan bütün meclis üyelerinin önünde sarf edilmiş bu sözler Dayının gururunu çok incitti (Hamdan, 1833: 168). Hüseyin Paşa yerinden kalkarak konsolosa iki üç kez yelpaze ile vurdu ve çekilip gitmesini söyledi (Kuran, 1951-1952: 53-60). Cezayir Dayısı Hüseyin tarafından Fransa konsolosu Deval'e karşı 1827 yılında yapılan hareket, Kral X. Charles hükümetini Cezayir ile ilişkileri kesme ve itibarını geri kazanmak için kuvvet kullanma yoluna gitme mecburiyeti ile karşı karşıya bıraktı. Cezayir limanlarının abluka altına alınması kararlaştırıldı. Bazı bakanlar, Chabrol, Clermont-Tonnerre, işi daha da ileriye götürmek istiyorlar ve bir sefer düzenlenmesini öneriyorlardı. Ancak Temmuz 1827'den beri Londra Antlaşması ile Yunan-Türk anlaşmazlığının çözümüne angaje olmuş olan Fransa'nın dikkatini artık Doğu'ya çevirmesi ve donanmasını, Navarin savaşından kısa bir süre sonra, sonuç alacağı bir girişimin içine sokması gerekiyordu. Bu sırada, Cezayir Dayısı ile biraz âni bir şekilde ortaya çıkan açık çatışma, bir çözüm bekliyordu (Douin, 1930: VIII).

1829'da, Cezayir ablukasını takviye amaçlı ek krediler konusunun ele alındığı Meclis tartışması sırasında, Bakan Martignac, bu ablukanın gereksizliğini vurgulayan ve düşmanlıklara son verilmesini talep eden milletvekillerinin yakınmalarına hedef oldu (Douin, 1830: II).

2. MISIR VALİSİ MEHMET ALİ PAŞA'NIN CEZAYİR MESELESİNDE KULLANILMASI PLANI

Fransa'da Kral ve hükümetin aleyhinde bulunanlar ve siyaset tarzını beğenmeyenler giderek çoğalmaktaydı. Dışişleri Bakanı Polignac, Cezayir meselesinin bu durumu körüklemesinden çekindiğinden meseleyi çözmek amacıyla Mısır Valisi Mehmet Ali Paşa'yı kullanmak istedi. 1829 yılının Eylül ayı sonunda, Kralın konseyine sunmak üzere, bu planın yararlarından söz ettiği notlar hazırladı. Bu

¹ Mehmet Ali Paşa, 1769 yılında Kavala'da doğmuştur. Kavala'da ilk olarak postacılık, sonra da simsarlık yapmıştır. On sekiz yaşında askerlik hizmetine geçmiştir. Mısır'ı Napolyon'un kuvvetlerinden kurtarmak için Kavala'dan gönderilen seçme erlerin başında Kahire'ye gelmiştir. Okur yazar olmamakla beraber, çalışkan, cesur ve becerikli olduğu için kısa sürede kendini göstermeyi başarmıştır (Karal, 1994: 125).

notlarda Bakan'a göre; Cezayir'e karşı düzenlenecek bir sefer beraberinde büyük tehlikeler ve harcamalar gerektirecekti. Aynı sonucu, Fransız ordusunu, pek çok tehlike arz eden bölgelerde kalkışılacak bir girişimle, tehlikeye atmaksızın elde etmek, en iyi politika olacaktı. Kral, Fransa ve Osmanlı Devleti arasındaki eski dostluğa dayanarak, Cezayir dayısı Hüseyin'in bizzat Sultan tarafından cezalandırıldığını görmeyi tercih edecektir. Bu Sultan (II. Mahmut), askeri olanakları, Mısır Paşasının elindeki hazır güçlerden sağlayacaktır; atıl bırakılan bu güçler, Mehmet Ali'nin, hep hâkimiyet kurmak istediği Suriye'yi kaygılandırmaktadır. Mehmet'in dikkatini bu tarafa çekmesi; ona bir ferman çıkararak üç eyaleti (Cezayir, Tunus, Trablusgarp) fethettirmesi ve burada varlığı Akdeniz'in huzuruyla bağdaşmaz görünen yönetimlerin yerini alması, dostlarından yana, düşmanlarına karşı ise caydırıcı olan bir egemenlik kurdurması Sultan için de iyi olacaktır. Elinde padişah fermanı olan Mehmet Ali Paşa, üç eyalete kolayca boyun eğdirmeyi başaracak, buraya garnizonlar ve valiler yerleştirecektir. Avrupa, Afrika kıyısındaki korsan yatağının yerini üretken ve ticaret yapan bir ülkenin almasını sevinçle karşılayacak ve bugün bu üç eyaletten hiçbir şey almayan Bâb-ı Âli, Mehmet'ten, Mısır için ödediği vergiyle orantılı bir vergi alacaktır. Böylelikle tam bir itaatsizlik içindeki bu bölgelere doğrudan otoritesini sağlamış olacaktır. Onun için bu, Rusya ile antlaşmasında yaptığı fedakârlıkları tazmin edebileceği gerçek bir fetih olacaktır. Fransa açısından ise Mısır askerlerinin bu eyaletlere girdiği andan itibaren, bunalan Cezayir dayısı, Fransa'nın ondan isteyebileceği her şeyi kendisine sunacaktır. 15 Eylül 1829'da Bâb-ı Âli ve Rusya arasında Edirne barış anlaşmasının sağlandığı haberi geldiğinde, bu rapor neredeyse tamamlanmıştır. Bu barış Osmanlı Devleti'ne, güçleri üzerinde yeniden özgürlük sağlamıştır. Mehmet Ali ise Eyaletlere karşı harekete geçme arzusunu sürdürmektedir. Paşanın bu olumlu yaklaşımları, Doğu'da imzalanan barış haberiyle birleşince, Polignac harekete geçmeye karar verdi. Cezayir meselesini bakanlar kuruluna getirdi ve Cezayir dayısını Kral'ın kendisinden talep etmeye hakkı olduğu tazminatı ödemeye zorlamasını sağlamak amacıyla Bâb-ı Âli ile görüşmelere başlama planını Krala onaylattı. Ardından, meslektaşlarına, Mısır işbirliği konusunda daha fazla açıklama yapmaksızın, 10 Ekim'de, Fransa'nın İstanbul Büyükelçisi Kont Guilleminot'ya bir mektup yazarak, kendisine, Kralın hükümetinin, Mehmet Ali tarafından birçok kez yinelenen Fransa'nın himayesi altında üç Eyaleti fethetme girişimi "teklif"ini kabul ettiğini bildirdi. Bakan, mektupta bu operasyonun Mehmet Ali tarafından başarıyla yerine getirilebileceğini belirttiikten sonra, operasyonun Osmanlı Sarayı ile bir ön anlaşmaya dayalı olduğunu görme arzusunu da dile getirdi. Osmanlı'nın bu bağdaşmadan elde edeceği avantajları sıraladı; görünüşe göre bu avantajlar, Osmanlı hükümetinin istenen fermanı çıkarması için yeterli olacaktır. Bununla birlikte Polignac, bir ret ihtimalini de öngörerek, ağır bir uyarıda bulundu: "Eğer, der, Majesteleri, kendisine borçlu olunan tazminatı almak için Afrika kıyılarına bir ordu göndermeye mecbur bırakılacak olursa, bunun sonuçlarından mesul olmayacaktır; yükün ağırlaşması daha parlak sonuçlar elde etmeyi gerektirecektir; Cezayir yerle bir edilecek, ya da Kral, bu savaşın halkında yol açacağı parasal fedakârlıkları karşılamak için, askerlerinin fethedeceği toprakları elinde tutmak zorunda kalabilecektir." Bakan, mektubunu, Guilleminot'ya Bâb-ı Âli'ye bunu kabul ettirmek için ne gerekiyorsa yapmasını ve İstanbul'daki yabancı casuslar onun bu girişimlerinden haberdar olmadan bir karar vermesini sağlamasını emrederek bitirdi. Bu gelişmenin ardından planı uygulamaya koymak konusunda ilk öneriyi de Mehmet Ali Paşa getirdi. Kendisine bir donanma ile yardımda bulunulacak olursa Garp ocaklarını kaldırıp dayıları defedeceğini söyledi. Mehmet Ali Paşa; "Bu kadar büyük bir girişimi başlatmak ve tam ve eksiksiz başarıya ulaştırabilmek amacıyla, dört milyon thalar'ye - bu parayı, Cezayir'i aldıktan dört yıl sonra ödemeyi taahhüt ediyorum - ve hibe olarak da, - satış yapılmış gibi gösterilebilir- 80 toplu dört gemiye ihtiyacım var." dedi. Bu koşulları duyunca Fransız görüşmeciler tepki gösterdiler. Ancak Mehmet Ali Paşa, sürekli olarak "Savaş gemileri edinmesinin, yalnızca Kuzey Afrikalılar üzerinde güçlü ve etkili bir sefer için değil, Bâb-ı Âli'ye ve onun kendi tarafına çekebileceği (başta İngiltere) ordulara karşı da zorunlu olduğunu" tekrarladı. Bu ona göre; "aynı zamanda hızlı ve hatta vurumsızın boyunduruk kurmanın yoludur." (Douin, 1830: IX-XVIII).

Fransız görüşmecilerden Mimaut'un elindeki yetkiler, onun, Mehmet Ali tarafından yapılan teklifleri, Paris'e danışmadan kabul etmesine olanak tanımamaktaydı. Bunun sonucu olarak görüşmede

epeyce uzun bir kesinti oldu. Paşa, Kralın hükümetinin yanıtını Mısır'da beklemek yerine, yanıtı almak üzere bizzat kendisi Fransa'ya gitmeye karar verdi ve 25 Kasım'da Eclipse'e binerek Toulon'a yelken açtı. Sonuç olarak Polignac bu projeyi beğenmekteydi. Zaten o sırada Osmanlı Devleti de Rusya ile yaptığı savaşlarda hezimetler yaşamaktaydı. Guillemintot İstanbul'da sahneye çıktı. Bakan Polignac'ın 10 Ekim tarihli talimatları 19 Kasım günü eline ulaşmıştı, fakat hassas olan konuyu Reis Efendiye ancak 1 Aralık'ta açabilirdi. Büyükelçi, 1827 yılında, Fransa'nın Cezayir Dayısı ile ilişkilerinin kopuşunu Bâb-ı Âli'ye bildirmekle görevlendirildiğinde, Divan'da kötü karşılanmış; Divan, bu notayı kabul edemeyeceğini ona, Reis Efendinin ağzından iletmiştir. Guillemintot bu yüzden, bu yeni görüşmede mevcut planın Bâb-ı Âli açısından taşıdığı faydaları göstermeye çalıştı. Cezayir sorununu öteki Eyaletler sorununa ustalıklı bağlamayı başaran büyükelçi, her üçünün de Bâb-ı Âli'nin otoritesine karşı isyanda olduğu ve onun otoritesini korsanlık faaliyetleriyle Avrupa'nın gözünde tehlikeye attığı şeklinde gösterdi. Eyaletlerin, Osmanlı İmparatorluğunun en verimli topraklarına sahip vilayetler arasında yer almalarına; Bâb-ı Âli'ye, ürün, hazine, askeri ve denizcilik yönünden avantajlar, bitmez tükenmez kaynaklar sağlayabilecek durumda olmalarına rağmen, merkez iktidara yalnızca *gereksiz saygılar* sunmakla yetindiklerini anlattı. Buraların dayıları, neredeyse bağımsız hareket etmekteydi, Sultana sadece dini bir bağla bağlıydılar. Oysa bu üç Eyalet Osmanlı İmparatorluğunun birer parçası olmaya devam etmekteydi, yöneticilerin yıllık atamaları ve görevlendirmelerin teyidi Sultan tarafından yapılmaya devam etmekteydi. Dolayısıyla bu haydutluk karşısında kendisi için ve tüm Avrupa'ya karşı adaleti yerine getirmek ve şikâyet etmenin bıkkınlık yarattığı aşırılıkların yerine kalıcı ve etkili güvenceler sunan bir düzeni tekrar kurmak, doğrudan Bâb-ı Âli'ye düşmekteydi. Guillemintot sözlerine şöyle devam etti: "Mısır'ı, Kuzey Afrika eyaletlerinden ayıran tek şey, kolayca aşılabilir bir çölden ibaret olması. Mısırlı askerler, savaşın yorgunluklarına karşı dayanıklılar ve Kuzey Afrika'nın ikliminden etkilenmezler, çünkü onların doğdukları ülkenin iklimiyle aynı iklim söz konusu. Şevketli Padişahın bir Hatt-ı Şerif ile vereceği ferman sayesinde birkaç bin kişilik bir orduyla düzenlenecek bir sefer, teklif edilen projenin kısa sürede hayata geçirilmesini sağlayacaktır." Böylelikle bu planın uygulanması için Fransız hükümeti, Bâb-ı Âli'nin arzu edebileceği işbirliği vaadinde bulunmaktadır. Ancak, reddedilmesi halinde, Kral, bu durumda yalnızca kendi menfaatleri doğrultusunda hareket edecek ve Cezayir'e karadan ve denizden saldırmak arasında artık ayırım gözetmeyecektir. Guillemintot'un, Reis Efendi'ye yüksek sesle telaffuz ettiği görüşler bunlardır. Reis Efendinin kişisel görüşleri mülakat sırasında olumlu gibi görüldüğü halde, üç gün sonra, tamamen değişti. Bu kişi, Fransa büyükelçisinin tercümanına, Kralın hükümetinin teklifini hayata geçirmeyi, mevcut şartlar altında düşünemeyeceğini söyledi. Çünkü ellerindeki tüm olanakları, topraklarındaki Rus işgaline ve Edirne Antlaşmasının Devlet'e dayattığı yükümlülükler tüketmiştir. Mısır Paşasının, böyle bir girişim için elinde gerekli imkânlar bulunup bulunmadığını ve buna hazır olup olmadığı da bilinmemektedir. Bu girişim, maddi olarak, Fransa'da düşünüldüğünden çok daha zordur. Bâb-ı Âli, zorlukları, Kralın hükümetinden daha iyi hesaplayabildiğini düşünmekteydi ve bu tür operasyonların, ne kadar süreceğini, aylarla değil yıllarla hesaplamak gerekmektedir. Ayrıca, İslam dini, yapılan teklifin kabul edilmesi önünde bir engeldi. Son olarak Pertev Paşa, Bâb-ı Âli'nin, Fransa'nın Cezayir eyaleti ile arasındaki anlaşmazlığa dostane bir çözüm bulacağından emin olduğu bir görevliyi, büyükelçi tarafından görevlendirilecek bir kişiyle beraber -ki bu kişi Tahir Paşa olacaktır- Cezayir'e seve seve gönderebileceğini iletirdi. Böylece Fransa tarafından Kont Guillemintot'ya emanet edilen görüşme başarısızlıkla sonuçlandı. Bâb-ı Âli, Mehmet Ali'nin hırsından kuşkulananmakta ve onun elini güçlendirmek istemediği için Fransa'nın istediği planı ve Mısır Paşasının ordusuna başvurmayı reddetmekteydi. Fransız elçiye göre; Bâb-ı Âli, bu sırada reformlara yoğunlaşmış, geleceğe dair düşüncelere odaklanmış ve kendisini, içerde gücünü yeniden toparlamasını sağlayacağını umduğu hayallere kaptırılmış bir durumdaydı. Özellikle zaman kazanmak ve harekete geçebilecek hale geleceği güne kadar bir tür statüko sağlayabilmek istemekteydi. Tahir Paşa'nın görevlendirilmesi planı da bu düşünceden kaynaklıydı. Sonuçta Guillemintot, kendince daha baştan çıkarıcı bir üçüncü yol önerir; Fransa'nın Cezayir'e kendi olanakları ile saldırmaması (Doun, 1830: XX-XXVII).

İngiltere, Polignac'ın Mehmet Ali ile görüşmelere başladığını haber alarak bu gelişmeden kaygı duydu. Akdeniz hâkimiyeti açısından Cezayir gibi önemli bir yerin Fransa'ya geçmesi düşüncesine kayıtsız kalmadı (Uçarol, 1995: 161). İngiltere'nin Dışişleri Bakanı Lord Aberdin, Fransa'dan açıklama istedi.² O esnada Polignac, Mehmet Ali ile uzlaşmayı kararlaştırmış olduğundan hem İngiltere'ye hem de diğer devletlere 1830 Ocak ayında, Cezayir'i işgal ve istila niyetinde olmadığını sadece dayıları Mehmet Ali Paşa'nın gücüyle tedip etmek ve Osmanlı Devleti'nin itaati altına aldırarak istediğini, fakat Mehmet Ali ile görüşmelerden bir sonuç çıkmazsa hiçbir devlete danışmayarak Cezayir işini dilediği tarzda halledeceğini bildirdi. Bu gelişmeler Lord Aberdin'in hoşuna gitmedi.³ Fransa büyükelçisine "Siz galiba Şark meselesini alevlendirmek istiyorsunuz. Osmanlı padişahı kendi tabii olan Mısır valisinin böyle işler hakkında Fransa ile anlaşarak kendi başına faaliyete geçmesine izin vermez. Olsa olsa Fransa, Trablusgarb ve Tunus'a ilişmemek şartıyla yalnızca Cezayirliyle aralarındaki davayı doğrudan tedip ile halledebilir." diyerek muhalefet gösterdi (Çorlu, 1936: 687,688).

Lord Aberdin'in beyanati Fransa hükümetini endişelendirdi. Polignac diğer devletleri de yanına çekerek gayretle ve dinî duyguların harekete geçirilmesiyle İngiltere'yi yalnız bırakmaya ve Cezayir seferine uygarlık ve din adına yapılan bir sefer rengi vermeye çalıştı. 4 Şubat 1830'da Hıristiyanların temsilcisi sıfatıyla Akdeniz'de korsanlığı kaldırmaya ve Hıristiyanların esarete düşmek tehlikesinden kurtulmalarını sağlamaya, seyrüseferlerin serbestliğini temin ile Hıristiyanlık ve medeniyete hizmet etmeğe iyi niyetle karar verdiğini bildirdi.⁴

Bu gelişmeyi çoğu devlet olumlu karşıladı. Çar Nikola Fransa'nın kararını alkışlayarak onayladı. Yalnız bu işin Mehmet Ali'ye bırakılmayarak, Fransa tarafından görülmesini tavsiye etti. Akdeniz'de sahilleri olan İtalya hükümetleri ve İspanya devleti de Polignac'a teşekkürler ile desteklerini sundular. Ancak Lord Aberdin, Polignac'ın beyanatının samimiyetine inanmadı. Fransa'nın o kadar büyük bir donanma hazırlamasını, sadece Cezayirliyle bir ders vermek ve Hüseyin Paşa'yı tedip ile tazminat olarak çekilmek amacıyla olmadığını delili olarak görmekteydi.⁵

1830 yılının Şubat ayı ortalarında Osmanlı Devletinde reisülküttaplığa Hamid Bey getirildi (Kuran, 1957: 20).⁶ Yeni Reisülküttap'ın İstanbul'a gelişinin ertesi günü, İngiltere elçiliği tercümanı elçisinin bir muhtırasını Bâb-ı Âli'ye getirdi. İngiltere elçisi Sir Gordon bu muhtırasında; Mısır valisi tarafından Cezayir'e asker sevki konusunda, Fransa hükümetiyle Mehmet Ali Paşa arasında bir senet imzalandığını bildirdi.⁷ Ardından Fransa'nın Mısır valisi ile böyle bir antlaşma yapmasına İngiltere'nin muhalif

²"Aberdeen Kontu'nun Paris'teki Lord Stuart de Rothesay'a Yolladığı 5 Mart 1830 ve 23 Mart 1830 Tarihli Mektup", Martens, G.F., Murhard, F. 'den naklen.

³"Lord Stuart de Rothesay'ın Aberdeen Kontu'na, Mehmet Ali Paşa'nın Olaya Dahil Edilmesine Karşı Çıktığını Bildirdiği ve Paris'ten Yolladığı 24 Nisan 1830 Tarihli Mektup", Martens, G.F., Murhard, F. 'den naklen.

⁴Şubat 1830 tarihinde Fransa Kralının başkanlık ettiği Bakanlar Kurulu saat on bir buçuktan akşam saat dörde kadar sürmüş ve burada anlaşması zor olan kıyıya en kolay şekilde çıkarma yapabilmek için Cezayir seferine Mayıs ayının sonunda çıkılması kararlaştırılmıştır. (Cezayir Seferine Ne zaman Çıkılacağı. (5 Şubat 1830; 7 Şubat 1830). *Le Journal Des Debats*, , s.1, üçüncü sütun, s.2, birinci sütun.)

⁵"Aberdeen Kontu'nun Lord Stuart de Rothesay'a Yolladığı 21 Nisan 1830 Tarihli Mektup", Martens, G.F., Murhard, F. 'den naklen.

⁶"Bay Rhind'in General Jackson'a İstanbul'dan Yolladığı 10 Mayıs 1830 Tarihli Mektup", Martens, G.F., Murhard, F. 'den naklen.

⁷Anlaşma taslağı on yedi maddedir. Bu dokümanda yer alan ifadelerle göre Mısır Kral naibi, "Trablus, Tunus ve Cezayir eyaletlerine, buralardaki mevcut rejimi yıkmak ve yerine, Sultana bağımlı olacak şekilde, Mısır'daki idareye benzer rejim oluşturmak amacıyla bir sefer düzenlemeyi" ve bu vilayetler için Bâb-ı Âli'ye bir vergi ödemeyi (Madde 1) üstleniyordu. Sefer ordusu 40.000 kişilik olacak ve bu orduya İbrahim Paşa komuta edecekti (Madde 2). Sefer, Cezayir'e haddini bildirinceye kadar sürdürülecekti (Madde 3). Fransa, Kral Naibine yirmi milyon frank borç verecekti (Madde 4). (5. Madde), Mehmet Ali'ye, kendisine verilmesi reddedilen gemiler için sunulacak tazminata ilişkin, bu madde üç ayrı şekilde kaleme alındı. Üstün gelen şu metin oldu: " Fransa, Mısır donanmasının güçlendirilmesi, planlanan seferin sonuçlarını güvenceye almaya katkısı olacağı düşüncesiyle, Mehmet Ali'ye, dört gemiyi, eğer bulabilirse derhal satın alması veya kendisine her türlü kolaylığın gösterileceği Fransa limanlarında inşa ettirmesi ve aynı şekilde teçhizatlandırması için sekiz milyon frank vermeyi taahhüt eder." Aşağıdaki maddelerde ise, Fransa'nın İbrahim Paşaya, ihtiyaç duyması ve talep etmesi halinde, yardımcı olmak üzere istihkâm ve topçu subayları göndereceği (Madde 6), İbrahim Paşa'nın, seferin başarısı için gerektiğinde Cezayir önlerindeki Fransız donanmasının çekilmesini veya yaklaşmasını isteme imkânına sahip olacağı (Madde 7), Fransa'nın, bu girişim sırasında ihtiyaç duyması halinde, ona bütün Ülkeler nezdinde destek sağlayacağı (Madde 8) hükme bağlanıyordu. Bu yardım ve koruma karşılığında Mehmet, Kuzey Afrika eyaletlerinde korsanlığı ortadan kaldıracak ve buralarda bulunan bütün Hıristiyan esirleri özgürlüğüne kavuşturacak (Madde 9), Eyaletlerde oturmakta olan yabancı uyrukların şahıslarına ve mülklerine saygı gösterilmesini garantiye alacak (Madde 10), bu Devletlerde sahip oldukları avantajların tüm yabancı milletler için geçerli olmasını sağlayacak (Madde

olduğunu belirterek, Tahir Paşa'nın derhal yola çıkmasını ve önce İskenderiye'ye uğrayıp, Padişahın Fransa ile Cezayir arasındaki anlaşmazlığın kan dökülmeden bertaraf edilmesini irade buyurduğunu Mehmet Ali Paşa'ya söylemekle beraber, bu işe askerî kuvvetle karışmaktan men olduğunu kendisine ifade etmesini ve oradan Cezayir'e gidip, Fransa'ya karşı yapılmış olan hakaretlere özür dilemezse, maruz kalacağı tehlikeleri Dayıya açıklamasını tavsiye etti. Avusturya elçisi de tercümanını yollayarak, Cezayir üzerine sefer yapılması hakkında Fransa ile Mısır valisinin anlaşmalarını Bâb-ı Âli'ye haber vermişti. Bunun nedeni Avusturya başvekili Metternich'in Akdeniz bölgesindeki statükonun korunmasına taraftar olmasıdır. Bu gelişmelerin ardından Reisülküttap Hamid Bey, Cezayir sularındaki abluka kumandanına Tahir Paşa'nın memuriyetini bildiren ve Fransa elçisinden, Paşa tarafından götürülecek olan, bir mektup yazmasını istedi (Kuran, 1957: 19-22; Baysun, 1948: 375).

Bu arada Polignac, daha önceki açıklamalarına benzer açıklamalar yaparak İngiltere'yi ikna etmeye çalıştı. Ardından 8 Mart 1830'da Cezayir hakkında yapılması gereken düzenlemeleri İngiltere ve diğer devletlerle müzakere yaparak kararlaştıracaklarını; fakat Fransa'nın menfaati doğrultusunda telafi edemeyecekleri bir taahhüt altına girmeyi kabul etmeyeceklerini bildirdi. Bu yanıt Lord Aberdin'in hoşuna gitmedi, Polignac'a şu yanıtı verdi: "İngiltere, Garp ocaklarının Osmanlı'ya bağlılığını ve oralarda Osmanlı padişahlarının mülk sahibi olduğunu unutmamıştır. Fransa da Cezayir ocağı ile ne zaman bir sorunu olsa Osmanlı Devleti'ne müracaat ederdi. Fransa bu usule yakın zamandan beri riayet etmemektedir. Cezayir ocağının imhasıyla onun yerine oluşacak teşkilatı, deniz devletlerinin tüccarlarının menfaatine dokunmayacak bir şekilde yapmak gerekmektedir."⁸

16 Nisan'da Tahir Paşa, daha önce talep etmesi söylenen mektubu Fransa elçisinden alarak, yanında kâtabi ve tercümanı olduğu halde "Nesim-i Zafer" firkateyniyle İstanbul'dan ayrıldı. Tahir Paşa, memuriyetini bildiren ve Padişahın el yazısını taşıyan bir fermanı da beraberinde götürdü.⁹ Bu arada Mısır valisi, Sadaret kaymakamının mektubuna Cezayir'e saldırmak üzere Fransa ile antlaşma yaptığı söylentisinin doğru olmadığı yönünde yanıt verdi (Kuran, 1957: 24).

3. MEHMET ALİ PAŞA PLANINDAN VAZGEÇİLMESİ

Polignac'ın Toulon'dan eline bir mektup ulaştı, bu mektupta Kumandan Huder, bakana, Bâb-ı Âli'nin, Fransa ile Cezayir Dayısı arasındaki anlaşmazlığı "yatıştırmak" için seçtiği tek şahsiyetin kimliğini açıklamaktaydı. Bu kişi "Tahir Paşa"ydı ve ona göre Fransız adının taşıdığı bütün büyük düşmanlıklardan birini temsil etmekteydi. 1827 yılının Kasım ayı sonunda üç müttefik gücün sefaretleri ile Bâb-ı Âli arasında tüm iletişimin ilk kez askıya alınmasından sonra, General Guilleminot, Reis Efendi ile görüşmeleri yeniden başlatmayı başardığında Navarin'den İstanbul'a ansızın gelerek, Sultanın ve onun maiyetinin yanında ettiği sözlerle üzerlerine yürüyen bu kişiydi; hükümdarını ve yanına girmeye yetkili olanları o kadar öfkelenmişti ki, Sultan o andan sonra hiçbir uzlaşmayı dinlemek istememişti. Büyükelçilerin İstanbul'u terk etmeleri, bunun sonucu olmuştu. Huder mektubun devamında, Tahir Paşa'nın, bir zamanlar, servet yüklü bir gemiyle İskenderiye'den İstanbul'a kaçtığından bu nedenle de Mehmet Ali'nin azılı düşmanlarından biri olduğundan ve aralarının iyi olmadığından söz etmiştir. Dolayısıyla Tahir Paşa'nın, Bâb-ı Âli'nin kendisine vermiş olduğu görevi yerine getirmek için uygun bir adam olmadığı ortadadır. Huder'a göre; Tahir Paşa, Cezayir'e, Dayıyı, Fransa'ya borçlu olduğu tazminatı vermesi için ikna etmekten ziyade, onu ve Müslüman nüfusu, Mısır Kral Naibinin girişimine karşı çıkmaları için bizzat kendisi kışkırtmaya gidecektir. Dolayısıyla, Mehmet'in kendi yanında yer alacaklarını umduğu halkı ona karşı

11), gelecekte tüm milletlerin Eyaletlerde eşit muamele görmelerini sağlayacak (Madde 12), yabancı hükümetlerin veya görevlilerin Kuzey Afrikalılara ödemekte oldukları bütün haraç, hediye, bağış veya diğer ödemeleri kaldıracak (Madde 13), yerini Mısırlı veya ülkenin yerel milislerine ait garnizonların alacağı Türk garnizonlarını Türkiye'ye gönderecek ve Cezayir kentinin deniz kıyısındaki hisarlarını yıktıracaktı (Madde 14). Kral Naibi, 15. Maddeden 17. Maddeye kadar olan hükümlerde Fransa'nın Eyaletlerdeki özel haklarını ve Cezayir kıyısında sahip olduğu toprakları tanımayı taahhüt etmesini, ayrıca Fransız uyrukluların ve Fransa'nın koruması altındaki insanların uğradıkları zararları tazmin etmesini öngörmektedir (Doun, 1830: XXXII,XXXIII).

⁸ "Aberdeen Kontu'nun Lord Stuart de Rothesay'a Yolladığı 23 Mart 1830 Tarihli Mektup", Dış Hatlar Ofisi, Martens, G.F., Murhard, F.'den naklen.

⁹ "İrade Dosya Usulü, 139/7", Osmanlı Belgelerinde Cezayir'den naklen, s.158-163.

çevirecektir. Mısır Kral Naibi, bu durumda, Cezayir'i kuşatmak zorunda kalacaktır ki, bunun için yeterli malzemedен yoksundur. Fransa ile Mehmet Ali Paşa arasındaki antlaşmadaki pürüzler de hâlâ aşılmamıştır. Şayet Mehmet Ali, Fransa'nın tüm koşullarını kabul etmez ve tahmin edileceği gibi Fransız görüşmeci Mimaut, elindeki talimatlara bağlı kalmakta ısrar ederse, o zaman, Kral Naibine, düşüncelerini Paris'e iletmesi ve yanıtını alması için zaman vermek mecburiyetinde kalınacaktır ve bu da Tahir Paşa için uygun mevsimin, Mısır valisinin oğlu İbrahim, Cezayir önlerine gelmeden önce, oluşmasına sebep olacaktır. Öte yandan Polignac, kabinenin, Mısır Paşası ile işbirliği yapmak isteyen ve bunun yolunu arayan tek üyesi olmaya devam etmekteydi. Ona karşı çıkan meslektaşlarının, projesini gözden düşürmek amacıyla yürüttükleri muhalefet, Konseyin hemen her toplantısında yenilerek güçlenmekteydi. Guernon-Ranville gibi en iyi niyetli olanlar bile, Mısır Kral Naibinin, verdiği sözleri gerçekleştirebileceğinden kuşku duymaktaydılar. Bir orduyu İskenderiye'den Cezayir'e, beş yüz fersahlık çöllerden, bataklıklardan, Akdeniz kıyılarınca uzayıp giden, hiç kimsenin bilmediği bölgelerden geçirerek yürütmek, onların gözüne, aşılamaz güçlükler gibi görünmekteydi. Rusya'nın, Osmanlı Devleti ile savaşı sonucunda mali kaynakları tükenmiş, İmparatorunun sağlık durumu da iyice zayıflamıştı. Bu nedenle Rusya Avrupa'da sükûnetin sürmesiyle doğrudan ilişkili olmayan tüm fikirlere karşı çıkmaktaydı. Prusya Kralı ise daha netti. 3 Ocak 1830'da, Saint Petersburg'a ve Paris'e, ne pahasına olursa olsun, Rhin'in sol yakasını Fransa'ya bırakmayacağını bildirdi. Polignac'ın hayal ettiği plan, böylece çöktü. Avrupa'da büyük bir gözden geçirme olacak diye, o güne dek yerinden kıpırdatmadığı ordu, enerjisinin fazlasını, hiçbir engelle karşılaşmaksızın artık Afrika kıyılarına boşaltabilirdi (Down, 1830: LI-LV).

Sonuç olarak Polignac, İngiltere Dışişleri Bakanı Lord Aberdin'in muhalif tavırlarına karşılık olarak "Osmanlı Devleti'nin, Cezayir üzerindeki mülk sahibi hukuku inkâr olunmuyor. Dayılardan istediğimiz özür ve tazminat Bâb-ı Âli aracılığıyla mümkün olsa asker sevkinden kurtuluruz. Ancak Osmanlı'nın bu ocaklar üzerinde hüküm ve nüfuzu yoktur. Bâb-ı Âli'nin aracılığı boş yere isteyerek, sefer hazırlıklarımızı erteleyemem. Ancak Cezayir işini büyük devletlerin temsilcilerinden oluşan bir konferansta konu ederek, alınacak kararın tatbik ve uygulamasını Bâb-ı Âli'ye bildiririz." şeklinde görüş sundu. Lord Aberdin o an için açıktan açığa daha çok ileri gitmek istemedi ve Polignac'ın beyanatının samimiyetine inanmış gibi görüldü. Ardından Lord Stewart'a, Polignac'a ulaştırması için verdiği tebligatta "Fransa'nın sefer hazırlıklarına bakılınca niyetinin ocağı mahvetmek olduğu anlaşılıyor. İleride dost devletler ile müzakere edilip Cezayir'de uygun bir teşkilat yapılacağına dair Fransa tarafından verilen teminat bize güven vermiyor. Fransa Cezayir'i istimlâk fikrinden vaz geçmelidir... Polignac, Ocakların coğrafi önemini bilmektedir. Herhangi medenî ve köklü bir devlet bu tarafları eline geçirecek olursa diğer devletlerin ticarî menfaatlerini kendi nüfuzu altına alacağını bilir." ifadelerini kullandı.¹⁰ Fakat Polignac'ın yanıtı Lord Aberdin'in istediği gibi bir yanıt olmadı. Polignac; "Kral hazretleri bu işte harisane emeller beslememektedir. Amacı Fransa bayrağına karşı yapılan hakaretin intikamını almaktır (Down, 1830: LV). Bunun için de hiçbir devletin onayı ve desteğine ihtiyacı yoktur." dedikten sonra Kralın Mehmet Ali'yi Cezayir'e sevkten vaz geçip Dayıların tedibi ve ocaklarının ilgası hakkındaki kararını kendi başına kendi kuvvet ve araçları ile gerçekleştireceğini bu savaşın bütün masrafını kendi halkına yükletmek istemediğinden Cezayirlilerden tazminat alarak bu masrafları karşılayacağını 15 Nisan 1831 tarihinde tebliğ etti (Çorlu, 1936: 689,690).

SONUÇ

Fransız İhtilalinin ardından, Avrupa devletlerinin ittifak kurarak Fransa'ya karşı savaşa girmeleri üzerine, Fransa güney eyaletlerinin buğday ihtiyacını Cezayir'den sağlamak zorunda kalmıştır. Malî sıkıntı içinde olan Fransa hükümeti ödemeyi hemen yapamayacağı için istedikleri fiyatı kabul ederek, uzun vadeli bir ödeme planı ile iki Yahudi tüccar Joseph Bacri ve Nephtali Busnach ile anlaşmış, buğdayı Cezayir'den onlar aracılığıyla satın almak zorunda kalmıştır. Bu buğday satışı nedeniyle ortaya çıkan

¹⁰ "Aberdeen Kontu'nun Lord Stuart de Rothesay'a Yolladığı 21 Nisan 1830 Tarihli Mektup", Dış Hatlar Ofisi. Martens, G.F., Murhard, F. 'den naklen.

alacak meselesinde Fransa, iki Yahudi aracılığıyla Cezayir'den aldığı borcu, çeşitli gerekçeler öne sürerek bir türlü ödememiştir. 29 Nisan 1827 tarihinde Fransa konsolosu Deval, Ramazan Bayramı'nı tebrik etmek için Cezayir Dayısı'nın konağına gelmiş, Cezayir ile Fransa'nın ilişkilerini tamamen bozan olay bu sırada gerçekleşmiştir. Dayı, alacak meselesi ile ilgili olarak Fransa hükümetine yazdığı mektuba, Dışişleri Bakanının niçin yanıt vermediğini sormuş, Deval ona, Fransa Kralının bir Cezayir Dayısına mektup yazacak kadar alçalamayacağı anlamına gelen bir cümle ile yanıt vermiştir. Bu sözler üzerine Cezayir Dayısı Hüseyin Paşa yerinden kalkarak konsolosa iki üç kez yelpaze ile vurarak, çekilip gitmesini söylemiştir. Bu hareket sonrası Fransa hükümeti, Cezayir limanlarının abluka altına alınmasını kararlaştırmıştır. Ancak bu abluka Fransa hükümeti için ağır maliyetleri de beraberinde getirmiştir. Dışişleri Bakanı Polignac, Cezayir'e bir sefer düzenlenmesinin, bu maliyetleri ve hükümete yönelik eleştirileri körüklemesinden çekindiğinden, meseleyi çözmek amacıyla Mısır Valisi Mehmet Ali Paşa'yı kullanmak istemiştir. Ona göre; böylelikle Fransız ordusunu tehlikeye atmaksızın istenilen sonuç elde edilebilecek, Fransa ile arasındaki kadim dostluğun gereği olarak Cezayir dayısı bizzat Osmanlı Devleti tarafından cezalandırılacaktır. Osmanlı Devleti askeri olanakları, Mısır Paşasının elindeki hazır güçlerden sağlayacaktır. Suriye üzerinde hâkimiyet kurmak isteyen ve bu konuda devleti sıkıntıya sokan Mehmet Ali Paşa'nın dikkatini Cezayir, Tunus, Trablusgarp'a yöneltmesi ve buraları fethedip, yönetimlerini ele alması, Sultan II. Mahmut için de iyi olacaktır. Bâb-ı Âli, Mehmet'ten, Mısır için ödediği vergiyle orantılı bir vergi alacak, tam bir itaatsizlik içindeki bu bölgelerde doğrudan otoritesini sağlamış olacaktır. Fransa açısından ise Mısır askerlerinin bu eyaletlere girdiği andan itibaren, bunalar Cezayir dayısı, Fransa'nın ondan isteyebileceği her şeyi kendisine sunacaktır. Polignac'ın bu planına Mısır Valisi Mehmet Ali Paşa da olumlu yaklaşmıştır. 15 Eylül 1829'da Bâb-ı Âli ve Rusya arasında Edirne barış antlaşmasının imzalanmasının ardından uygun ortam oluşunca Fransa harekete geçmiş, 1 Aralık 1827 yılında Fransa'nın İstanbul Büyükelçisi Kont Guilleminot aracılığıyla Bâb-ı Âli ile görüşmeler başlamıştır. Görüşmelerin öncesinde Fransa hükümeti, Kont Guilleminot'ya teklifin Bâb-ı Âli tarafından kabul edilmemesi halinde, Afrika kıyılarına Fransa tarafından bir ordu gönderileceğini ve Cezayir'in yerle bir edilerek ele geçirileceğini iletmesini bildirmiştir. Bu gelişmenin ardından planı uygulamaya koymak konusunda ilk öneriyi, Mehmet Ali Paşa getirmiştir. Paşa, Garp ocaklarını ele geçirebilmek için Fransa'dan; kendisine yardımda bulunulacak bir donanma, dört yıl sonra ödemek kaydıyla dört milyon thalari ve hibe olarak da 80 toplu dört gemi istemiştir. Mehmet Ali Paşa bu isteklerinin, Bâb-ı Âli'ye ve İngiltere gibi onun kendi tarafına çekebileceği ordulara karşı da zorunlu olduğunu tekrarlamıştır. Bu koşullar Fransız yöneticilerce tepkiyle karşılanmıştır. Çünkü zaten Fransa'nın Cezayir'e bir sefer düzenlememesi ve Cezayir'in işgalinde Mehmet Ali Paşa'yı kullanmak istemesi yüklü bir maliyetten kurtulmak amacıyla olmuştur.

Fransa'nın İstanbul Büyükelçisi Guilleminot 1 Aralık 1827 tarihinde, Reis Efendiyle yaptığı görüşmede; Eyaletlerin, Osmanlı İmparatorluğunun en verimli topraklarına sahip vilayetler arasında yer almalarına; Bâb-ı Âli'ye, hazine, askeri ve denizcilik yönünden, bitmez tükenmez kaynaklar sağlayabilecek durumda olmalarına rağmen, merkez iktidara yalnızca gereksiz saygılar sunmakla yetindiklerini anlatmıştır. Bunlara ilaveten, padişahın Hatt-ı Şerifi ile Mısır ordusu ile Kuzey Afrika eyaletleri üzerine bir sefer düzenlenmesinin avantajlarından söz etmiş, teklifin reddedilmesi halinde ise Fransa'nın Cezayir'e saldırmaktan geri durmayacağını bildirmiştir. Bu görüşmeden üç gün sonra Reis Efendi, Fransa büyükelçisinin tercümanına, Fransa hükümetinin teklifini mevcut şartlar altında hayata geçirmeyi düşünemeyeceğini ifade etmiştir. Çünkü Osmanlı Devleti elindeki tüm olanakları, topraklarındaki Rus işgali ve Edirne Antlaşmasının dayattığı yükümlülükler nedeniyle tüketmiştir. Nihayetinde Pertev Paşa, Fransa'nın Cezayir eyaleti ile arasındaki anlaşmazlığa dostane bir çözüm bulması amacıyla bir görevliyi, Cezayir'e seve seve gönderebileceğini iletmiştir. Bâb-ı Âli, bu sırada reformlara yoğunlaşmış olduğu ve Mehmet Ali'nin hırslarından çekinerek, onun elini güçlendirmek istemediği için Fransa'nın istediği planı reddetmiştir. Sonuç olarak Osmanlı Devleti, kendisine bağlı olan yönetimlere karşı, çıkarları gereği bile olsa, Avrupalı bir devletle ittifak kurmak yoluna gitmemiştir.

İngiltere, Polignac'ın Mehmet Ali ile görüşmelere başladığını haber alarak bu gelişmeden kaygı duymuş Akdeniz hâkimiyeti açısından Cezayir gibi önemli bir yerin Fransız egemenliğine geçmesi düşüncesine kayıtsız kalmamıştır. Dışişleri Bakanı Lord Aberdin aracılığıyla Fransa'dan açıklama istemiş, Fransa hem İngiltere'ye hem de diğer devletlere Ocak 1830'da, Cezayir'i işgal ve istila niyetinde olmadığını sadece dayıları Mehmet Ali Paşa'nın gücüyle tedip etmek ve Osmanlı Devleti'nin itaati altına aldirmek istediğini, fakat gerekirse hiçbir devlete danışmayarak Cezayir meselesini dilediği tarzda halledeceğini bildirmiştir. Bu gelişmeler İngiltere'nin hoşuna gitmemiştir. Muhtemelen İngiltere Cezayir'de anlaşma sağlamış olduğu ve bu anlaşmalarla Akdeniz'de rahatça ticaret yapabildiği bir hükümetin yerine, Fransa'yı ve Cezayir dayısına göre her bakımdan daha güçlü Mehmet Ali Paşa'yı başına bela etmek istememiştir.

İngiltere bu gelişmelerin ardından Şubat 1830'da Bâb-ı Âli'ye; Mısır valisi tarafından Cezayir'e asker sevki konusunda, Fransa hükümetiyle Mehmet Ali Paşa arasında senet imzalandığını bildiren bir muhtıra yollamıştır. Bu arada Akdeniz bölgesindeki statükonun korunmasına taraftar olan Avusturya elçisi de Bâb-ı Âli'ye tercümanını yollayarak, Cezayir üzerine sefer yapılması hakkında Fransa ile Mısır valisinin anlaşıklarını haber vermiştir. Bu gelişmelerin ardından Osmanlı Devleti'nin yeni Reisülküttapı Hamid Bey, Fransa elçisinden, Cezayir sularındaki abluka kumandanına Tahir Paşa'nın memuriyetini bildiren ve Paşa tarafından götürülecek bir mektup yazmasını istemiştir. Tahir Paşa 16 Nisan'da yola çıkmış, bu arada Mısır valisi, Sadaret kaymakamının konuyla ilgili mektubuna, Cezayir'e saldırmak üzere Fransa ile antlaşma yaptığı söylentisinin doğru olmadığını bilgi vermiştir.

Fransa Dışişleri Bakanı Polignac, Bâb-ı Âli'nin, Fransa ile Cezayir Dayısı arasındaki anlaşmazlığı "yatıştırmak" için seçtiği şahsiyetin Tahir Paşa olduğunu öğrendiğinde ise bundan hoşnut olmamıştır. Çünkü Fransa'ya göre; Tahir Paşa'nın diplomatik açıdan uzlaşmacı bir kişiliği, Fransa ile iyi bir geçmişi yoktur, Mehmet Ali Paşa'yla da araları iyi değildir. Bu nedenle Tahir Paşa Cezayir'e, Dayıyı, Fransa'ya borçlu olduğu tazminatı vermesi için ikna etmekten ziyade, onu ve Müslüman nüfusu, Mısır valisinin girişimine karşı çıkmaları için bizzat kendisi kışkırtmaya gitmektedir. Fransa ile Mehmet Ali Paşa arasındaki antlaşmayla ilgili pürüzler de hâlâ aşılmamıştır. Mısır valisiyle bir uzlaşma sağlanuncaya kadar geçen vakitte, Tahir Paşa Müslüman nüfusu kışkırtabilecek, Mehmet Ali'nin yanında yer alması umulan halkı da ona karşı çevirebilecektir. Fransa'nın elini çabuk tutması gerekmektedir.

Rusya'nın, Osmanlı Devleti ile savaşı sonucunda mali kaynakları tükenmiş, İmparatorunun sağlık durumu da iyice zayıflamıştır. Böylelikle Avrupa'da suların durulmasıyla, o güne kadar yerinden kıpırdamayan Fransız ordusu için hiçbir engelle karşılaşmaksızın Afrika kıyılarına bir sefere çıkabilecek ortam oluşmuştur. Sonuç olarak Fransa, 15 Nisan 1831 tarihinde, Mehmet Ali'yi Cezayir'e sevkten vaz geçmiş, Dayıların tedibi ve ocaklarının ilgası hakkındaki kararını kendi başına kendi kuvvet ve araçları ile gerçekleştireceğini İngiltere Dışişleri Bakanı Lord Aberdin'e tebliğ etmiştir.

KAYNAKÇA

Arşiv Belgeleri

Geo. Fred. de Martens-Frederich Murhard, Nouveau Recueil De Traités De L'europe (Avrupa Antlaşmaları Yeni Derlemesi)-1830-1834, C. XI, Dieterich Kitabevi, Göttingen 1837, Dış Hatlar Ofisi'nden naklen.

“Aberdeen Kontu'nun Paris'teki Lord Stuart de Rothesay'a Yolladığı 5 Mart 1830 ve 23 Mart 1830 Tarihli Mektup”, “Lord Stuart de Rothesay'ın Aberdeen Kontu'na, Mehmet Ali Paşa'nın Olaya Dahil Edilmesine Karşı Çıktığını Bildirdiği ve Paris'ten Yolladığı 24 Nisan 1830 Tarihli Mektup”, “Aberdeen Kontu'nun Lord Stuart de Rothesay'a Yolladığı 21 Nisan 1830 Tarihli Mektup”, “Bay Rhind'in General Jackson'a İstanbul'dan Yolladığı 10 Mayıs 1830 Tarihli Mektup”, “Aberdeen Kontu'nun Lord Stuart de Rothesay'a Yolladığı 23 Mart 1830 Tarihli Mektup”.

Tetkik Eserler

Başbakanlık Osmanlı Arşivi (B.O.A.). (2010). *Osmanlı belgelerinde Cezayir*. Ankara: Devlet Arşivleri Genel Müdürlüğü Yay.

Baysun, C. (1948). *Cezayir meselesi ve Reşid Paşa'nın Paris elçiliği*. III. Türk Tarih Kongresi (Kongreye Sunulan Tebliğler-Ankara 15-20 Kasım 1943), Ankara.

Çorlu, S. M. (1936). Cezayir'i nasıl kaybettik. *Yeni Türk*, 48, 684-693.

Doum, G. (1930). *Mohamed Aly Et L'Expédition D'Alger* (Mehmet Ali ve Mısır Seferi). Kahire Fransız Doğu Arkeolojisi Enstitüsü Matbaası.

Karal, E. Z. (1994). *Osmanlı tarihi*. C.5. Ankara: TTK Basımevi.

Kuran, E. (1951-1952). Fransa'nın Cezayir'e tecavüzü (1827). *Tarih Dergisi*, 5-6, 53-62.

Kuran, E. (1957). *Cezayir'in Fransızlar tarafından işgali karşısında osmanlı siyaseti (1827-1847)*. İstanbul: Yenilik Basımevi.

Pellissier E. de R. (1836). *Annales Algeriennes (Cezayir Yıllıkları)*, C.1, Anselin et Gaultier- Laguionie, Libraires Pour l'Art militaire, Paris.

Sertoğlu, M. (2011). *Mufassal Osmanlı Tarihi resimli-haritalı*. C.V. Ankara: TTK Basımevi.

Uçarol, R. (1995). *Siyasi tarih*. İstanbul: Filiz Kitabevi.

Hatıralar

Hamdan, S.B. O.K. (1833). Arapçadan Fransızcaya tercüme eden: H. D. Oriental, *Aperçu historique et statistique sur la Régence d'Alger (Cezayir Naipliği Üzerine Tarihi ve İstatistiki Değerlendirme, Arapça Adı Ayna)*, Paris.

Sürelî Yayınlar

Le Journal Des Debats, 5 Şubat 1830; 7 Şubat 1830.



2026 Kış Olimpiyat Oyunları Ev Sahipliği Aday Şehirlerinin Karşılaştırmalı Analizi ve Erzurum İçin Öneriler

Comparative Analysis of Candidate Cities to Host 2026 Winter Olympic Games and Suggestions for Erzurum

Tuna BATUHAN¹

Özet

Olimpiyat Oyunları ev sahibi şehirler için sportif bir etkinliğin çok ötesinde anlamlar taşımaktadır. Aday şehir, bölge ve ülke için ekonomik, sosyal ve çevresel bir fırsat olarak görülen Olimpiyatlar uzun vadede kentsel gelişime etki etme potansiyeline de sahiptir. Bu çalışmada 2026 Kış Olimpiyat Oyunlarına ev sahipliği için diyalog aşamasında yer almış olan Calgary (Kanada), Erzurum (Türkiye), Milano-Cortina d'Ampezzo (İtalya) ve Stockholm-Are (İsveç) şehirleri IOC'nin resmi raporları dikkate alınarak karşılaştırmalı olarak analiz edilmiştir. Bu analiz sonucunda elde edilen bulgular dikkate alınarak Erzurum'un benzer büyük organizasyonlara ev sahipliği ile ilgili gelecek stratejisinin nasıl şekillenmesi gerektiği ile ilgili öneriler ortaya koyulmuştur. Bu kapsamda öncelikle IOC'nin önerileri dikkate alınarak Erzurum'un adaylığında en büyük eksiklikler olarak görülen konaklama, ulaşım ve tesisleşmede eksiklikler giderilmeli ve uluslararası standartlara uygun şekilde yatırımlar yapılmalıdır. Stratejik planlama olarak tanımlanabilecek yeni bir süreçle tüm yatırım kararlarının Erzurum'un uzun vadede gelişim stratejisi ve vizyonu ile uyumlu hale getirilmesi sağlanmalıdır. Tüm bu eksiklerin tamamlanabilmesi için zamana ihtiyaç olduğu unutulmamalı ve süreç sabır ve kararlılıkla yönetilmelidir. Yakın vadede Erzurum'un Olimpiyatlar dışındaki organizasyonlara yönelmesi daha doğru bir stratejidir. Bu stratejiyle şehir gerekli organizasyon ve planlama tecrübesini kazanarak orta ve uzun vadede daha büyük organizasyonlara ev sahipliği yapma şansını arttırmış olacaktır.

Anahtar Sözcükler: 2026 Kış Olimpiyat Oyunları, 2020 Olimpiyat Gündemi, Yeni Norm, Erzurum

Abstract

The Olympic Games have meanings far beyond a sporting event for the host cities. The Olympics, which are seen as an economic, social and environmental opportunity for the candidate city, region and country, also have the potential to affect urban development in the long run. In this study, the cities of Calgary (Canada), Erzurum (Turkey), Milan-Cortina d'Ampezzo (Italy) and Stockholm-Are (Sweden), which took part in the dialogue phase to host the 2026 Winter Olympic Games, were comparatively analyzed by taking into account the official reports of the IOC. Considering the findings obtained as a result of this analysis, suggestions were made about how the future strategy of Erzurum hosting similar large organizations should be shaped. In this context, first of all, taking into account

¹Atatürk Üniversitesi, Mimarlık ve Tasarım Fakültesi, Erzurum, Türkiye

ORCID:

T.B.: 0000-0001-7662-3405

Corresponding Author:

Tuna BATUHAN

Email:

tuna.batuhan@atauni.edu.tr

Citation: Batuhan, T. (2022). 2026 kış olimpiyat oyunları ev sahipliği aday şehirlerinin karşılaştırmalı analizi ve Erzurum için öneriler. *Journal of Humanities and Tourism Research*, 12 (1): 78-92.

Submitted: 01.11.2021

Accepted: 02.12.2021

the suggestions of the IOC, the deficiencies in accommodation, transportation and facilities, which are seen as the biggest deficiencies in Erzurum's candidacy, should be eliminated and investments should be made in accordance with international standards. With a new process that can be defined as strategic planning, it should be ensured that all investment decisions are aligned with Erzurum's long-term development strategy and vision. It should not be forgotten that time is needed to complete all these deficiencies and the process should be managed with patience and determination. In the short run, it is a more correct strategy for Erzurum to turn to organizations other than the Olympics. With this strategy, the city will gain the necessary organization and planning experience and increase its chance to host larger organizations in the medium and long term.

Keywords: 2026 Winter Olympic Games, 2020 Olympic Agenda, New Norm, Erzurum

1. GİRİŞ

Uluslararası nitelikli büyük organizasyonlar (Olimpiyat Oyunları, Dünya Kupası, EXPO vb.) bir etkinlikten çok daha fazlasını sunan uluslararası ölçekte büyük fenomenler olarak tanımlanabilir (Andranovich vd. 2001; Burbank vd. 2002; Short 2004; Karahan vd., 2021). Uluslararası nitelikli büyük organizasyonlar aynı zamanda aday şehirlerin dünya şehri olma iddiasının test edilmesine imkân veren bir ortam sunar (Short, 2004). Aday şehirler bu organizasyonların ev sahibi olabilmek için büyük gayret göstermekte ve bu organizasyonlardan çok farklı alanlarda kazanım elde etmeyi beklemektedirler. Bu organizasyonlar, etkinlik faaliyet alanının çok ötesinde beklentileri ortaya çıkarmakta ve ev sahibi şehirler için orta ve uzun vadede farklı stratejilerin hayata geçirilmesinde uygun bir araç olarak görülmektedir. Bu organizasyonlar ev sahibi şehirler için ciddi birer planlama ve uygulama pratiği olarak da görülmektedir (Hiller, 2006).

Uluslararası nitelikli büyük organizasyonların şehirlerin gelişimine etkisi arttıkça bu tür organizasyonlara ev sahipliği yapmak isteyen şehirlerin sayısı da artmıştır. Milyonlarca kişinin aktif seyirci olarak katıldığı ve takip ettiği bu tür organizasyonların hazırlık ve planla süreci ev sahibi şehre tesisleşme, ulaşım ve konaklama başta olmak üzere birçok alanda yatırım yapılmasını zorunlu kılmaktadır (Roche, 1994; Roche, 2002; ECMT, 2002; Hiller, 2000; Hiller, 2006; OECD, 2017; OECD, 2021). Bu tür organizasyonlar şehrin gelecek vizyonuyla uyumlu bir planlama sürecinin tetiklenmesi açısından büyük bir fırsat olarak görülür ve bu süreç iyi yönetilebilirse şehrin altyapısında, ekonomisinde, tesisleşmesinde, tanıtımında, markalaşmasında ve daha birçok alanda çok olumlu değişim ve gelişimle sonuçlanabilir (Essex ve Chalkley, 1998; Chalkley ve Essex, 1999; Essex ve Chalkley, 2004).

Uluslararası nitelikli etkinlikler dört kategoride incelenebilir (Greg, 2008): Ticaret fuarları ve sergi etkinlikleri (EXPO örneği), kültürel etkinlikler (kültür başkenti örneği), spor etkinlikleri (Olimpiyat Oyunları örneği), siyasi zirveler ve konferans etkinlikleri (G8, dünya zirveleri örneği). Bu kategorilerin her birisi kendi içinde çeşitlilik ve önemli farklılıklar barındırmasına rağmen, bugün için şehirlerin ve ülkelerin ev sahipliği yapmaya çalıştığı geniş bir etkinlik yelpazesini temsil etmektedir. Uluslararası nitelikli büyük organizasyonlara ev sahipliği yapmak birçok şehir-ülke için başlı başına bir amaç olarak görülse de diğer önemli katkıların sağlanabilmesi için de önemli bir fırsattır (Greg, 2008). Büyük uluslararası etkinlikler sonrası ortaya çıkan ekonomik, sosyal, çevresel vb. faydaları tanımlamak için "miras" kelimesi kullanılır. Bu tür etkinlikler ev sahibi şehirler için olumlu ve olumsuz miraslar yaratma kapasitesine sahiptir. Olumlu mirasların etkinlik sonrasında kendiliğinden ortaya çıkacağı varsayılır, ancak bunun gerçekleşmesi kamu ve özel sektör temsilcileri, etkinlik organizasyonu sorumluları ve diğer yerel yöneticilerin ortak çabasını gerektirir (OECD, 2017).

Olimpiyat Oyunları, Dünya Fuarları, Dünya Kupaları, Kültür Festivalleri gibi küresel etkinliklere ev sahipliği yapmak birçok ülke için ekonomik büyüme ve kalkınmayı teşvik etmek için önemli fırsatlar olarak görülmektedir (OECD, 2021). Birçok ülke bu tür etkinliklere başarılı bir şekilde ev sahipliği yapmayı ekonomik büyüme ve istihdam artışının sağlanması, uzun vadeli

altyapı yatırımlarının hızlı bir şekilde tamamlanması, turizm ve ticaret hacminin artması ve toplumsal kalkınmanın teşvik edilmesi için bir araç olarak görmektedir (OECD, 2021; OECD, 2017). Bu tür etkinlikler aday şehirlerin uluslararası alanda kimliğini ve değerlerini tanıtması için istisnai fırsatlar sunma potansiyeline de sahiptir (Greg, 2008). Ancak özellikle yerel ölçekteki faydaların (mirasın) etkinliğe ev sahipliği yapmadan önce ve hatta sadece ev sahipliği adaylığı ile de gerçekleşebildiğini vurgulamak gerekir (OECD, 2017; Greg, 2008). Etkinlikten beklenen yerel kalkınma faydaları, etkinliği başarılı bir şekilde gerçekleştirmek için ek bir teşvik sağlar, çünkü yerel kalkınma faydaları etkinliğin kendisi, yapılan yatırım ve gösterilen çaba için önemli bir gerektir. Ayrıca yerel kalkınma beklentisi etkinlik için gereken yatırımı haklı çıkarmaya ve geniş bir perspektifte daha doğru stratejilerin yürütülmesi sağlamaya yardımcı olabilir (Greg, 2008). Uluslararası etkinlikler ev sahibi şehirler ve ülkelerde yerel kalkınma için bir katalizör görevi görerek olumlu yerel mirasın ortaya çıkmasına katkı sunabilirler (OECD, 2021; Greg, 2008). Ancak bu mirasın elde edilebilmesi için ev sahibi şehirlerin kesin ve kararlı olmaları ve buna uygun politikalar geliştirmeleri gerekir.

Öte yandan etkinliğin iyi planlanmaması ve uygulanmaması ev sahibi şehir için uzun vadeli borçlar, "beyaz filler" (az kullanılan altyapı) ve diğer çevresel ve sosyal etkiler ortaya çıkarabilir (OECD, 2017). Bu tür etkinliklere ev sahipliği yapan şehirlerin sürdürülebilir miras planlamasını yapamamış olması etkinlik sonrası kullanımı olmayan pahalı tesisler ve gelecekte ödenecek büyük bir fatura ortaya çıkararak ev sahibi şehirlere faydadan çok zarar da verdiği örnekler mevcuttur (Greg, 2008). Bu nedenle uluslararası etkinliklerin ev sahibini belirleyen ICC, FIFA, UEFA, IOC, BIE, AIPH gibi kuruluşlar, etkinliklerden kalıcı sürdürülebilir bir mirasın elde edilmesinin önemini giderek daha fazla vurgulamaktadırlar. Bugün için etkinlik ev sahipliği niyetinde olan herhangi bir şehrin adaylığını çekici hale getiren temel unsurlardan en önemlisi etkinlik mirasının kapsamı ve etkinliğin sürdürülebilirliğidir. Unutmamak gerekir ki bu tür etkinlikler şehrin önceliklerini hayata geçirmek, mevcut plan ve politikaları hızlandırmak ve yatırım sağlamak için etkin bir araç olarak görülebilir, ancak bu öncelikleri hayata geçirmenin bir alternatifi değildir (Greg, 2008).

Bu çalışmada ilk olarak 2026 Kış Olimpiyat Oyunları adaylığı ve ev sahipliği süreci 2020 Olimpiyat Gündemi ve Yeni Norm reformları kapsamında incelenecektir. Sonrasında 2026 adaylık sürecinin diyalog aşamasında yer alan 4 şehir (Calgary/Kanada, Milano-Cortina D'Ampezzo/İtalya, Stockholm-Are/İsveç ve Erzurum/Türkiye) IOC'nin resmi raporları dikkate alınarak karşılaştırmalı olarak analiz edilecektir. Bu analiz sonucunda elde edilen bulgular Erzurum'un gelecek dönemdeki benzer organizasyonlara ev sahipliği adaylığı için yol gösterici niteliktedir. Bu kapsamda çalışmanın son kısmında Erzurum'un 2026 Olimpiyatları diyalog aşaması tecrübesinden yola çıkarak büyük organizasyonlara ev sahipliği ile ilgili gelecek stratejisinin nasıl şekillenmesi gerektiği ile ilgili öneriler ortaya koyulacaktır.

2. 2020 OLİMPİYAT GÜNDEMİ ve YENİ NORM

2026 Kış Olimpiyat Oyunları adaylığı ve ev sahipliği süreci temelde 2020 Olimpiyat Gündemi ve Yeni Norm reformları kapsamında gelişmiştir (IOC, 2018a; IOC, 2018b). Olimpik paydaşlarla bir yıllık istişarenin yanı sıra dış uzmanlardan ve genel olarak halktan gelen girdilerin ardından, 2020 Olimpiyat Gündemi Aralık 2014'te Monako'da gerçekleştirilen 127. IOC Oturumunda oybirliğiyle kabul edilmiştir (IOC, 2018b).

Olimpik Hareketin geleceği için yeni bir yol haritası niteliğindeki 2020 Olimpiyat Gündemi 40 ayrıntılı öneriden oluşmaktadır (IOC, 2014). Önerilerden ilki "potansiyel aday şehirleri kendi sporlarına, ekonomik, sosyal ve çevresel uzun vadeli planlama ihtiyaçlarına en iyi uyan Olimpik projeyi sunmalarına davet etmek" olarak ifade edilmiştir (IOC, 2014; IOC, 2018b). IOC, adaylığı düşünen şehirlerle diyalog aşamasını başlatarak ev sahipliği ile ilgili prosedürler, temel gereksinimler ve önceki şehirlerin mirasları hakkında tavsiyeler vermeyi amaçlamıştır. IOC'nin 2020

Olimpiyat Gündeminde yer alan diğer öneriler şu şekilde özetlenebilir (IOC, 2014; IOC, 2017c; IOC, 2018a; IOC, 2018b):

- Mevcut tesislerin maksimum kullanımının sağlanması, geçici ve sökülebilir mekânların kullanımının aktif olarak teşvik edilmesi,
- Sürdürülebilirlik vurgusuyla, Olimpiyat Oyunları için ön yarışmaların organizasyonunun ev sahibi şehir dışında veya istisnai durumlarda ev sahibi ülke dışında yapılmasına izin verilmesi,
- Coğrafi koşullar ve sürdürülebilirlik vurgusuyla, Olimpiyat Oyunları için tüm spor veya disiplinlerin organizasyonunun ev sahibi şehir dışında veya istisnai durumlarda ev sahibi ülke dışında yapılmasına izin verilmesi.

2020 Olimpiyat Gündeminin olumlu etkisi daha fazla reform beklentilerini ve girişimleri arttırmış ve bu kapsamda 2020 Olimpiyat Gündemi üzerine inşa edilen Yeni Norm, 6 Şubat 2018'de PyeongChang'daki 132. IOC Oturumunda IOC üyelerine sunulmuştur (IOC, 2018b). Yeni Norm Olimpiyat Oyunlarının adaylık aşamasından oyunların gerçekleşmesine ve miras aşamasına kadar tüm süreçleri kapsayan 118 reformdan oluşmaktadır. 118 reformun 80'den fazlası Olimpiyat deneyiminden ödün vermeden maliyet tasarrufu sağlamayı amaçlamaktadır. Bu tasarruflar mekan boyutlarını küçültmek, ulaşım seçeneklerini yeniden değerlendirmek, mevcut altyapıyı optimum şekilde kullanmak ve çeşitli spor tesislerini yeniden kullanmak gibi önerilerden oluşmaktadır (IOC, 2018b). Yeni Norm ayrıca Olimpiyat Oyunlarını organize etmek için "3 + 4" yaklaşımını getirmiştir. Bu yaklaşıma göre ilk üç yıl Oyunların vizyonu, stratejisi ve yönetim modeline odaklanırken, sonraki dört yıl ise operasyonel planlama, Oyunlara hazır olma ve oyunların gerçekleşmesine ayrılmıştır (IOC, 2018a; IOC, 2018b).

Olimpiyat Gündemi 2020 ve Yeni Norm, Olimpiyatlara ev sahipliği yapmak isteyen şehirler için yeni bir çağ, yeni bir yaklaşım ve yepyeni bir felsefe olarak tanımlanabilir. Önemli reformları içeren bu yeni süreçle maliyetlerin düşürülmesi ve tasarruf sağlanması, esnekliğin artırılması ve üst seviyede iş birliğinin sağlanması sonucunda Olimpiyatlara ev sahipliği yapacak şehirlerin uzun vadeli kalkınma planlarıyla uyumlu bir şekilde Olimpiyatların organize edilmesi amaçlanmaktadır (IOC, 2017c; IOC, 2018a; IOC, 2018b). Yeni süreçte esneklik tanımı, ev sahibi şehirlerin ve hatta ev sahibi ülkelerin dışındaki mekânların kullanılması seçeneğine izin vererek geçici ve sökülebilir mekânlara vurgu yapmaktadır. Yeni mekânların inşasının ancak net bir Olimpiyat sonrası kullanım planının olması durumunda gerekli ve haklı olduğu vurgulanarak "beyaz fillerin" ortaya çıkması önlenmek istenmektedir. Bu kapsamda Olimpiyatların ev sahibi şehre bırakacağı miras oyunların bir sonucu değil, bir başlangıç noktası olarak kabul edilmektedir (IOC, 2018a; IOC, 2018b).

IOC'nin Olimpiyatlara en iyi şekilde ev sahipliği yapacak şehri belirlemesi sürecinde önemli değişimleri barındıran bu yeni süreç reformlara, ortaklıklara ve diyaloga odaklanmaktadır. Bu yeni yaklaşım aday şehirler ve IOC'nin fikir paylaşımını, geri bildirimini, uzmanlığı ve sürekli iyileştirmeyi destekleyerek Olimpiyat Oyunlarının ev sahibi şehirlerin uzun vadeli ihtiyaçları ve hedefleriyle en iyi şekilde uyuşmasını amaçlamaktadır (IOC, 2018b). Yeni prosedür ve garantiler sayesinde adaylık sürecinin daha kolay, daha verimli ve daha düşük maliyetli olacağı öngörülmektedir. Adaylık sürecinde şehirlerin IOC'nin görüş ve tavsiyelerini kabul etmeleri ise verimliliği en üst düzeye çıkarmaya imkân verecektir (IOC, 2018a; IOC, 2018b).

Olimpiyat yolculuğunun en başından itibaren yerleşik mutlak öncelikler olan satın alınabilirlik, sürdürülebilirlik ve kalıcı miras yeni süreçte de önemle üzerinde durulan unsurlardır (IOC, 2014; IOC, 2018b). Bu önceliklere diyalog, danışma ve iş birliğini ekleyen yeni adaylık süreci, şehirler ve IOC için "kazan-kazan" durumu olarak değerlendirilebilir. Maliyetleri düşüren işbirlikçi yaklaşımı vurgulayan bu yeni süreç Milli Olimpiyat Komiteleri ve aday şehirlerin daha fazla destek ve daha fazla esneklik ile projelerini geliştirmelerine imkân sağlamayı amaçlamaktadır. Olimpiyat

ev sahipliğinin "herkese uyan tek bir beden" şablonu olmadığı temeline dayanan yeni reformlarla aday şehirlerin Olimpiyat planlarını kendi özgün durumlarına uyarlamaları ve sportif, ekonomik, sosyal ve çevresel hedefleri ile uyumlu projeler geliştirmeleri hedeflenmektedir (IOC, 2018a; IOC, 2018b).

3. 2026 KIŞ OLİMPİYAT OYUNLARI ADAYLIK SÜRECİ

2026 Kış Olimpiyat Oyunları için yeni adaylık süreci IOC Yürütme Kurulu Çalışma Grubu tarafından geliştirilmiş ve Temmuz 2017'de IOC Oturumunda onaylanmıştır (IOC, 2018b). 2026 Olimpiyat Kış Oyunları için Diyalog Aşaması resmi olarak 29 Eylül 2017'de IOC'nin tüm "İlgilenen Şehirler" ve Milli Olimpiyat Komitelerini davetiyle başlamıştır. Sapporo (Japonya) şehri başlangıçta 2026 Olimpiyat Kış Oyunları ev sahipliği adaylık niyetini beyan etmiştir. Ancak 17 Eylül 2018 tarihinde IOC Başkanı, Japon Olimpiyat Komitesi ve Sapporo Şehri temsilcileri arasında gerçekleştirilen toplantı sonrasında Sapporo'nun aday listesine koyulmayacağı konusunda anlaşma sağlanmıştır. Sapporo'nun önceliğinin bölgedeki son depremin yaralarını sarmak olduğu ve 2030'da Kış Olimpiyat Oyunları adaylığını değerlendireceği ifade edilmiştir. Diyalog Aşamasında yer alan Sion (İsviçre) ve Graz (Avusturya) şehirleri de potansiyel adaylıklarını devam ettirmeme kararı almışlardır. Sonuçta bu davete karşılık veren ve IOC ile diyalog aşamasına geçen şehirler Calgary (Kanada), Milano-Cortina D'Ampezzo (İtalya), Stockholm-Are (İsveç) ve Erzurum (Türkiye) olmuştur (IOC, 2018b).

Sonraki aşamada IOC, 2026 Kış Olimpiyatlarına ev sahipliği ile ilgilenen Şehirlerin başlangıçtaki planlarının fizibilitesini değerlendirmek ve bu şehirlerin 2020 Olimpiyat Gündemi ve Yeni Norm ilkelerini karşılama durumlarını tespit etmek amacıyla "2026 Olimpik Kış Oyunları Çalışma Grubu"nu oluşturmuştur (IOC, 2018b). İlgili şehir adaylığa devam etmemeye karar verse veya adaylık aşamasına davet edilmese bile, diyalog aşamasının aday şehirlerin kalkınma amaçlarını derinlemesine değerlendirmelerine ve analiz etmelerine olanak sağladığı söylenebilir. Erzurum'un 2026 Olimpiyatları diyalog aşaması tecrübesini de bu gözle değerlendirmek gerekir.

2026 Olimpik Kış Oyunları, tüm reform paketinin tamamen uygulandığı ilk Oyunlar olması açısından da önemlidir (IOC, 2018b). 2020 Olimpiyat Gündemi ve Yeni Normun olumlu etkileri 2026 Kış Olimpiyatları ev sahipliği ile ilgilenen şehirler bağlamında açıkça görülmektedir. Örneğin 2018 ve 2022 Kış Oyunları Olimpiyat Aday Şehirleri ortalama %60 oranında mevcut veya geçici tesisleri kullanmayı planlamışken, 2026 aday şehirleri için bu oran %80'dir. Benzer şekilde 2026 aday şehirleri tarafından öngörülen işletme maliyetleri, 2018 ve 2022 aday şehirlerinden ortalama %15 daha düşüktür (IOC, 2018b).

2026 Olimpiyat ev sahipliği süreci iki aşamadan oluşmaktadır: diyalog aşaması ve adaylık aşaması. Bu iki aşama şehirlerle devam eden açık bir diyalogu ve her şehrin bağlamına ve ihtiyaçlarına göre uyarlanmış bir öğrenme sürecini ifade etmektedir (IOC, 2017a; IOC, 2017b). Aday şehirler ve IOC arasında devam eden bir diyalog ve ortaklık ruhu içinde yürütülmesi öngörülen iki aşamalı süreç, sürekli ve karşılıklı iş birliği içinde şehirlerin Olimpiyat projelerini kendi özel koşullarına ve ihtiyaçlarına göre en iyi şekilde uyarlamasına imkân vermektedir.

3.1. Diyalog Aşaması (Eylül 2017-Ekim 2018)

Bir yıllık taahhütsüz bir dönem olan diyalog aşamasında Olimpiyatlara ev sahipliği yapmak isteyen şehirler ve Milli Olimpiyat Komiteleri kendi özgün koşulları çerçevesinde seçeneklerini, fırsatlarını ve zorluklarını açık bir şekilde IOC ile paylaşmaktadırlar (IOC, 2018b). 2026 Kış Olimpiyat Oyunları için diyalog aşaması resmen 29 Eylül 2017'de IOC'nin ilgili şehirlere ve Milli Olimpiyat Komitelerine daveti ile başlamış, Ekim 2018'de sona ermiştir (IOC, 2017a). IOC'nin davetine olumlu cevap veren şehirlerden prosedürlere ve etik kurallara uymayı onayladıklarına dair "Adaylık İş birliği Anlaşması"ni imzalamaları istenmiştir.

Diyalog aşamasında IOC hiçbir zaman şehirler adına karar vermeyi hedeflememiş, rolünü şehirlere stratejik ve teknik destek sağlamakla sınırlandırmıştır (IOC, 2018b). Bu süreçte IOC'nin Olimpiyat Oyunları Departmanı'nın önemli bir parçası olan "Olimpiyat Oyunları Adaylık Koordinasyon Ekibi" şehirlere mümkün olan en iyi hizmetleri ve yardımı sağlamaya çalışmıştır. IOC uzmanlarıyla iş birliği sonrasında şehirlerin kendi adaylık konseptlerini Mayıs 2018'deki interaktif çalışma oturumunda sunmaları beklenmiştir (IOC, 2018b). Bu sunum kapsamında şehirlerin oyunlar için önerdikleri tarih aralığını, vizyonlarını, ulaşım ve finans stratejilerini, olimpiik miras planlarını ve tüm bu önerilerinin şehrin uzun vadeli planı ile uyumunu açıklamaları istenmiştir. IOC ayrıca ilgilenen şehirlerin Olimpiyat ev sahipliğinin genel fizibilitesini değerlendirmek için tüm alanlarda bağımsız araştırmalar da yürütmüştür.

Diyalog aşamasının sonucunda IOC Çalışma Grubu şehirlerin adaylık konsepti ve IOC'nin kendi araştırmasına dayanarak, her bir şehrin adaylığının fizibilitesini özetleyen ve değerlendiren bir rapor hazırlamış ve bu raporu Ekim 2018'deki IOC Oturumundan önce IOC İcra Kurulu'na sunmuştur (IOC, 2018b). Sonrasında IOC Yürütme Kurulu ilgilenen şehirlerden hangilerinin aday şehir olmaya davet edilmesi gerektiği konusunda IOC'ye tavsiyede bulunmuştur. Sonuçta Ekim 2018'de Buenos Aires'teki toplantıda IOC Oturumu ilgilenen şehirlerden bazılarını adaylık aşamasına katılmaya davet etmiş ve bu şehirler aday şehir statüsüne kavuşmuştur (IOC, 2017a). Diyalog Aşamasının önemli tarihleri Tablo 1'de özetlenmiştir.

Tablo 1. Diyalog Aşamasının Önemli Tarihleri

Diyalog Aşamasının Başlatılması	29 Eylül 2017
Video Konferans Yoluyla Ortak Bilgilendirme	13 Ekim 2017
Özelleştirilmiş Yerde Uzman Destek Ziyaretleri	Kasım 2017 – Nisan 2018
Yerde Etkileşimli Çalışma Oturumu 1 (Sunum ve İlk Oyun Konseptinin Tartışılması)	25 Kasım – 15 Aralık 2017
PyeongChang 2018 Olimpik Kış Oyunları Gözlemci Programı	9 - 23 Şubat 2018
Diyalog Aşamasına Katılacak Şehirlerin Adaylık Başvurusu İçin Son Tarih	31 Mart 2018
Yerde Etkileşimli Çalışma Oturumu 2 (IOC Teknik Uzmanlarıyla İstişare)	Mayıs 2018
PyeongChang 2018 Olimpik Kış Oyunları Hakkında Pekin'de Resmi Bilgilendirme	Haziran 2018
2026 Ev Sahibi Şehir Sözleşmesinin Hazırlanması	Temmuz 2018
IOC Çalışma Grubu Raporu'nun IOC İcra Kurulu'na Sunulması	Eylül 2018
IOC Yürütme Kurulu'nun, IOC'ye Adaylık Aşamasına Davet Edilecek Şehirlerle İlgili Tavsiyede Bulunması	Ekim 2018
Adaylık Aşamasına Katılacak Şehirlerin Belirlenmesi	Ekim 2018

Kaynak: IOC, 2017a; IOC, 2017b

Tüm Diyalog Aşaması boyunca IOC'nin ev sahipliği niyetini beyan eden şehirlere sunduğu destek ve yardımlar şu şekilde özetlenebilir (IOC, 2017a):

- Şehirlerin gelişmesine yardım etmek ve adaylık projelerini tanımlamak için Olimpiyat Oyunları adaylığı ve ev sahipliği ile ilgili teknik uzmanlığa sahip (altyapı, ulaşım, konaklama, güvenlik, sürdürülebilirlik, miras, finans, pazarlama vb.) bir ekip sağlamak
- Uzmanların yaptığı tüm ziyaretlerin masraflarını karşılamak ve her şehre aynı uzman grubu sağlamak,
- Şehirler için bir dizi interaktif çalışma oturumu organize etmek ve her şehirde geniş bir paydaş grubu ile çeşitli faaliyetlerde yer almak,
- Şehirlerde kamuoyu araştırmaları yapmak ve sonuçlarını ilgili şehirlerle paylaşmak
- Oyunlara ev sahipliği yapmak için İlgilenen Şehirlerin genel fizibilitesini değerlendirmek için kendi araştırmalarını yapmak

Buna ek olarak, IOC İlgilenen Şehirleri PyeongChang 2018 Gözlemci Programı'na, Pekin'deki PyeongChang 2018 Bilgilendirme toplantısına ve Buenos Aires 2018 Gençlik Olimpiyat Oyunlarına delegasyonlar göndermeye de davet etmiştir (IOC, 2017a).

Diyalog aşamasının amacı olimpiyat ev sahipliği ile ilgilenen şehirlerin ve Milli Olimpiyat Komitelerinin IOC ile iş birliği içerisinde ev sahipliğinin fırsatlarını ve faydalarını keşfetmelerini sağlamak olarak özetlenebilir (IOC, 2017a). Diyalog aşaması aynı zamanda IOC'nin adaylıkla ilgilenen şehirlerin temel avantajlarını ve risklerini kapsamlı adaylık süreci öncesinde keşfetmesine de imkân vermektedir.

3.2. Adaylık Aşaması (Ekim 2018-Eylül 2019)

İkinci aşama olan adaylık sürecinde ise aday şehirlerin uzun vadeli kalkınma planları ile uyumlu Olimpiyat planlama önerileri geliştirmeleri hedeflenmektedir (IOC, 2017a). Bu aşamada aday şehirler oyunların organizasyonu ile ilgili detayları sunarak Olimpiyatların yerel, bölgesel ve ulusal kalkınma hedefleri ile nasıl eşleştiğini vurgularlar (IOC, 2017a). 2026 Kış Olimpiyat Oyunları için adaylık süreci Ekim 2018 ile Eylül 2019 tarihleri arasında kapsamıştır (IOC, 2017a). Adaylık sürecinde her aday şehrin 11 Ocak 2019 tarihine kadar IOC'ye bir Adaylık Dosyası ve temel garantileri sunması gerekmektedir.

Adaylık aşamasında IOC, Çalışma Grubu üyelerinin yanı sıra IOC temsilcilerinden oluşan bir "IOC 2026 Değerlendirme Komisyonu" da atamaktadır. Değerlendirme Komisyonu'nun görevi aday şehirlerin derinlemesine analizini yapmak ve aday şehirlere yapılan ziyaretleri de kapsayan bir rapor hazırlamaktır (IOC, 2017a). Değerlendirme Komisyonu, Mart-Nisan 2019'da her aday şehirde bir saha ziyareti gerçekleştirmiş, bu ziyaretleri organize etmek ve planlamak için aday şehirlerle yakın ilişki içinde çalışmıştır (IOC, 2017a). Değerlendirme Komisyonu raporunu IOC Üyeleri ve Olimpik Kış Uluslararası Federasyonları için 2026 Aday Şehir Brifing'inden önce yayınlamıştır. Hazırlanan rapor, başarılı bir Kış Olimpik Oyununu planlamak ve gerçekleştirmek için gerekli olan temel unsurları her bir şehrin kendine özgü vizyonunu, konseptini ve miras fırsatlarını dikkate alarak değerlendirmektedir. Adaylık Aşamasının önemli tarihleri Tablo 2'de özetlenmiştir.

Tablo 2. Adaylık Aşamasının Önemli Tarihleri

Adaylık Dosyasının Teslimi için son tarih	11 Ocak 2019
IOC uzmanı ön ziyareti	Şubat 2019
IOC Değerlendirme Komisyonu analizi	Mart/Nisan 2019
Tamamlanmış Garanti Dosyasını teslimi için son tarih	12 Nisan 2019
Değerlendirme Komisyon ile son Soru-Cevap oturumu	Mayıs 2019
Değerlendirme Komisyonu Raporunun Yayınlanması	Haziran/Temmuz 2019*
Her bir NOC/Aday Şehir ile bireysel bilgilendirmenin yapılması	Seçimden 6-9 ay sonra

*Başlangıçta öngörülenin aksine rapor Mayıs 2019'da yayınlanmıştır.

Kaynak: IOC, 2017a; IOC, 2017b

Adaylık aşaması sonucunda Milano-Cortina, 24 Haziran 2019 Pazartesi günü İsviçre'nin Lozan kentinde gerçekleşen 134. IOC oturumunda, IOC üyelerinin oy çokluğuyla (47-34) karşısında yarışan şehir Stockholm-Are'yi geçerek oylamayı kazanmış ve 2026 Kış Olimpiyat Oyunlarına ev sahipliği yapmaya hak kazanmıştır (IOC, 2019b). İtalya, 1960 Yaz Olimpiyat Oyunu ile 1956 ve 2006 Kış Olimpiyat Oyunları'nın yanı sıra, çok sayıda Dünya Şampiyonasına ve "Kış Para-spor etkinliklerine" ev sahipliği yapmış ve bu konuda çok zengin bir geçmişe sahip bir ülkedir. Milano-Cortina'nın adaylığının başarıya ulaşmasında öne çıkan özelliklerinden biri uzun vadeli miras kullanımına önem verilerek mevcut veya geçici mekânların kullanılmasına öncelik verilmesi

olmuştur. Bu süreç boyunca, Milano-Cortina 2026 hazırlık komitesinin Uluslararası Paralimpik Komitesi (IPC) ile de yakın ilişki içinde bulunması önemli bir avantajı olarak değerlendirilmiştir.

4. 2026 KIŞ OLİMPİYATLARI EV SAHİPLİĞİ İÇİN DİYALOG AŞAMASINDA YER ALAN ŞEHİRLERİN KARŞILAŞTIRMALI ANALİZİ

Bu bölümde 2026 Kış Olimpiyatlarına ev sahipliği için diyalog aşamasında yer alan 4 şehir IOC resmi raporlarında yer alan değerlendirmeler dikkate alınarak karşılaştırmalı olarak analiz edilecektir. Şehirlerin karşılaştırılmasında ülkelerle ilgili genel ekonomik veriler, aday şehirlerin finansal stratejileri ve vizyonları, konaklama ve ulaşım imkânları, halk desteği ve benzer organizasyon tecrübesi gibi unsurlar dikkate alınacaktır.

Diyalog aşamasında yer alan şehirler-ülkeler ile ilgili genel veriler karşılaştırılırken IOC'nin değerlendirmesine temel teşkil eden 2018 yılı esas alınmıştır (Tablo 3). 2018 yılı itibariyle ülkelerin toplam nüfusları dikkate alındığında Türkiye en kalabalık nüfusa sahip ülke (82 milyon) olarak öne çıkmaktadır. Aday şehirlerin nüfuslarına bakıldığında ise Milano- Cortina 1,4 milyon nüfusla en kalabalık şehir olurken, Erzurum 390 bin nüfusla en küçük aday şehir konumundadır. Aday şehirlerin nüfusları şehrin altyapısı, konaklama ve ulaşım imkânları, ekonomik ve kültürel potansiyeli ile ilgili fikir vermesi açısından önemlidir. Ülkelerin ekonomik gelişmişlik seviyeleri ile ilgili veriler karşılaştırıldığında kişi başına 58,345 dolar GSYİH (dünyada 11.) ile İsveç ilk sırada yer alırken, Türkiye kişi başına 11,114 dolar GSYİH (dünyada 60.) ile son sırada yer almaktadır. Buna paralel biçimde yıllık enflasyon oranı (%8) ve insani gelişmişlik endeksi verilerine göre (0.761 puan) de Türkiye son sırada yer almaktadır. Gelişmekte olan ülke kategorisinde yer alan Türkiye'nin, gelişmiş ülkeler kategorisinde yer alan rakiplerine göre ekonomik gelişmişlik göstergelerinde geride kalması normal karşılanabilir. Ancak ekonomik gelişmişlik seviyesine bağlı olarak şehrin altyapısı, konaklama ve ulaşım imkânları, ekonomik ve kültürel potansiyeli de ortaya çıkmaktadır. Türkiye açısından bir diğer eksiklik ise diğer ülkelerin aksine daha önce Olimpiyat Oyunlarına ev sahipliği yapmamış olmasıdır.

Tablo 3. Ülkelerle İlgili Genel Veriler (2018)

	Milano- (İtalya)	Cortina	Stockholm-Are (İsveç)	Calgary (Kanada)	Erzurum (Türkiye)
Ülke Nüfusu	60,5 milyon		10,2 milyon	36,9 milyon	82 milyon
Şehir Nüfusu	Milano 1,4 milyon Cortina 6,000		Stockholm 1 milyon Are 3,200	1.39 milyon	390,000
Kişi Başına GSYİH	35,913 dolar Dünyada 25. sırada		58,345 dolar Dünyada 11. sırada	48,466 dolar Dünyada 15. sırada	11,114 dolar Dünyada 60. sırada
İnsani Gelişme Endeksi	0.887 Dünyada 26. sırada		0.913 Dünyada 14. sırada	0.920 Dünyada 10. sırada	0.761 Dünyada 72. sırada
Yıllık Enflasyon Oranı (Son 10 Yıl Ortalaması)	%1,1		%1,6	%1,3	%8
Ülkenin Önceki Olimpiyat Tecrübesi	Turin 2006 (Kış) Roma 1960 Cortina d'Ampezzo 1956 (Kış)		Stockholm 1912	Vancouver 2010 (Kış) Calgary 1988 (Kış) Montreal 1976	-

Kaynak: IOC, 2018b; IOC, 2019a

Benzer şekilde şehirlerin son on yılda ev sahipliği yaptığı kış sporları etkinlikleri sayısında da Erzurum diğer şehirlerin gerisinde kalmaktadır. Dünya Şampiyonası ve Dünya Kupaları birlikte değerlendirildiğinde Kanada toplamda 159 etkinlikle ilk sırada yer alırken; İtalya 153, İsveç 75 ve Türkiye ise sadece 6 etkinlik düzenlemiştir. Kanada Kış Olimpiyatlarına ait 15 spor dalının tamamında bir etkinliğe son on yılda ev sahipliği yapmayı başarırken, bu sayı İtalya için 15 daldadır.

13, İsveç için 15 dalda 9 ve Türkiye için 15 dalda sadece 3'tür. Şehirlerin 2026 Kış Olimpiyatları için önerdiği etkinlik alanlarının büyük organizasyon tecrübesi incelendiğinde Kanada'nın önerdiği 10 etkinlik alanının 7'sinin (%70), İtalya'nın önerdiği 12 etkinlik alanının ise 6'sının (%50) bu tecrübeye sahip olduğu görülmektedir. Türkiye'nin önerdiği (Sochi dâhil) 10 etkinlik alanının 4'ü (%40) bu tecrübeye sahipken, İsveç'in önerdiği 12 etkinlik alanının sadece 4'ü (%33) bu tecrübeye sahiptir.

Tablo 4. Ülkelerde Son On Yılda Gerçekleşen Büyük (Kış Sporları) Etkinlikler

	İtalya	İsveç	Kanada	Türkiye
Dünya Şampiyonası	7	7	24	1
Dünya Kupaları	146	68	135	5
Son 10 Yılda Ev Sahipliği	15 spor dalından 13'ünde	15 spor dalından 9'unda	15 spor dalının tamamında	15 spor dalından 3'ünde
Büyük Etkinliklere Ev Sahipliği Yapmış Etkinlik Alanı Sayısı	12 Etkinlik Alanının 6'sı	12 Etkinlik Alanının 4'ü	10 Etkinlik Alanının 7'si	10 Etkinlik Alanının 4'ü (Sochi dâhil)

Kaynak: IOC, 2018b; IOC, 2019a

Şehirler finansal stratejileri bağlamında karşılaştırıldığında da Erzurum diğer şehirlerden belirgin şekilde ayrılmaktadır (Tablo 5). Olimpiyat Oyunlarının finansmanında Milano- Cortina ve Stockholm-Are %100, Calgary %90 oranında özel sektörden faydalanmayı hedeflerken, Türkiye oyunların finansmanını tamamen kamu kaynaklarından karşılamayı planlamıştır. Kamu finansmanı ağırlıklı bir finansal strateji Olimpiyatların planlanmasında devlet garantisini sağladığı için başlangıçta Türkiye lehine bir durum olarak değerlendirilebilir. Ancak ekonomik istikrar dikkate alındığında durum Türkiye'nin adaylığının aleyhine görünmektedir. IOC Türkiye ekonomisini "istikrarsız" olarak tanımlarken, İsveç ve Kanada ekonomilerini "oldukça gelişmiş ve istikrarlı" olarak nitelendirmektedir. IOC raporlarında İtalya ekonomisi ile ilgili olumlu ya da olumsuz bir ifade yer almamaktadır. IOC'nin "istikrarsız" olarak nitelendirdiği Türkiye ekonomisi koşullarında devlet garantili bir Olimpiyat planlama süreci riskli ve belirsiz bir süreç olarak algılanmaktadır.

Tablo 5. Şehirlerin Finansal Stratejileri

	Milano- Cortina (İtalya)	Stockholm-Are (İsveç)	Calgary (Kanada)	Erzurum (Türkiye)
Finansman	%100 özel sektör finansmanı	%100 özel sektör finansmanı	%90 özel sektör finansmanı	%100 kamu finansmanı
Ekonomik İstikrar	-	Oldukça gelişmiş ve istikrarlı bir ekonomi	Oldukça gelişmiş ve istikrarlı bir ekonomi	Ekonomik istikrarsızlık

Kaynak: IOC, 2018b; IOC, 2019a

Şehirlerin ev sahipliği vizyonları incelendiğinde Milano-Cortina ve Stockholm-Are ön plana çıkmaktadır (Tablo 6). Milano-Cortina dünya standartlarında bir kış spor merkezi inşası, kentsel iyileştirmeler, şehir markasının güçlendirilmesi, gelecek nesiller için kalıcı miras ve sporun birleştirici gücü vurgularıyla güçlü bir vizyon ortaya koymaktadır. Stockholm-Are ise İsveç'in turizm ve iş merkezi olarak öne çıkarılması, sürdürülebilirlik ve sağlık, sporun birleştirici etkisini gibi unsurları vurgulamaktadır. Calgary ve Erzurum ise vizyon tanımını dar kapsamda ifade etmektedir. Calgary Olimpiyat ev sahipliğini şehrin geçmiş spor tecrübesini ve kış sporları tutkusunu gösterme fırsatı olarak görürken, Erzurum'un vizyonu kış sporlarını geliştirmek, sportif faaliyetlere katılımı arttırmak, sağlığı ve sosyal faydayı geliştirmek ve ulusal gurur başlıklarında tanımlanmaktadır. Şehirlerin vizyon tanımının 2020 Olimpiyat gündemi ile uyumu dikkate alındığında Erzurum dışındaki tüm şehirlerin vizyonunun 2020 Olimpiyat gündemi ile "tamamen uyumlu" olduğu, Erzurum'un vizyonunun ise "uyumlu" olduğu değerlendirilmiştir.

Tablo 6. Şehirlerin Vizyonu

	Milano- (İtalya)	Cortina	Stockholm-Are (İsveç)	Calgary (Kanada)	Erzurum (Türkiye)
Vizyon Tanımı	Kuzey İtalya'nın orta ve doğu bölgesini dünya standartlarında bir kış sporu merkezine dönüştürmek Kentsel iyileştirmeler ve şehir markasının güçlendirilmesi için bir katalizör Gelecek nesiller için kalıcı bir miras yaratmak Sporun insanları bir araya getirme gücünü sergilemek		İsveç'i turizm ve iş merkezi olarak tanıtmak Sürdürülebilirlikte ve sağlıkta dünya lideri olmak Farklı geçmişe sahip insanları spor yoluyla birleştirmek Daha entegre ve kapsayıcı bir toplum oluşturmak Sporu ve Olimpik Hareketi yeni nesillere tanıtmak	Calgary'nin kış sporlarına ve diğer önemli etkinliklere ev sahipliği yapma konusundaki kapsamlı deneyimi ve halkın kış sporlarına olan sevgisini gösterme fırsatı.	Türkiye'de kış sporlarını daha da geliştirmek Hem amatör hem de elit sporlara özellikle gençlerin katılımı artırmak Sağlığı geliştirmek, sosyal fayda ve ulusal gurur
2020 Olimpiyat Gündemi ile uyum	2020 Olimpiyat Gündemi ile tamamen uyumlu Olimpiyatlar iki şehrin ve tüm bölgenin ekonomik, sosyal ve sportif miras hedeflerini yerine getirmek için itici bir güç.	2020 Olimpiyat Gündemi ile tamamen uyumlu	2020 Olimpiyat Gündemi ile tamamen uyumlu Olimpiyatları uzun vadede şehrin, bölgenin ve ülkenin sosyal, ekonomik ve sportif amaçlarıyla uyumlu olumlu bir araç olarak kullanmak.	2020 Olimpiyat Gündemi ile tamamen uyumlu Olimpiyatlar şehrin, bölgenin ve ülkenin uzun vadeli sosyal, ekonomik ve sportif hedefleri için bir katalizör görevi görüyor.	2020 Olimpiyat Gündemi ile uyumlu Olimpiyatları uzun vadeli bölgesel ve ulusal kalkınma planlarını hızlandırmak için kullanmak.

Kaynak: IOC, 2018b; IOC, 2019a

Şehirlerin Olimpiyatlar için önerdiği konaklama kapasitesinin IOC'nin Kış Olimpiyat Oyunları için belirlediği 24.000 oda ihtiyacını karşılaması gerekir. Tablo 7'de listelendiği şekliyle 24.000 oda ihtiyacının altında envantere sahip olan tek şehir 11.500 oda ile Erzurum'dur. Bu durum Erzurum ve çevresinde önemli ölçüde konaklama sıkıntısının yaşandığını göstermektedir. Erzurum'un alternatif konaklama için sunduğu 19.200 oda kapasitesinin büyük bir kısmının öğrenci yurtlarından oluşması, Kars ve Erzincan'da önerilen konaklama alternatiflerinin 150-200 km uzaklıkta olması, seyirciler ve işgücü için sınırlı alternatif konaklama önerilmesi de Erzurum için diğer olumsuzluklar olarak sıralanabilir. 50.000 oda ve 35.000 alternatif konaklama kapasitesiyle Milano-Cortina en güçlü şehir konumundadır. Milano-Cortina'nın tüm kümelerde yeterli sayıda mevcut otel odası envanterine sahip olması, seyirciler için yeterli konaklama sunması, otel kapasitelerinin yüksek olması ve otellerin çoğunun Milano'ya 10 km mesafede olması gibi unsurların Milano'da ulaşımı ve Olimpiyatlarla ilgili diğer ihtiyaçları kolaylaştıracağı söylenebilir.

Tablo 7. Şehirlerin Konaklama İmkânları

	Milano- Cortina (İtalya)	Stockholm-Are (İsveç)	Calgary (Kanada)	Erzurum (Türkiye)
Oda Sayısı	50.000	40.000	28.000	11.500
Alternatif Konaklama	35.000	10.000		19.200

Kaynak: IOC, 2018b; IOC, 2019a

Şehirler ulaşım stratejileri kapsamında değerlendirildiğinde Erzurum'un ciddi eksikleri olduğu görülmektedir (Tablo 8). Diğer şehirlerin ulaşım stratejisi mevcut ulaşım altyapısına dayanırken, Erzurum'un Olimpiyatlar özelinde ulaşım altyapısını iyileştirmesi ve yeni yatırımlar yapması gerekmektedir. Özellikle Milano-Cortina ve Stockholm-Are'de toplu taşıma ve demiryolunun kapsamlı şekilde kullanılıyor olması ve tüm etkinlik alanları yakınında demiryolu erişiminin varlığı önemli avantajlar olarak görülmektedir. Havaalanı kapasiteleri değerlendirildiğinde Erzurum yine en zayıf şehir konumundadır. Erzurum Havalimanı ve bölgesel diğer havalimanlarının kapasitesinin sınırlı olması ve sadece birkaç varış noktasına hizmet vermeleri nedeniyle ana havalimanı bağlantısı olarak İstanbul'un öngörülmesi, ülke içinde 2 saatlik bir uçuşla Erzurum'a erişimin ancak sağlanması anlamına gelmektedir. Erzurum şehir merkezine ulaşmada karayolunun tek alternatif olması, şehir içi toplu ulaşımın sınırlı olması ve şehre geliş-gidişlerin sorunlu olması ulaşım bağlamında diğer eksiklikler olarak görülebilir. Öte yandan diğer şehirler ise 20 ile 35 milyon yolcu kapasiteli, yurtiçi ve yurtdışı birçok varış noktasında hizmet veren ve şehir merkeziyle güçlü bağlantıları olan havalimanlarına sahiptir.

Tablo 8. Şehirlerin Ulaşım İmkânları

	Milano- Cortina (İtalya)	Stockholm-Are (İsveç)	Calgary (Kanada)	Erzurum (Türkiye)
Genel Strateji	Mevcut ulaşım altyapısına dayanıyor Milano içinde toplu taşıma/demiryolu hizmetinin kapsamlı kullanımı (metro, tramvay, banliyö treni) Tüm etkinlik alanları yakınında demiryolu erişimi (1 km veya daha az)	Mevcut ulaşım altyapısına dayanıyor Toplu taşıma /demiryolu kapsamlı kullanımı Metro sistemi (7 hat), Banliyö treni (8 hat), hafif raylı sistem (4 hat) Çoklu otobüs güzergahı Tüm etkinlik alanları yakınında demiryolu erişimi (1 km veya daha az)	Mevcut ulaşım altyapısına dayanıyor Hafif raylı sistem ve otobüs Olimpiyatlar için ayrıca 1.000 otobüs Sürdürülebilirlik odaklı 2026 Ulaşım Planı	Karayolu taşımacılığına odaklanan sınırlı toplu taşıma altyapısı Planlanan yüksek hızlı tren hattı
Havalimanı	Milano Malpensa Havalimanı (MXP) Yılda 30 milyon yolcu kapasitesi 67 ülkede 120 varış noktası 9 yurt içi varış noktası Milano'ya saatte 4 tren	Stockholm Havalimanı (ARN) Yılda 35 milyon yolcu kapasitesi 53 ülkede 146 varış noktası 25 yurt içi varış noktası Şehir merkezi ile demiryolu ve karayolu bağlantısı	Calgary Havalimanı (YYC) Yılda 20 milyon yolcu kapasitesi 14 ülkede 46 varış noktası 38 yurt içi varış noktası Şehir merkezi ile karayolu bağlantısı	Ana havalimanı bağlantısı İstanbul Erzurum Havalimanı İstanbul'dan iki saatlik uçuş mesafesinde Sınırlı kapasite ve birkaç yerel varış noktası Şehir merkezi ile karayolu bağlantısı

Kaynak: IOC, 2018b; IOC, 2019a

Erzurum diğer şehirlerle kıyaslandığında öne çıkan tek olumlu unsur güçlü halk desteğinin olmasıdır (Tablo 9). Olimpiyat ev sahipliği sürecinde şehir (%95), bölge (%91) ve ülke (%90)

ölçeğinde en yüksek halk desteğine sahip olan şehir Erzurum'dur. Halk desteği Stockholm-Are için her ölçekte %50'nin altında kalırken, Milano-Cortina için %80'in üzerindedir.

Tablo 9. Halk Desteği

	Milano- Cortina (İtalya)	Stockholm-Are (İsveç)	Calgary (Kanada)	Erzurum (Türkiye)
Şehir	83	49	54	95
Bölge	71 - 82 Lombardy ve Veneto	42 Stockholm County	61 Alberta	91 Doğu Anadolu
Ülke	81	46	61	90

Kaynak: IOC, 2018b; IOC, 2019a

SONUÇ ve DEĞERLENDİRME

IOC 2026 Kış Olimpiyatları ev sahipliği için diyalog aşamasına katılacak şehirlerin adaylık başvurusu için son tarihi 31 Mart 2018 olarak belirlemiştir. Erzurum resmi başvurusunu 30 Mart 2018'de tamamlamış ve Türkiye'nin ilk Kış Olimpiyatları ev sahipliğine aday şehri olmuştur. Ancak adaylığın son ana bırakılması Erzurum'un diyalog aşamasında IOC'nin sunduğu destek ve yardımlardan etkin yararlanamamasına neden olmuştur. 2026 Olimpiyatları ev sahipliği için diyalog aşamasına dâhil olan 4 şehir için IOC'nin değerlendirmeleri dikkate alındığında Erzurum'un Olimpiyat ev sahipliği sürecindeki eksiklikleri net bir şekilde ortaya çıkmaktadır. Ülkelerin genel ekonomik görünümü kıyaslandığında da durum Türkiye'nin aleyhine görünmektedir. Ülkelerin ekonomik gelişmişlik düzeyleri Olimpiyat oyunları organizasyon kapasiteleri ile ilgili ipuçları vermektedir. Kişi başına düşen milli gelir, yıllık enflasyon oranı, önceki organizasyon tecrübesi gibi kriterler esas alındığında Türkiye diğer ülkelerin gerisinde kalmaktadır. Türkiye ekonomisini istikrarsız olarak tanımlayan IOC için bu durum Olimpiyatların planlandığı gibi gerçekleşmesini riske atacak önemli bir tehdit olarak algılanmaktadır. Olimpiyat oyunları ev sahipliği sürecinde gelecek için öngörülen yatırım planlarından ziyade mevcut gerçeklikler belirleyici olmaktadır. Örneğin oyunlar için inşa edilmesi planlanan yeni stadyumlar, yeni ulaşım bağlantıları, yeni konaklama tesisleri vb. herhangi bir olumsuzluk nedeniyle tamamlanamazsa Olimpiyatların zamanında gerçekleşmesi mümkün olmayabilir. Bu nedenle IOC Olimpiyat Oyunlarının planlama sürecindeki kesinlik gereği, risk satın almak yerine garanti ve hazır görünen seçeneği tercih etmektedir.

Erzurum'un adaylığında en büyük eksiklikler konaklama ve ulaşım altyapısının yetersizliğidir. IOC'nin Kış Olimpiyat Oyunları için belirlediği 24.000 oda ihtiyacının altında envantere sahip olan Erzurum, bu eksikliği gidermek için kalıcı yatırımlar yapma önerisi yerine "alternatif konaklama" olarak nitelendirilen öğrenci yurtları ve misafirhaneleri kullanmayı tercih etmektedir. IOC'nin 2020 Olimpiyat Gündeminde yer alan önerilerden birisi mevcut tesislerin maksimum kullanımının sağlanması, geçici ve sökülebilir mekânların kullanımının aktif olarak teşvik edilmesidir. Ancak bu ilke gerekli olan altyapının var olmasına bağlıdır ve Erzurum'un mevcut konaklama kapasitesi bu ilke kapsamında değerlendirilemez. Bu kapsamda Erzurum'un konaklama imkânlarını çeşitlendirecek ve yatak kapasitesini arttıracak yatırımlar yapılmalıdır. Benzer şekilde Erzurum'un ulaşım stratejisinde de ciddi eksiklikler göze çarpmaktadır. Havaalanı kapasitesinin sınırlı olması ve şehir içi ulaşımında alternatiflerin yetersizliği Erzurum'a geliş-gidişi ve şehir içi ulaşımı sorunlu hale getirmektedir. Erzurum'daki mevcut tesisler ve altyapı önemli bir artı olarak görülse de altyapının ve tesis imkânlarının uluslararası standartlara uygun şekilde iyileştirilmesi ve yenilenmesi gerekmektedir. Nitelikli personel yetersizliği, sosyal ve kültürel etkinliklerin eksikliği de "kış sporları kenti" imajını olumsuz yönde etkilemektedir. Bu eksikliklerin giderilmesi Erzurum'da kış sporları kültürünün gelişimine katkı sağlayacak, turistlerin ortalama

kalış süreleri ve ortalama harcamaları arttıracak ve şehrin tanıtımına olumlu yönde katkı yapacaktır (Batuhan, 2016). Erzurum'un kış turizminde uluslararası bir merkez olma hedefini gerçekleştirebilmesi için konaklama ve ulaşım başta olmak üzere diğer altyapı eksikliklerinin öncelikli olarak giderilmesi gerekir.

Uluslararası nitelikli büyük organizasyonlar ev sahibi şehrin ekonomik gelişimine tek başlarına katkı sağlamamaktadır. Bu organizasyonlardan en büyük katkıyı sağlayan ev sahibi şehirler, bu organizasyonların planlaması ile kendi kentlerinin uzun vadeli stratejilerini harmanlayabilen şehirler olmuştur (Batuhan, 2019). Kısa vadede büyük yatırımların yapılması gerekli olsa da yatırımlar şehrin ihtiyaçlarıyla uyumlu bir şekilde yapıldığında uzun vadede şehrin gelişimini olumlu yönde etkileyecektir. Bu çerçevede, uluslararası nitelikli büyük organizasyonların şehrin uzun vadede gelişim stratejisi ve vizyonu ile uyumlu hale getirilmesi şehrin ekonomik olarak gelişmesini ve bu organizasyonların kente bıraktığı mirasın kalıcı ve kullanılabilir olmasını sağlayacaktır (Batuhan, 2016). Bu kapsamda Erzurum'un uzun vadeli gelişim stratejisini belirleyerek gelecek için doğru adımları planlaması gerekmektedir. Stratejik planlama olarak tanımlanabilecek bu süreç aceleci davranmamayı gerektirir. Sabırsızlıkla hemen sonuç almayı beklemek ya da aynı yöntemleri deneyerek farklı sonuçlar elde etmeyi beklemek stratejik planlamanın özünde yoktur. Stratejik planlama ile Erzurum'un uzun vadeli hedefleriyle uyumlu yatırımlar yapmak ve Olimpiyat sonrası kullanımı planlamak mümkün olacaktır. Stratejik planlama aynı zamanda farklı kurumlar arasındaki iş birliğini artırma potansiyeli olan, katılımı teşvik eden ve her tür paydaşın fikrini önemseyen etkileşimli bir süreci ifade etmektedir.

Erzurum'un konaklama kapasitesini arttıracak yatırımlara öncelik verilmesi kalıcı ve sürdürülebilir bir kış turizmi potansiyelini ortaya çıkarmak için hayati öneme sahiptir. Benzer şekilde şehirlerarası ve şehir içi ulaşım bağlantıları güçlendirilmeli, çeşitlendirilmeli ve kapasiteleri artırılmalıdır. Tüm bu altyapı eksikliklerinin yanında Türkiye'nin bulunduğu bölgedeki siyasi istikrarsızlıklar ve ülkedeki sosyo-ekonomik dalgalanmalar da Olimpiyat adaylığını olumsuz etkilemektedir. Önyargı ve kötü niyet barındırdığı söylenebilecek siyasi tavırların önüne geçebilmenin yolu IOC'nin belirlediği yol haritasına bağlı kalarak tesisleşme, kentsel altyapı, konaklama, ulaşım, etkinlik alanı kapasitesi gibi konularda gerekli yatırımları tamamlamak ve eksiklikleri gidermektir. Tüm bu eksikliklerin giderilmesi için ciddi yatırımların yapılması gerekir ve bu yatırımların tamamlanabilmesi için de zamana ihtiyaç vardır. Bu yatırımların en iyimser tahminle ancak 20-30 yıllık bir sürede tamamlanabileceği dikkate alındığında yakın vadede Erzurum'un Kış Olimpiyat Oyunlarına ev sahipliği yapması uzak bir ihtimale dönüşmektedir. Bu süre zarfında Türkiye'nin ve Erzurum'un uluslararası nitelikli büyük organizasyon tecrübesini artırması gerekir. Bu nedenle kısa ve orta vadede Olimpiyatlar dışındaki organizasyonlara (Dünya Şampiyonası, Dünya Kupaları, Gençlik Şampiyonaları vb.) ev sahipliğine öncelik verilmeli ve organizasyon tecrübesi artırılmalıdır.

Bu kapsamda Erzurum için ilk gerçekçi hedef "2028 Kış Gençlik Olimpiyat Oyunları" olmalıdır. Gençlik Olimpiyat Oyunları fikri 6 Temmuz 2007'de 119. IOC kongresinde kabul edilmiş ve her 4 yılda bir kış ve yaz oyunları olarak düzenlenmesi planlanmıştır (IOC, 2021). Kış Gençlik Olimpiyat Oyunları'nın ilki 2012'de Avusturya'nın Innsbruck kentinde düzenlenirken, sonrasında sırasıyla 2016'da Lillehammer (Norveç), 2020'de Lausanne (İsviçre) bu organizasyona ev sahipliği yapmıştır. 2024 yılında dördüncüsü gerçekleştirilecek organizasyona ise Güney Kore'nin Gangwon şehri ev sahipliği yapacaktır. Adaylık süreci ile ilgili kesin tarihlerin henüz açıklanmadığı 2028 Kış Gençlik Olimpiyat Oyunları'na ev sahipliği için Erzurum'un hazırlıklarını ve planlamasını yapması gerekir.

Erzurum için yol haritası 2028 Kış Gençlik Olimpiyat Oyunları resmi adaylığının ilanı ile başlamalı ve bu süreç uluslararası düzeyde lobi ve tanıtım faaliyetleriyle desteklenmelidir. 2012'den

bu yana Kış Gençlik Olimpiyat Oyunlarına ev sahipliği yapmış ve 2024'te ev sahipliği yapacak şehirlerin tümünün tecrübeleri ayrıntılı olarak incelenmeli ve bilgi transferinin önü açılmalıdır. 2028 Kış Gençlik Olimpiyat Oyunları adaylığının katalizör etkisiyle Erzurum'un turizm odaklı kalkınma stratejisini hayata geçirmesi ve uluslararası düzeyde önemli bir kış turizmi merkezi olma hedefine yaklaşması mümkün olacaktır. Bu adaylık sürecinin Erzurum'un tesisleşme, konaklama ve ulaşım alanlarında kentsel gelişim ihtiyaçlarına katkı sağlayarak Erzurum'un kış kenti imajını ve uluslararası tanınırlığını artırma potansiyeli yüksektir. 2028 Kış Gençlik Olimpiyat Oyunları adaylığı sürecinde elde edilecek bilgi ve tecrübe ile Erzurum'un uluslararası sportif organizasyon ev sahipliği stratejisinin geliştirilmesi sağlanarak IOC'nin yol haritası adım adım uygulanacak ve gelecekte daha büyük organizasyonlara, özellikle Kış Olimpiyat Oyunları'na, ev sahipliği yapma şansı artmış olacaktır.

KAYNAKÇA

- Andranovich, G., Burbank, M. J., and Heying, C. H. (2001). Olympic Cities: Lessons Learned from Mega-event Politics. *Journal of Urban Affairs*, 23 (2): 113-131.
- Batuhan, T. (2016). Kış Üniversite Oyunları'nın Kent Turizmine ve Kentsel Gelişime Etkisi: 2011 Erzurum Kış Üniversite Oyunları Örneği. *Uluslararası Kış Kentleri Sempozyumu, Erzurum*, 1067-1073.
- Batuhan, T. (2019). Erzurum'un Kış Sporları Organizasyon Tecrübesi ve Gelecek İçin Dersler. 1. Uluslararası Kış Turizmi Kongresi, Erzurum, cilt.1, 299-303.
- Burbank, M. J., Andranovich, G., and Heying, C. (2002). Mega-events, Urban Development, and Public Policy. *The Review of Policy Research*, Fall 2002 (19) 3: 179-202.
- Chalkley, B ve Essex, S. (1999). Urban Development Through Hosting International Events: A History of the Olympic Games. *Planning Perspectives*, 14 (4): 369-394.
- ECMT (European Conference of Ministers of Transport). (2002). Transport and Exceptional Public Events. Report of the 122nd Round Table on Transport Economics.
- Essex, S. ve Chalkley, B. S. (1998). The Olympics as a Catalyst of Urban Renewal: A Review. *Leisure Studies*, 17 (3): 187-206.
- Essex, S ve Chalkley, B. (2004). Gaining World City Status Through Staging the Olympic Games. *Geodate*, 17 (4): 7-11.
- Greg, C. (2008). Local Development Benefits from Staging Global Events. Paris: OECD Publishing.
- Hiller, H. (2000). Toward an Urban Sociology of Mega-Events. *Research In Urban Sociology*, 5: 181-205.
- Hiller, H. (2006). Post-event Outcomes and the Post-modern Turn: The Olympics and Urban Transformations. *European Sport Management Quarterly*, 6 (4): 317-332.
- IOC (International Olympic Committee). (2014). Olympic Agenda 2020: 20 + 20 Recommendations.
- IOC (International Olympic Committee). (2017a). Candidature Process: Olympic Winter Games 2026. September 2017.
- IOC (International Olympic Committee). (2017b). Candidature Questionnaire: Olympic Winter Games 2026. October 2017.
- IOC (International Olympic Committee). (2017c). Delivering Success: Engagement, Legacy and Vision, Olympic Winter Games 2026. October 2017.
- IOC (International Olympic Committee). (2018a). Olympic Agenda 2020 Olympic Games: The New Norm Report. February 2018.
- IOC (International Olympic Committee). (2018b). Olympic Winter Games 2026: IOC Working Group Report. September 2018.

- IOC (International Olympic Committee). (2019a). Report: IOC Evaluation Commission Olympic Winter Games 2026.
- IOC (International Olympic Committee). (2019b). Milano Cortina awarded the Olympic Winter Games 2026. 24 Haziran 2019. 12 Temmuz 2020 tarihinde <https://olympics.com/en/news/milan-cortina-awarded-the-olympic-winter-games-2026> adresinden erişildi.
- Karahan, F., Özgeriş, M., Demircan, N., Sezen, I. ve Karahan, A. (2021). Türkiye'nin Dünya Fuarı Deneyimi: Expo 2016 Antalya Üzerine Bir İnceleme. *Journal of Humanities and Tourism Research*, 11 (2): 304-319
- OECD. (2017). Major Events as Catalysts for Tourism. *OECD Tourism Papers*. 2017/02. Paris: OECD Publishing.
- OECD. (2021). Recommendation of the Council on Global Events and Local Development. OECD/LEGAL/0444. Paris: OECD Publishing.
- Roche, M. (1994). Mega Events and Urban Policy. *Annals of Tourism Research*, 21: 1-19.
- Roche, M. (2002). *Mega Events and Modernity. Olympics and Expos in the Growth of Global Culture*. Routledge.
- Short, J. R. (2004). *Global Metropolitan: Globalizing Cities in a Capitalist World*. Routledge.



Establishing a Seafood Route on the Abana-Inebolu-Cide Coastline and Bringing it to Tourism*

Abana-İnebolu-Cide Kıyı Şeridinde Deniz Ürünleri Rotasının Oluşturulması ve Turizme Kazandırılması

Aykut ŞİMŞEK¹

¹Kastamonu Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Kastamonu, Türkiye

ORCID:

A.Ş.: 0000-0002-3317-2330

Corresponding Author:

Aykut ŞİMŞEK

Email:

asimsek@kastamonu.edu.tr

Citation: Şimşek, A. (2022). Establishing a seafood route on the Abana-Inebolu-Cide coastline and bringing it to tourism. *Journal of Humanities and Tourism Research*, 12 (1): 93-100.

Submitted: 08.12.2021

Accepted: 25.01.2022

Abstract

Seafood is marketed as a priority product, making it a common promotional strategy both for tourists in coastal destinations and attracting visitors focused on authenticity and gastronomy. In this context, seafood routes can be an essential attraction factor for tourists to get to know the seafood culture in coastal destinations and to eat seafood. This study aims to create a route for seafood in Abana, İnebolu, and Cide districts located on the coastline of Kastamonu province and bring it to tourism. For this purpose, data were collected between 06-09 October 2021 by visiting the mentioned districts and using semi-structured interview technique, one of the qualitative research methods, and field studies. As a result, a three-day tour program has been created, starting from the town of Cide, which includes activities such as visiting businesses, local markets, and historical sites, which are connected to each other and serve seafood for two nights and three days in İnebolu and Abana, respectively.

Keywords: Seafood, Route, Abana, İnebolu, Cide

Özet

Deniz ürünleri öncelikli ürün olarak pazarlanarak hem kıyı destinasyonlarındaki turistler için hem de özgünlük ve gastronomi odaklı ziyaretçileri çekmek için yaygın bir tanıtım stratejisi haline almıştır. Bu kapsamda deniz ürünleri rotaları, kıyı destinasyonlarında deniz ürünleri kültürünü tanımak, deniz ürünleri yemek amacıyla turistler için önemli bir çekicilik unsuru olabilmektedir. Bu çalışmada da Kastamonu ili kıyı şeridinde yer alan Abana, İnebolu ve Cide ilçelerinde deniz ürünlerine yönelik bir rotanın oluşturulması ve turizme kazandırılması amaçlanmaktadır. Bu amaç doğrultusunda söz konusu ilçeler ziyaret edilerek nitel araştırma yöntemlerinden yarı yapılandırılmış görüşme tekniği kullanılarak ve saha etütleri yapılarak 06-09 Ekim 2021 tarihleri arasında veriler toplanmıştır. Sonuç olarak Cide ilçesinden başlayarak birbirleriyle bağlantılı ve sırasıyla İnebolu ve Abana'da iki gece, üç gündüz olacak şekilde deniz ürünleri servisi yapan işletmelerin, yöresel pazarların ve tarihi alanların ziyaret edilmesi gibi faaliyetlerin yer aldığı üç günlük bir tur programı oluşturulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Deniz Ürünleri, Rota, Abana, İnebolu, Cide

1. INTRODUCTION

With the growth of the tourism sector worldwide, a significant change has been observed in tourist motivations and tourism activities. Countries have also diversified their touristic products to increase their market shares by keeping up with this change (Alkan, 2018: 1017). In this context, tourism routes have increased significantly throughout the world, especially in developed countries, in recent years. It can be said that the reason for this is that the routes offer product development and distribution opportunities and at the same time meet the changing tourist demands (Meyer, 2004: 3). The primary purpose of tourism routes; to provide unity by connecting all kinds of areal, point and linear scale touristic values and activities, to diversify tourism, and to make it more attractive by spreading it from the point area to the general (Akın & Gül, 2020: 222). When tourism routes are evaluated in general, they are carried out to achieve one or more of the following objectives (Meyer, 2004: 3);

- Spreading visitors and income from tourism,
- Converting lesser-known products into touristic products,
- Increasing the overall attractiveness of the destination,
- Increasing the length of stay and spending of tourists,
- Attracting new tourists and ensuring repeat visits,
- To improve the sustainability of the touristic product.

Turkey contains many elements with different natural, historical and cultural characteristics (Halac & Benzer, 2019: 24). For this reason, it is possible to say that Turkey has significant potential in alternative tourism together with mass tourism movements. Tourism routes are one of the alternative tourism activities that can be evaluated in this context. At the same time, there are many academic studies (Rogerson, 2007; Nagy, 2012; Cakır, Ciftci & Cakır, 2017; Nergiz, 2017; Uwaisy, Baizal & Reditya, 2017; Alkan, 2018; Çavusoglu & Çavusoglu, 2018; Karasah, 2018; Arslan, 2019; Akın & Gül, 2020; Ayhan & Çağlıyan, 2021) on the development of alternative tourism routes. However, a route study for seafood has not been found among the national literature in question. The seas that surround Turkey from three sides and its numerous streams, lakes, ponds, and dam lakes offer vast opportunities in terms of aquaculture and aquaculture. The fact that a fishing vessel capable of using these resources, fishing technology, and aquaculture facility, technology, and human resources are available in Turkey (Republic of Turkey Ministry of Agriculture and Forestry, 2019: 28) makes a route to be created for seafood necessary. Based on this situation, this study aims to create a route for seafood in Abana, İnebolu, and Cide districts located on the coastline of Kastamonu province, which has the longest coastline of the Black Sea Region, and to bring it to tourism.

2. PURPOSE AND IMPORTANCE OF THE STUDY

This study aims to create a route for seafood in Abana, İnebolu, and Cide districts located on the coastline of Kastamonu province and bring it to tourism. Kastamonu is the province with the most expansive coast to the Black Sea with a coastline of 170 km. There are 6 districts on this coastline, namely Cide, Doğanyurt, İnebolu, Abana, Bozkurt and Çatalzeytin. The coasts of Kastamonu differ from the general structure of the Black Sea and the natural coves and shelters it hosts. On the beach; natural beaches, diving areas, and harbors. Among the mentioned districts, Abana, İnebolu, and Cide are at the forefront in terms of coastal tourism compared to other districts (Governorship of Kastamonu, 2021). Seafood is also marketed as a priority product, making it a common promotional strategy for tourists in coastal destinations and attracting visitors focused on authenticity and gastronomy. This has been a kind of economic diversification strategy for the shipping industry as well. Seafood collectors market niche products to local retailers and businesses in some coastal tourism destinations to capitalize on the local demand for quality

seafood (Jodice, Ramshaw, Sirima & Goris, 2018: 1). In this context, seafood routes can be an essential attraction factor for tourists to get to know the seafood culture in coastal destinations and eat seafood.

3. METHOD

Qualitative research methods were preferred as the research method to establish the seafood route. In this context, the research was carried out in two stages. First of all, the current studies and applications for the seafood route were examined in-depth, and a general framework was formed. A semi-structured interview form was created in line with the framework. The semi-structured interview technique was preferred because it provides flexibility to the researcher on a particular subject, helps obtain in-depth information, and eliminates the limitations in tests and questionnaires based on writing and filling (Yıldırım & Simsek, 2003). To finalize the form and ensure its validity, both the opinions of experts in the field of gastronomy and those who work on tourism routes were consulted. The criterion sampling method, one of the purposeful sampling methods, was used to determine the study sample. In this context, face-to-face interviews were held in the districts within the scope of the route between 06-09 October 2021 with people who have lived in the region for many years, who have experience in the tourism sector, who are engaged in commercial and amateur fishing, and businesses where seafood services are provided. In addition, field studies were carried out in the route area. The interviews lasted between 30-40 minutes. The data were recorded by writing the answers, date, and time of the interview on the interview form and using voice recorders.

4. FINDINGS

A descriptive analysis of the findings obtained with the semi-structured interview technique was made, and a 3-day seafood route was created, two nights and three days. While creating the route map, the map creation feature using Google Maps was used. The general map of the route created is given in Picture 1. The details of the said route are as follows.

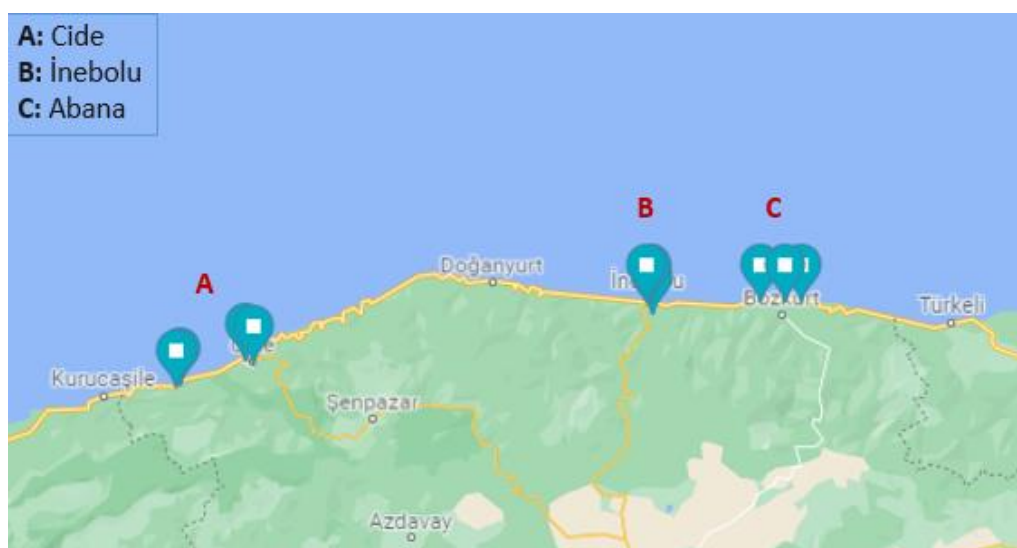


Figure 1. Seafood Route Map

Source: GoogleMaps

Day 1: The first day of the route, which starts in Cide, begins with breakfast at Han Bahce. After breakfast, Rifat Ilgaz Evi and Halime Kaptan Mausoleum, one of the heroes of the War of Independence, are visited. Afterward, a break for lunch is made at the establishment named "Girderoslu Kazım'ın Yeri", located in Cide harbor, where you can always find fresh and delicious fish in season. If you go in October, you can choose "whiting in the pan". If your visit to Cide coincides with a Friday, you can continue your tour with the local market, where local, organic

products and farmers from Cide villages are located. After with its history dating back to the BC. 15th century, its pure and calm water, a trip to the Gideros Bay is made. After the trip, the first day ends by going to the district center for accommodation after eating squid and shrimp in a stew at the establishment called Günbatımı Balık Evi, accompanied by the view of Gideros Bay.



Figure 2. Cide Tour Map

Source: GoogleMaps

Day 2: On the second day of the route, we depart from Cide and go to İnebolu. During the trip, you can go to the Loç Valley Wooden Observation Terrace, which is located on the route and 18 km from Cide, to take a photo and experience the natural beauties accompanied by a beautiful view. After the journey that takes about 2 hours, the trip to Inebolu starts with breakfast at Hanımeli Restaurant, located by the sea. At the same time, you can bring the fish you bought from the fishermen to the restaurant in question and have it cleaned and cooked.

After breakfast, the tour continues with the visit to İnebolu Türk Ocağı, where Mustafa Kemal Atatürk gave his Hat Speech dated 27 August 1925 during his visit to İnebolu. In the building, the Medal of Independence given to the İnebolu Bargemen's Guild (Boatmen's Association) for their heroism in the Independence War, the Wax Atatürk Statue, some materials Atatürk used during his visit to İnebolu on 25-26-27 August 1925, various items related to İnebolu's Independence Struggle, photographs and ethnographic artifacts belonging to İnebolu and its surroundings are exhibited. Afterward, a trip to the "İnebolu City Museum on the Road to Liberation" is made, which was established to carry the rich historical and cultural accumulation of İnebolu to the future with the mission of "urban memory" and to transfer it to the next generations in the best way possible. After the trips, you can consume fresh seasonal fish at the establishment called İne Balık ve Et Restaurant. After the meal, you can take a tour of the district center between old quarters and İnebolu houses in İnebolu, which is a historical settlement. If your visit coincides with Tuesday and Saturday, you can visit the village market in the district marketplace. You can also participate in the "İnebolu Heyamola International Maritime Festivals Culture and Art Festival" held in the third week of July every year. For the Inebolu district, the tour ends by going to Geriş Hill, which is 495 m high and has rich natural beauties where blue and green coexist.



Figure 3. İnebolu Tour Map

Source: GoogleMaps

Day 3: On the last day of the route, departing from İnebolu, the journey to Abana, which will take approximately forty minutes, begins. You can go to Bıçakçılar District by visiting Dibek Village, which is 17 km from İnebolu and on the Abana route. In addition, the Evrenye Knife produced here and registered with the Geographical Indication can be purchased. The Evrenye Knife got its name from the village of Evrenye, as it was more economically developed thanks to shipping activities, and knives were sold here. But production is mostly done in Dibek village. Afterward, breakfast is served in the establishment called "Patika Cafe and Restaurant". After breakfast, you can take a stroll in and around the harbor with the fishing boats in Abana harbor and take a walk on the Abana beach. Shrimp can be eaten with seasonal fish at Ayce Fish Restaurant for a lunch break, where fishing boats offer a visual feast. After seafood, the very popular semolina halva of the aforementioned restaurant can be preferred. After the meal, especially for photography lovers, you can go to the Haciveli Rocks in Haciveli Bay. Afterward, the route ends by going to Haciveli Canyon.

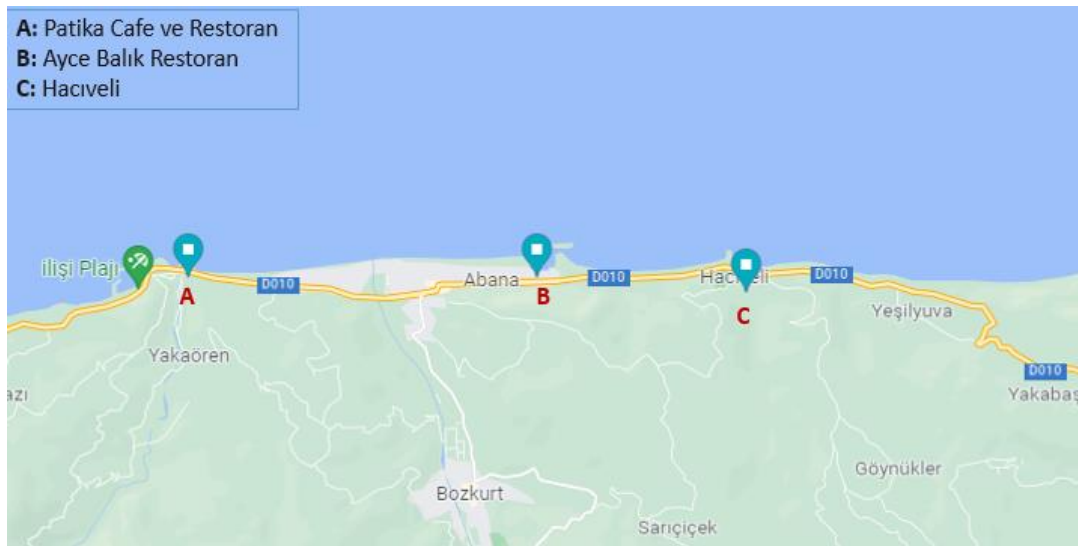


Figure 4. Abana Tour Map

Source: GoogleMaps

CONCLUSION

In this study, which was prepared to create a route for seafood in Abana, İnebolu, and Cide districts located on the coastline of Kastamonu province and to bring it to tourism, activities such as visiting businesses that serve seafood for two nights and three days, local markets and historical sites. A three-day tour program has been established.

It is possible to say that the route developed within the scope of the study is very important in bringing tourism into alternative tourism activities. Alternative tourism is expressed in the form of turning to areas of special interest by avoiding narrowing the tourism activities and getting rid of the problems caused by them (Celik, 2018: 194) and preserves its tourism values and ensures that it is passed on to future generations (Celik-Uguz, 2011: 334).

It is possible to say that routes are a good opportunity for tourists who stay longer in destinations and spend more money to maintain their special preferences (Meyer, 2004: 5). Routes developed especially for food strengthen tourism products in a region by connecting consumers to a special product. It also helps local food production be sustainable and local businesses maintain and develop their vitality (Boyne, Hall & Williams, 2003). Using seafood by evaluating it as a touristic product will benefit local communities and local development in the destination (Hull, Jodice, Sassenberg & Sirima, 2009). In addition, the routes developed for seafood in popular coastal tourism destinations with an active commercial fishing appeal to gastro-tourists looking for authentic seafood, both protecting seafood and increasing the sustainability of commercial fisheries (Jodice, Ramshaw, Sirima & Goris, 2018).

This study is essential in terms of contributing to the deficiency in the existing literature. However, it is limited to the three districts of Kastamonu located by the sea. Future studies can improve route coverage by including districts such as Doğanyurt, Bozkurt, Çatalzeytin. A new route can be developed by integrating nature tourism into sea products with other districts located in the interior and having significant potential in terms of nature tourism. In addition, informative brochures and posters can be prepared for the promotion and marketing of the said route. Potential tourists can create awareness by cooperating with public and private institutions and travel agencies in the relevant districts.

REFERENCES

- Akın, T. & Gül, A. (2020). The Determination of the Tourism Routes and the Ecotourism Potential of the Isparta-Atabey. *Journal of Architectural Sciences and Applications*, 5(2), 221-240.
- Alkan, A. (2018). (An Alternative Tourism Route: Kurtalan Express. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 6(4), 1016-1038. DOI: 10.21325/jotags.2018.346.
- Arslan, E. S. (2019). Determination of The Alternative Routes Related to Nature Tourism in Burdur. *International Journal of Geography and Geography Education*, (40), 332-346.
- Ayhan, G., & Çağlıyan, A. (2021). Flame Faith Tourism Routes in Tunceli Province. *Firat University Journal of Social Sciences*, 31(2), 583-606.
- Boyne, S., Hall, D., & Williams, F. (2003). Policy, support, and promotion for food-related tourism initiatives: A marketing approach to regional development. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 14(3-4), 131-154.
- Çakır, A., Çiftci, G., & Çakır, G. (2017). Thrace Tourism Route Project: An Evaluation on the Taste Route. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 5(Special Issue 2), 194-205.
- Çavuşoğlu, M., & Çavuşoğlu, O. (2018). Gastronomy Tourism and Gökçeada Taste Route. *Journal of Current Tourism Research*, 2(Ek1), 347-359.
- Çelik, S. (2018). Alternative Tourism. *Journal of International Social Research*, 11(56).
- Çelik-Uğuz, S. (2011). Alternative Tourism Potentail of Burhaniye in the Frame of Sustainable Tourism. *Marmara Coğrafya Dergisi*, (24), 332-353.
- Halaç, H. H., & Benzer, M. (2019). Mapping Out the Cultural Heritages by A Route in The Opening Of Small Settlement Areas To Tourism. *Journal of Geomatics*, 4(1), 23-29.
- Hull, J., Jodice, L., Sassenberg, U. & Sirima, A. (2009). Exploring the role of innovation in promoting sustainable tourism development in peripheral communities: the Top of the South Aquaculture and Seafood Trail. New Zealand Tourism Research Institute/AUT University: Auckland, New Zealand. Erişim adresi: <https://www.nztri.org.nz/sites/default/files/A&Sreport09202009FINAL.pdf> Date of Access: 29.11.2021.
- Jodice, L. W., Ramshaw, G., Sirima, A., & Goris, L. (2018). Coastal gastronomy: Envisioning a South Carolina seafood trail. *Journal of Gastronomy and Tourism*, 3(1), 1-16.
- Karaşah, B. (2018). Alternative Tourism Routes of Artvin City on The Way of Being a Brand City In Alternative Tourism. *Journal of International Social Research*, 11(61), 883-892.
- Meyer, D. (2004). Tourism routes and getaways: key issues for the development of tourism routes and gateways and their potential for pro-poor tourism. *Overseas Development Institute*, 1-31.
- Nagy, K. (2012). Heritage tourism, thematic routes, and possibilities for innovation. *Theory, Methodology, Practice*, 8(1), 46.
- Nergiz, H. G. (2017). Trakya Turizm Rotası. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 28(1), 200-202.
- Republic of Turkey Ministry of Agriculture and Forestry. (2019). Su Ürünleri Sektör Politika Belgesi 2019-2023. Ankara. Access Address: <https://www.tarimorman.gov.tr/TAGEM/Belgeler/yayin/Su%20%C3%9Cr%C3%BCnleri%20Sekt%C3%B6r%20Politika%20Belgesi%202019-2023.pdf> Date of Access: 29.11.2021.
- Rogerson, C. M. (2007, June). Tourism routes as vehicles for local economic development in South Africa: The example of the Magaliesberg Meander. In *Urban Forum* (Vol. 18, No. 2, pp. 49-68). Springer Netherlands.
- Uwaisy, M. A., Baizal, Z. K. A., & Reditya, M. Y. (2019). Recommendation of Scheduling Tourism Routes using Tabu Search Method (Case Study Bandung). *Procedia Computer Science*, 157, 150-159.
- Yıldırım, A. & Şimşek, H. (2003). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Seçkin Yayınları.

Internet References

- <http://www.inebolu.bel.tr/inebolu.asp?Id=14&inebolu=ilcemizde-turizm> Date of Access: 02.11.2021.
- <http://www.inebolu.bel.tr/inebolu-detay.asp?Id=21&ineboludetay=inebolu-turk-ocagi> Date of Access: 02.11.2021.
- <http://www.inebolu.bel.tr/inebolu-detay.asp?Id=23&ineboludetay=geris-tepesi-oren-yeri> Date of Access: 03.11.2021.
- <https://ci.turkpatent.gov.tr/Files/GeographicalSigns/7f7c4416-a82a-4d3b-ac7a-9454e95aa262.pdf> Date of Access: 04.11.2021.
- https://www.google.com.tr/maps/@41.8804887,32.8954315,13z/data=!3m1!4b1!4m3!11m2!2sGdyhgT4cSQb0DKbxTjXylCUB_2pjnA!3e3 Date of Access: 01.11.2021.
- <https://www.google.com.tr/maps/@41.9705845,33.7520518,15z/data=!3m1!4b1!4m3!11m2!2sD9J28wG2J9xGpgN9gXZkKha2HDd18w!3e3> Date of Access: 03.11.2021.
- <https://www.google.com.tr/maps/@41.9778875,33.9819954,13z/data=!3m1!4b1!4m3!11m2!2spkHULfuRZRa1ardnqRkuBeKnjmCtA!3e3> Date of Access: 04.11.2021.
- <https://www.google.com.tr/maps/@42.1215921,33.617199,8.5z> Date of Access: 31.10.2021.
- <https://www.kdmp.gov.tr/haberler/kure-daglari-milli-parki-cide-loc-vadisi-ahsap-seyir-terasi-kulesi-tamamlandi.180> Date of Access: 01.11.2021.
- Turkis Republic Governorship of Kastamonu. (2021). Deniz turizmi. Access Address: <http://www.kastamonu.gov.tr/deniz-turizmi> Date of Access: 25.11.2021.



Devletin Sigara Kullanımı Üzerine Pazarlamama (Demarketing) Uygulamaları ve Tüketiciler Üzerinde Covid-19 Dönemindeki Etkisi

Demarketing Practices of the Government on Cigarette Use and its Effect on Consumers During the Covid-19 Period

Ahmet GÜRBÜZ¹, Hatice COŞKUNOĞLU KAYA²

¹Karabük Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Karabük, Türkiye

²Karabük Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Karabük, Türkiye

ORCID:

A.G.: 0000-0003-2287-9709

H.C.K.: 0000-0002-3189-5092

Corresponding Author:

Hatice COŞKUNOĞLU KAYA

Email:

hatice.cskn.2@gmail.com

Citation: Gürbüz, A. ve Coşkunolu-Kaya, H. (2022). Devletin sigara kullanımı üzerine pazarlamama (demarketing) uygulamaları ve tüketiciler üzerinde covid-19 dönemindeki etkisi. *Journal of Humanities and Tourism Research*, 12 (1): 101-124.

Submitted: 22.10.2021

Accepted: 10.01.2022

Özet

Sigara, içene ve çevresindekilere zarar veren kötü bir alışkanlıktır. Bu alışkanlık nedeniyle hem dünyada hem de Türkiye’de sigara karşıtı birçok uygulama devletler tarafından yapılmaktadır. Bu çalışmada Covid-19 döneminde sigara kullanımı üzerine devletin pazarlamama politikaları ve bilgilendirme araçlarının bireyler üzerinde ne derece etkili olduğunu belirlemek amaçlanmıştır. Yapılan bu çalışmanın veri toplama tekniği görüşme (mülakat) tekniğidir. Görüşme formu 26 sigara kullanan, 8 sigara kullanmayan bireyler üzerinde toplam 34 kişiye uygulanmıştır. Araştırma bulgularında; tüm katılımcıların devletin sigarayı bıraktırmaya yönelik politikaları ve bilgilendirme araçlarından haberdar olduğu ortaya çıkmıştır. Katılımcıların %73’ü bu araçların sigara ürününe olan talebi azaltma yönünde etkili olmadığını belirtmiştir. Katılımcıların %46’sı sigara paketleri üzerindeki görsellerden hiç etkilenmediğini, %42’si etkilenmediğini fakat hala sigara kullanmaya devam ettiğini ve %12’si görsellerden etkilenip sigara tüketimini azalttığını belirtmiştir. Katılımcıların %23’ünün sigara kullanımından kaynaklanan ya da etkilenen rahatsızlığı vardır. Katılımcıların %19’u covid-19 virüsüne yakalanmıştır. Covid-19 salgın döneminin katılımcıların %54’ü üzerinde farklılaştırıcı etkisi olmadığı ortaya çıkmıştır. Covid-19 döneminde sigara tüketim alışkanlığının stresten dolayı artması dikkat çekmektedir.

Anahtar Kelimeler: Pazarlamama, Sigara, Tüketici, Devlet Demarketing Politikaları

Abstract

Smoking is a bad habit that harms the smoker and those around him. Due to this habit, many anti-smoking practices are carried out by states both in the world and in Turkey. This study aims to determine how effective the government’s non-marketing policies and information tools on cigarette use during the Covid-19 period were on individuals. The data collection technique of this study is the interview technique. The interview form was applied to a total of 34 people on 26 smokers and 8 non-smokers. In the research findings; It has been revealed that all participants are aware of the government’s policies and information tools for smoking cessation. 73% of the participants stated that these tools are not effective in reducing the demand for cigarette products. 46% of the participants affirmed that they were never affected by the visuals on the cigarette packages, 42% were

affected but still continue to smoke, and 12% were affected by the visuals and reduced their cigarette consumption. 23% of the participants have a disease caused or affected by smoking. 19% of the participants caught the covid-19 virus. It was revealed that the Covid-19 epidemic period did not have a differentiating effect on 54% of the participants. It is noteworthy that the habit of cigarette consumption has increased due to stress during the Covid-19 period.

Keywords: Demarketing, Cigarette, Consumer, Government Demarketing Policies

1. GİRİŞ

Pazarlamama, Kotler ve Levy (1971) tarafından, müşterilerin cesaretini kırarak belirli bir müşteri sınıfını geçici veya sürekli olarak cesaretlendirmekle ilgilenen pazarlama tarafı olarak tanımlanmaktadır. Kotler ve Levy (1971)'e göre firmalar firmaların ürünlerini geçici kıtlıklarla ve aşırı meydana gelebilecek taleple baş edebilmek ve "istenmeyen segmentlerden" gelen talebi azaltmak için bu pazarlama politikasına ihtiyaç duymaktadırlar. Bundan dolayı odak noktaları, firmaların tercih ettikleri müşterilerle uzun vadeli ilişkilerini yönetmek için en uygun pazarlama karışımını (ürün, fiyat, yer ve promosyon) nasıl oluşturduğudur. Bunlara karşılık, tütün pazarlamasında devlet müdahalesinin olması, (tütün) endüstrisinin pazarlama faaliyetleriyle rekabet halinde olan bir ürün sınıfı (tütün) içindeki tüm tüketici talebini azaltan veya ortadan kaldıran harici bir kurum (hükümet) ile ilgilidir (Shiu, Hassan ve Walsh, 2009: 270).

Pazarlamama, sosyal pazarlama bağlamında incelendiğinde alkol ve sigara gibi sağlık riski oluşturan ürünlerin tüketimini veya kullanımını caydırarak talebi azaltma amacını taşımaktadır. Hükümetler, tütün reklam yasakları, fiyat artışları ve sigara yasakları dâhil olmak üzere sigarayı engellemek için çeşitli pazarlamama stratejileri ve araçları kullanmaktadır. Pazarlama karışımının bireysel unsurları ve bunların sigarayı bırakma üzerindeki etkileri üzerine bir pazarlamama bağlamında araştırma mevcut olsa da 4P'lerin tütün dâhil olmak üzere hükümet pazarlamama hedefine doğru birlikte nasıl çalıştığı hakkında nispeten az şey bilinmektedir. Dahası, pazarlamama faaliyetlerinin tüketici davranışını zaman içinde nasıl etkilediğine dair araştırmalar azdır (Shiu, Hassan ve Walsh, 2009: 270).

Pazarlamama, uygulaması genellikle, "sağlıksız talebi" bastırmayı amaçlar ve böylece halk sağlığı ve politika hususlarını vurgular. Tütün ve alkol talebinin bastırılması, obezite ile ilgili gıdalar örnekler arasında yer almaktadır (Armstrong Soule ve Reich, 2015: 1405). Bahsedilenlerin ışığında, yeniden pazarlamanın, belirli ürün veya hizmetlere olan talebi azaltmaya yönelik bir girişim olduğu söylenebilir. Yapılma nedenleri şöyle sıralanabilir (Alsamydai ve Yousif, 2018: 210) :

- Organizasyon veya Üretici kapasitesi, sürekli talepleri karşılamak için büyük miktarlarda ürün veya hizmet sağlamak veya hazırlamak için yeterli değildir.
- Kuruluş veya Üretici, dağıtım maliyetindeki göreceli artış, marjinal kârda azalma, pazarlama maliyetlerinin artması gibi sebeplerden dolayı belirli ürün veya hizmeti sağlamak istemez.

Pazarlamama, sigara önleme ve alkollü araç kullanma gibi talebi etkilemek için bir dizi başka sosyal programda kullanılmıştır (Beeton ve Benfield, 2002: 500). Literatürde pazarlama faaliyetinin arkasındaki iki açık motivasyon tanımlanmıştır. Birincisi, taleple başa çıkma kabiliyeti sınırlı olan kaynakların / tesislerin kullanımının azaltılması ve / veya sınırlandırılması - örnekler hem fiyatları artırarak / tanıtım, erişim veya hizmet seviyelerini azaltarak sağlık hizmetlerinde hem de fiyat artışları yoluyla turizmde ortaya çıkar / dağıtımını kısıtlamak. Birbiriyle bağlantılı ikinci bir neden, ilk başta promosyon kampanyaları yoluyla bu sınırlı kaynaklara olan ihtiyacı azaltmaya yönelik bir girişim olarak tüketici davranışını değiştirmekle ilgilidir (Medway, Warnaby ve Dharni, 2010: 126).

Hükümetler, bir davranışı diğerine karşı savunan kamu politikası girişimleri yoluyla sosyal sorunları çözmeye çalışır. Böyle bir sosyal sorun, Amerika Birleşik Devletleri'nde her yıl yaklaşık 440.000 ölümden ve dünya çapında 4,8 milyon ölümden sorumlu olan sigara içmektir. Tütün tüketimi, tüketiciler, hükümetler ve genel olarak toplum için büyük bir endişe kaynağı olmalı ve tütüne karşı bir tüketim karşıtı çağrını gerekli kılmalıdır (Shiu, Hassan ve Walsh, 2009: 269).

Dünyadaki tüm ülkelerde tütün mamullerine karşı mücadele edilmektedir. Tütünden kaynaklı artan ölümler sebebiyle, tütün üreticileri ile mücadele esasına dayanan uluslararası ilk anlaşma, 21 Mayıs 2003 tarihinde Dünya Sağlık Örgütü tarafından kabul edilmiştir. Bu sözleşme "Tütün Kontrol Çerçeve Sözleşmesi'dir ve Türkiye'de 30 Kasım 2004 tarihinde imzalanmıştır. Bu kanun hükmüyle tütün ürünlerinin aşırı ve yaygın kullanımıyla mücadele konusunda uygulanacak politikalar belirlenmiştir (Unutmaz Durmuşoğlu, 2017: 360).

Sigara kullanımının günümüzde yaşanan covid-19 salgını üzerindeki riski de 14 kat artırdığı ortaya çıkmıştır. Özellikle bu dönemde Yeşilay tarafından "Sigarayı bırakmanın tam zamanı" adlı film yayınlanmıştır. Sigara kullanımının virüs üzerindeki etkisi Yeşilay Genel Başkanı Prof. Dr. Mücahit Öztürk tarafından şöyle tanımlanmaktadır; "Sigara hem bağışıklığı zayıflatarak tedaviyi güçleştiriyor, hem de virüsün solunum yolları ve akciğerde tutunmasını kolaylaştırıyor." Enfekte olan hastalardan tecrübe edildiği üzere korona virüs akciğerleri hedef almaktadır. Tütün ve tütün ürünlerinin kullanılması akciğerde hastalığa sebebiyet veren hasarlar yaratmaktadır. Bunun yanı sıra sigara dumanı akciğerde öksürük refleksini bloke etmektedir ve insan hayatını tehlikeye atan çeşitli enfeksiyonlara yol açabilen virüslerin ve bakterilerin solunum yollarında ve akciğerde kalmasını kolaylaştırmaktadır. İmmün sisteminin zayıf olması salgın döneminde tedavi sürecini geciktirmektedir ve ciddi bir tehdit oluşturmaktadır. Sigara kullanan kişilerin bu dönemde sigara alışkanlığından kurtulmak için bu dönemi bir fırsat olarak değerlendirilmelidir (Yeşilay, 2020).

Yapılan çalışmalarda demarketing ve stratejileri birçok yönüyle ele alınmıştır. Özellikle sigara tüketimine yönelik çalışmalar odak noktası olmuştur (Memiş ve Cesur, 2019: 107). Literatürde sigara demarketing uygulamalarına rastlanmaktadır fakat covid-19 salgın döneminde, sigara tüketimi üzerine devletin pazarlamama politikalarını ve tüketiciler üzerindeki etkisini ölçmenin literatüre farklı bir bakış açısı katacağı düşünülmüştür.

2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

2.1. Demarketing (Pazarlamama)

Pazarlamama olgusu, 1970'lerde akademik araştırmacıların dikkatini çekmiştir. Pazarlamacıların talebi neden kasıtlı olarak azaltması ilgi çekicidir (Kotler ve Levy'den Aktaran Miklos-Thal ve Zhang, 2011:5). Kuzey Amerika da dâhil olmak üzere gelişmiş ülkelerde pazarlamama olgusu, 1980'lerin sonlarına kadar, sağlık hizmetleri alanının talebi azaltarak gittikçe daha pahalı olan sağlık hizmetleri sunumunu ele almaya karar verdiği 1980'lerin sonlarına kadar teorik bir söylemin ötesinde pek ilgi görmemiştir (Beeton ve Benfield, 2002: 500).

"Pazarlamama, pazarlamanın genel anlamda müşterileri ya da özel olarak belirli bir müşteri sınıfını geçici veya devamlı olarak caydırmakla ilgilenen yönüdür." Pazarlamama kampanyaları tipik olarak reklamcılık, halkla ilişkiler ve sponsorluklar gibi geleneksel pazarlama çabalarını içerir (Grinstein ve Nisan, 2009:107).

Popüler pazarlama anlayışı, talebi ilerletme veya genişletme sorunuyla ilgilenmesidir. Pazarlamanın mevcut ürünler için müşteri bulmak olduğuna ya da karşılanmamış tüketici istekleri için yeni ürünler geliştirdiğine dair daha yakın tarihteki görüşe göre, şirket satışlarında ve kârlarında artışlar sağlayan teknoloji olarak görülmektedir. Pazarlamacı, ürün, fiyat, yer ve promosyon değişkenlerini ustaca kullanan profesyonel bir satış hacmi oluşturucusudur (Kotler ve Levy, 1971: 74).

Pazarlamacılar sınırlı bir şekilde öncelikle müşteri bulmaktan veya artan talepten sorumlu olarak görülüyorsa, talep yönetilemez bir şekilde arttığında gereksiz görüneceklerdir. Bununla birlikte, pratikte aşırı talep, arz fazlası kadar bir pazarlama sorunudur. Bir şirket, aşırı talep dönemlerinde bir dizi zorlu müşteri karışımı ve pazarlama karışımı kararıyla karşı karşıya kalır. Uzun süreli müşteri ilişkilerini bozmadan toplam talebi ya da belirli talep sınıflarını arz düzeyine indirgemenin yollarını bulmalıdır (Kotler ve Levy, 1971: 75).

Günümüzdeki tüketim tarzları daha eski dönemler ile karşılaştırıldığında, bireylerin tüketim alışkanlıklarının ihtiyaç dışı bir talebe dönüştüğü görülmektedir (Gürbüz ve Aydoğdu, 2020: 163). Zaman zaman aşırı talep bütün bir ekonomiyi, diğer zamanlarda ise sadece sınırlı sayıda firmayı karakterize edebilir. Genel bir kıtlık ekonomisinin yokluğunda bile, her zaman bir veya daha fazla ürün için aşırı taleple karşı karşıya olan bireysel satıcılar vardır. Diğer şirketlerin çoğu müşteri arıyor olsa da bu satıcılar müşterileri en azından geçici olarak caydırma ihtiyacıyla karşı karşıyadır. Bununla birlikte, sorumlu bir organizasyonda, pazarlama konseptine, yani memnun müşteriler geliştirme uzun vadeli amacına saygı duyan bir çerçevede hareket etme girişimleri yapılır (Kotler ve Levy, 1971: 75).

Talep azlığı problemi kadar talep fazlalığı problemi de önemli bir hal haline geldiği zaman, işletmeler pazarlamamanın önemini anlamaya başlayacaktır. Bir işletme aracı pozisyonunda pazarlamama, işletmelerin karşısına çıkan talep seviyesini ve kompozisyonunu kontrol altına alma faaliyetini ifade eder (Tüzemen, 2017: 24).

En belirgin pazarlamama kampanyalarını, çoğu ülkede hükümetler tarafından yürütülen sigara karşıtı kampanyalar oluşturmaktadır. Ancak diğer pazarlamama kampanyaları hayır kurumları hatta ticari işletmeler tarafından yapılmaktadır (Bradley ve Blythe, 2013: 5).

2.1.1. Demarketing Türleri

Kotler ve Levy (1971), uygulanabilecek üç tür yeniden pazarlama tanımlamaktadır. Bunlar; genel pazarlamama (General Demarketing), Seçici Pazarlamama (Selective demarketing) ve görünürde (Sözde) pazarlamama (Ostensible Demarketing) şeklinde sıralanmaktadır. Genel yeniden pazarlama – "bir şirket toplam talep seviyesini düşürmek istediğinde gereklidir" ve geçici ürün kıtlığı, kronik kapasite fazlası ve ürün ortadan kaldırılması zamanlarında uygun olabilir. Seçici yeniden pazarlama - "bir firma bazı müşteri sınıflarından gelen talepleri caydırmak istediğinde gereklidir", çünkü ihtiyaçlarını karşılamamanın diğer segmentler üzerindeki olası etkisi açısından nispeten kârsız veya istenmeyen olarak algılanmasıdır. Görünürde (sözde) pazarlamama- "talebi, onu gerçekten artırmak için bir araç olarak caydırmaya çalışmanın görünümünü içerir". Bu yaklaşımın temel önermesi, pazarlamacının 'insanların elde etmesi zor olanı istediği ve hatta mazoşist bir şekilde satıcı tarafından ihmal edilmekten' zevk alabileceği' ilkesi üzerinde çalışmasıdır (Kotler ve Levy'den Aktaran; Medway, Warnaby ve Dharni, 2010: 126). Bu başlıklar daha detaylı olarak aşağıda incelenmiştir.

2.1.1.1. Genel Pazarlamama (General Demarketing)

Ekonomide bazı zamanlarda talep fazlası oluşabilmektedir. Tüm firmalar aynı zamanda olmamakla birlikte, firmaların dönem dönem talep fazlası oluşabilmektedir. Bu da bazen önemli bir makro sorun haline dönüşür çünkü firmaların arz talep dengesi bozulmaktadır. Genel pazarlamamayı firmalar şu durumlarda uygulamaktadırlar: ilki; geçici kıtlıklar, ikinci durum tüketim karşıtı isteklendirme ve üçüncü durum ise dağıtımda farklı seçenekler yaratmadır (Altnay ve Sert, 2012: 70).

Genel pazarlamamada ilk olarak hangi müşteri, ne kadar ve nasıl verilmesi gerektiği kararı alınır. Bu ilkelerle; ilk gelen müşteriye sunmak, müşterinin elde edebileceği en yüksek miktarı belirlemek ve en kıymetli müşterilere vermek ayrımcı bir çözümdür. Ürün için maksimum fiyatı veren müşteriye vermek olanaklıdır. Fakat işletme uzun vadeli düşünerek müşteriye düşük kırıklığına uğratmaması gerekir. Bunlarla beraber aşırı popülariteden dolayı yaşanabilecek kaynakların zarar görmesi durumu (turistik bölgeler) veya kaynakların yetersiz halde olması (30 müşterilik restoranın dolması) gibi durumlarda fazla talebi düşürmek amacıyla o bölgenin daha yüksek gelire sahip müşteriler için cazip duruma getirilmesi, ürünü satın almak için günler öncesinden rezervasyon yaptırması gerektiğinin insanlar arasında yayılabilir (Bozacı, 2016: 2550).

Genel pazarlamamanın bir kullanıldığı alan da kitle turizmidir. İngiltere’de aşırı talep sonucunda kapasite aşımı sorunu ile karşılaşılan” The National Trust’s Sissinghurst Castle Garden” in Kent’de çok fazla ziyaretçi sayısının verdiği sosyal ve çevresel zararı kontrol altına almak amacı ile ülkeye gelen ziyaretçilerin girişlerini erteleme, bazı zamanlarla sınırlı bilet verme, gruplar halinde gelenler için zorunlu rezervasyon yaptırma ve reklam faaliyetlerini kesme gibi pazarlamama stratejileri kullanılmıştır (Öztürk, 2020: 750)

2.1.1.2. Seçici Pazarlamama (Selective Demarketing)

Seçici pazarlamama, pazarlamamanın belirli bir müşteri kesiminin talebini azaltmaya yönelik faaliyetlerini içermektedir. İşletmeler, bazı hâllerde mala veya hizmete olan toplam talebin tümünü azaltmak istemezler. Yalnızca pazarın belirli bölümlerinden gelen talebe yönelik olarak azaltıcı tedbirler alabilirler. Seçici pazarlamamada amaç talebi olumsuz etkileyen müşterilere dair ya da işletmelerin kâr oranlarında az bir bölümü oluşturan müşteriler üzerinde uygulanmaktadır. Yasal mevzuatlardan dolayı işletmeler, açıkça pazarın belirli bir grubuna satışı yasaklayamazlar. Bundan dolayı işletmeler talep azaltıcı pazarlamama uygulamalarına başvurmuşlardır (Çetinoğlu ve Meydan Uygur, 2020: 3013).

Örneğin; Bir statü sembolü olarak çoğunlukla varlıklı beyazlar tarafından satın alınan lüks bir otomobilin otomobil üreticisi, siyah topluluğun yeni zengin üyelerine artan sayıda satışın gittiğini keşfetti. Sonuç olarak, varlıklı beyazlar, iyi bilinen başka bir lüks otomobile geçiyor. Otomobil üreticisi, pazarın doğal seyrine girmesine izin vermek, her iki gruba da pazarlamaya çalışmak veya yeni müşteri sınıfına pazarlamak arasında karar vermek zorundadır. (Kotler ve Levy, 1971: 78).

Bir diğer örnek, üst gelir seviyesine sahip, gelenekçi ve orta yaşlı müşterilere hizmet vermekte olan bir otelin, son günlerde, modern yaşam stilini benimsemiş ve zengin gençler tarafından seçildiğinde, otelin oturmuş müşterilerinden olan orta yaş grubundaki müşterilerinin otele olan talep ve isteklerinin azalması tehlikesinden dolayı, pazarlamama faaliyetlerini genç müşterilere yönelik uygulayabilirler (Altınay ve Sert, 2012: 72).

Seçici pazarlamama genellikle lüks pazarlarda gerçekleşmektedir, ancak önemsiz çağrılarını caydırarak kaynaklarını daha verimli bir şekilde kullanmak isteyen bir polis departmanı gibi kamu sektörüne de uygulanabilir. Kotler, bazı durumlarda seçici bir şekilde pazarlamamanın 'etik açıdan şüpheli' olabileceği konusunda da uyarmaktadır. Gerçekten de seçici pazarlamama stratejileri, popüler medyada sıklıkla (haklı olarak) ayrımcılık örnekleri olarak yorumlanır, ironik bir şekilde şirketin marka imajına ve tüketicinin tepkisine bağlı olarak alt satıra zarar verir (Armstrong Soule ve Reich, 2015: 1405).

2.1.1.3. Görünürde (Sözde) Pazarlamama (Ostensible Demarketing)

Görünürde pazarlamama hem talebi hem de fiyatı gerçekten artırmak için bir araç olarak bir talebi caydırmanın görünümünü içerir. Bu stratejinin, belirli bir ürüne olan talebi azaltmayı

hedefleyen kuruluşlar tarafından, fiyatını artırmak ve ürünün piyasalardan eksik imajı yaratmak amacıyla uygulandığı gözlemlenmiştir. Bu, müşterinin zihninde ürün kalitesiyle ilgili bir izlenim yaratarak ürünü değerli ve sahip olunmaya değer kılar (Alsamydai ve Yousif, 2018: 211).

Bazen işletmeler hedefleri doğrultusunda amaçları aslında hiç istemiyormuş gibi bir strateji izleyebilirler. Bazı durumlarda talep azaltmak isteniyor gibi görünür fakat asıl hedef talebi yükseltmek için araç olarak pazarlamamayı kullanmaktır. Malını veya hizmetini daha çekici hale dönüştürmek isteyen işletmeler "çok müşteriye ihtiyaç duymuyorum" imajı sergileyerek bu stratejileri uygularlar. Genel olarak pazarlama kavramının temelini "insanlar duyduklarını ve gördüklerini alır, insanlar mazoşistik olarak alışveriş yapabilirler" düşüncesi oluşturmaktadır. Pazarlamama, tüketicinin asıl ihtiyaçlarının karşılanması için yapılan bir faaliyet olmaktan çıkıp, kendini kanıtama aracı olarak kullanması etkinliğine dönüşmüştür (Çetinoğlu ve Meydan Uygur, 2020: 3013).

Bazen bir kuruluş, ters etkiyi elde etme umuduyla pazarlamadan çıkarma hareketlerinden geçer. Daha fazla müşteri istemiyormuş gibi bir görünüm yaratarak ürünü insanlar için daha da çekici hale getirmeyi umut eder. Pazarlamacı, insanların elde edilmesi zor olanı istediği ve hatta belki de en zor olanı istediği ilkesiyle çalışır. Satıcı tarafından ihmal edilmekten mazoşistçe "zevk" alır. Aşağıdaki olasılıkları göz önünde bulundurmak gerekir: Bir sanatçı, kendisinin ve diğer sanatçıların bazı resimlerinin asıldığı küçük bir galeri işletmektedir. Arkada bir odada çalışmakta ve öyle görünüyor ki olası alıcıların oraya izinsiz girmesine kızmaktadır. Bir alıcı, sanatçının arka odadan çıkmasını beklemek zorundadır ve o zaman bile kaba bir şekilde muamele görür. Ancak satışlar iyidir. Birçok kişi, kötü muamele görmekten ve sanatçının şartlarına göre satın almaktan hoşlanır (Kotler ve Levy, 1971: 79).

3. TÜRKİYE'DE DEVLETİN SİGARA TÜKETİMİ ÜZERİNE DEMARKETİNG UYGULAMALARI

Hükümetler, tütün reklam yasakları, fiyat artışları ve sigara yasakları dâhil olmak üzere sigarayı engellemek için çeşitli pazarlamama stratejileri ve araçları kullanmaktadır (Shiu, Hassan ve Walsh, 2009: 270). Türkiye'de de enfeksiyondan korunma yollarıyla ilgili olarak birçok önlem alınmış ve basın-yayın yolu, kitle iletişim araçları, kamu spotları vb. yollar ile idari birimlere gönderilen genelgelerle vatandaşlara bilgi verilmiştir. Corona virüsle mücadele konusunda halkı bilinçlendirmek amacıyla Sağlık Bakanlığı tarafından kurulan sitede, hastalığın gidişatı ile ilgili güncel bilgilere (toplam test, vaka, vefat, yoğun bakım hasta, entübe hasta, iyileşen hasta sayısı), sağlık kurumlarında enfeksiyon kontrol önlemleri, toplumda salgın yönetimi, kurum ve işletmelere yönelik kontrol önlemleri, Covid-19'la ilgili açıklayıcı bilgiler, salgın yönetimi ve çalışma rehberi ve afişleri ile hastalıkla ilgili sunum, broşür, kitapçık, algoritma, rehber, form ve billboard-CLP ve videolar hazırlamıştır (İmamoğlu ve Siyimer İmamoğlu, 2020: 744). Türkiye'de sigara tüketimi üzerine demarketing uygulama örnekleri aşağıda sıralanmıştır.

3.1. Kamu Spotları

Kamu spotu; kamu olan dernek ve yapıların kurum ve vakıf gibi sivil toplum kuruluşları tarafından oluşturulan ve yayınlanmasında kamunun faydasına olduğu düşünülen eğitici ve öğretici nitelikteki film ve sesler ile alt bantlar olarak tanımlanmaktadır. Başka bir deyişle, kamu spotları toplumu ilgilendiren konularda halkın faydasına yapılan, devlet tarafından düzenlenen, devlet ve özel kanallar aracılığıyla aktarılan, bireyleri tavsiye edilen davranışlara uymaya yönelten kamu eğitim kampanyalarının tümüdür (Güllülü ve Türk, 2015: 25). Kamu spotlarının, toplumun gereksinimlerini karşılamak ve gündelik yaşamının devamı için kamu yararına yönelik olarak yayınlanması yaygın bir görüştür. Bu spotların içeriğinde belirli davranışların terk edilmesi ya da

kazanılması beklenir. Bu beklenti ile toplumsal değerler, geleneksel ve kültürel unsurlardan oluşan görsel ve işitsel semboller ve işaretlerle özel bir iletişim dili aracılığıyla oluşturulmaktadır (Öztürk, 2020).

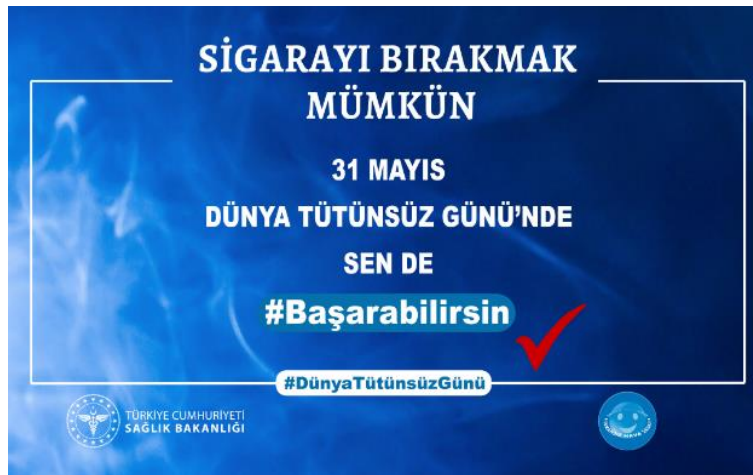
Türkiye’de tütünle mücadele amacıyla tütün ve tütün ürünlerinin zararlı etkilerini minimuma indirmek amacıyla belirli uygulamaları içeren “4207 Sayılı Tütün Ürünlerinin Zararlarının Önlenmesi ve Kontrolü Hakkında Kanun” ile düzenli bir mücadele haline gelmiştir. 4207 sayılı kanun ile tütün ürünlerinin her türlü reklamı, tanıtımı ve çocuklara sigara satışını yasaklamış, sigara paketleri üzerine sağlık uyarılarının yapılmasını uygulayamaya koyulmuş, kapalı mekânlarda sigara içilmesi yasaklanmış ve tüm televizyon kanallarında tütün ürünü kullanmanın insan sağlığına olumsuz etkilerinin anlatıldığı yayınlar yapma yükümlülüğü getirilmiştir (Güllülü ve Türk, 2015: 25).

3.2. Afişler ve Billboardlar

Devletin sigara pazarlamama uygulamaların da biri de afişler ve billboardlardır. Aşağıda ülkemizdeki örnekleri gösterilmektedir.



Kaynak: (<https://havanikoru.saglik.gov.tr>, 2021)



Resim 1. Sigara pazarlamama uygulamaları

Kaynak: (<https://havanikoru.saglik.gov.tr>, 2021)

3.3. Sigara Bırakma Danışma Hattı

Ülkemizde tütün ürünü kullanan bireylerin bu tüketim alışkanlığını değiştirmek için teşvik edilmektedir. ALO 171 Sigara Bırakma Danışma Hattı ve sigara bırakma poliklinikleri

vasıtasıyla destek sağlanmaktadır. ALO 171 Sigara Bırakma Danışma Hattının hizmete açılış tarihi 27 Ekim 2010'dur. Sigara Bırakma Danışma Hattı, sigara bırakma kararı almış bireylere bu süreçte rehberlik etmekte, sigara bırakmak isteyen bireyleri ise motive ederek bırakmaya teşvik etmektedir. Danışma hattı, sağlık profesyonelleri ile birlikte sigara bırakma sürecinde ortaya çıkan nikotin yoksunluk belirtileri ile baş etmeye yönelik davranış değişiklikleri hakkında danışmanlık vermek, gerekirse bu birimlerden randevu almak gibi hizmetler vermektedir. Danışma hattı 7 gün 24 saat aktif olacak şekilde kesintisiz ve sabit hatlardan arandığında ücretsiz olarak hizmet vermektedir. Yardım almak için danışma hattını arayan bireyler sigara zararları hakkında bilgilendirilmekte ve nikotin bağımlılık düzeylerini belirleyebilmek için nikotin bağımlılık testi yapılmaktadır. Ulaşılan bağımlılık düzeyine göre; sigara bırakma planı kişiye özel yapılmaktadır. Hekim kontrolünde sigarayı bırakmak isteyen bireyler, sigara bıraktırma hizmeti veren sağlık birimleri hakkında bilgilendirilerek sigara bırakma polikliniklerine yönlendirilmektedir (Halk Sağlığı Genel Müdürlüğü, 2021).

3.4. Sigara Paketleri Üzerindeki Görseller

Pazarlama literatürü genellikle paketin pazarlama karmasında oynadığı önemli rolü vurgular: marka kimliğini logolar, ticari markalar, renkler ve resimler aracılığıyla iletir, çekici tasarımla dikkat çeker ve özellikle homojen olanlar arasında önemli olan markaları farklılaştırmaya hizmet eder. Paket, çoğu ülkede tütün pazarlamasında en azından bazı kısıtlamalara sahip olduğu ve birçoğunun kapsamlı kısıtlamalara sahip olduğu (ortak yazar, baskıda) göz önüne alındığında, tütün ürünleri için özel bir önem taşımaktadır (Morvan, Moodie ve Pino, 2010:1).

Sigara paketleri üzerindeki görsel iletişim unsurlarının toplum sağlığını olumlu yönde etkileyecek biçimde kullanılması, görsel iletişimin önemini daha çok göstermektedir. Sigara paketleri üzerine uyarıcı ve eğitici mesajların uygulanması ilk kez 1965 yılında ABD'de başlamıştır. Sigara içmenin sağlığa zararlı olabileceği ifadesi ilk kez ABD'nin halk sağlığı kurumu olan Surgeon General'in 1964 yılında yayınladığı raporda yer almıştır. Daha sonra 1965 yılında sigara paketleri üzerine "Surgeon General Warning" olarak sigara içmenin sağlığa zararlı olabileceği uyarısı yazılmıştır (Mazlum ve Mazlum, 2013: 13). Ardından Kanada'da sigara paketleri üzerinde ikaz edici mesajlar yer almıştır. Okuma ve yazma bilmeyen bireylerin de bu mesajları algılayabilmeleri amacıyla yazıya ilaveten sigara kullanımının zararlı olabileceğini belirten resimlerin basılması da uygulamaya koyulmuştur. Sigara paketlerinin üzerine resimlerin basılması ilk kez Kanada'da 2001 yılında başlamıştır. Çeşitli ülkelerde de yazı ve resim birlikte basılmıştır. Türkiye'de ise 1987 yılında Sağlık Bakanlığı tarafından oluşturulan danışma kurulunda, sigara tüketiminin sakıncaları dile getirilmiş ve sigara tüketiminin azaltılabilmesi için yasa hazırlığı planlanmıştır. İlerleyen tarihlerde Türkiye'de sigara tüketiminin artmasıyla beraber tütün kullanımının kontrol edilebilmesi için çalışmalar devam etmiş ve ilk bilimsel toplantı olan Sigara ile Mücadele 1. Ulusal Kongresi 1992 yılında Ankara'da gerçekleşmiştir. Sigara ile mücadele 1. Ulusal Kongresinin sonucunda 4207 sayılı Tütün Mamullerinin Zararlarının Önlenmesine Dair Kanun kapsamında tütün kullanımını önleyici maddeler eklenmiştir (Çelik, Durmaz, Yorulmaz, Varol, Polat, Yalçın, Türkmen ve Bacanlı, 2016: 6).

Tütün ve Alkol Piyasası Düzenleme Kurumu (TAPDK), sigarada resimli uyarı döneminin 2010 yılbaşı başında başlayacağını açıklamıştır. Alınan bu karara göre 1 Ocak 2010 tarihinden itibaren Türkiye'de üretilen ya da ithal edilen bütün sigara paketlerinde uyarı resimleri bulunacaktır. AB'nin sigara tiryakilerine yönelik 42 resmi arasında da "kanserli bir akciğer, kanserli bir gırtlak, ameliyat görüntüleri, çürümüş diş eti, ölmüş bir insan, sigaranın zarar verdiği bir bebek" gibi

çeşitli görüntülere yer verilmektedir. Türkiye'de de uygulamaya konulacak bu yeni uygulama için firmalara, 1 senelik geçiş dönemi süresi tanınmıştır (CNNTURK, 2009).



Resim 2. Sigara paketleri üzerindeki görseller

Kaynak: (<https://gazeteduvar.com.tr>, 2021)

3.5. Kapalı Mekânlarda Sigara Tüketiminin Yasaklanması

Türkiye'de 1996 yılında 4207 sayılı Tütün Mamullerinin Önlenmesine Dair Yasa çıkarılmıştır. Bu yasa gereği resmi kamu kurum ve kuruluşları ve toplu taşıma araçlarında sigara tüketimi yasaklanmıştır. 4207 sayılı Tütün Mamullerinin Zararlarının Önlenmesine Dair Kanunda değişiklik yapan 5727 sayılı Tütün Ürünlerinin Zararlarının Önlenmesi ve Kontrolü Hakkında Kanun, Türkiye Büyük Millet Meclisi'nde 03.01.2008 tarihinde kabul görmüştür. Bu kanunun son hali 19.05.2008'de yürürlüğe girmiş ve bu kanunla beraber kapalı mekânlarda tütün ürünlerinin kullanılması yasak hale gelmiştir. 2. Yasağın ikinci kademesi de 19.07.2009 tarihinde yürürlüğe koyulmuştur. Kapalı mekânlarda sigara tüketiminin yasaklanmasının temel amacı; sigara kullanmayan kişileri sigara dumanından korumak ve temiz hava kullanma hakkını korumaktır. Yasanın birinci aşamasında restoran, kafe, bar ve kahvehaneler dışında kalan kapalı ortamlarda, ikinci aşamasında ise restoran, bar, kafe ve kahvehanelerin kapalı alanlarını da kapsayacak şekilde sigara kullanımını yasaklamaktır (Topçu, Ünsal, Gazeloğlu ve Aktaş, 2014: 25).

3.6. Sigara Fiyatlarının Arttırılması

Devlet, sigara tüketim alışkanlığını azaltabilmek ve sigara tüketiminden kaynaklanan kamu giderlerinin karşılığını telafi etmek amacıyla tütün ve tütün mamullerini vergilendirmektedir. Alınan bu vergiler geri kalmış ülkeler için bir gelir kaynağı olarak da görülmektedir. Bu vergiler, devlet yapısı gereği kamusal düzeni bozan hem ekonomik hem de sosyal dengeyi sarsan zararlı (erdemsiz) mal ve hizmetlerin tüketimini azaltmak için de kullanılmaktadır. Sigara, tütün, alkol gibi bireylerin kendi zevki için kullandığı ve olumsuz dışsallığı olan bu mallara devletin müdahale etmek için uyguladığı vergiler, bu ürünlerin niteliklerinden dolayı son zamanlarda günah vergileri şeklinde anılmaya başlanmıştır (Hızırcı Beşer ve Aşkan, 2019: 68).

Sigara ürünü üzerinden alınan vergilerin arttırılmasının üç şekilde fayda sağlaması beklenmektedir; birinci fayda sigara kullanımının azalmasıyla gençlerin sigaraya başlamasının engellenmiş olması, ikinci fayda sigara bırakıldığı için sağlık yönünden yarar sağlayacağı, üçüncü fayda ise alınan bu vergiler aracılığı ile devlet gelirine katkı sağlanmasıdır (Hızırcı Beşer ve Aşkan, 2019: 68). Sigara fiyatlarının yüksek olması sigarayı bırakan sayısını arttırmakta, sigaraya başlayan sayısını azaltmakta ve içmeye devam edenlerin içtikleri sigara sayılarını görece azaltmaktadır. Sigara fiyatı artırma politikaları sigara kullanımının azaltılması ve önlenmesine yönelik önemli kazanımlar sağlasa da kullanıcılar daha düşük fiyatlı sigara temini için, ucuz ve/veya kaçak sigara için İnternet aramaları yapmaktadırlar (Unutmaz Durmuşoğlu, 2017: 360).

Fiyatlandırma, kullanımı ayırt etmek veya caydırmak için uzun süredir kullanılmaktadır. Genel olarak, kamu sektörünün fiyatlar üzerinde çok az etkisi vardır (kamu mülkiyeti ve vergiler, harçlar ve benzeri durumlar hariç), ancak talebi etkilemek için ticari sektörün elinde en etkili araçtır (Beeton ve Benfield, 2002: 505). Daha önce yapılan çalışmalara bakıldığında, tütün ürünleri üzerindeki vergiler arttıkça gençlerin tütün kullanımının azaldığına ve yetişkinlerin sigarayı bırakma eğilimlerinin arttığına; bununla birlikte tütün ürünleri tüketiminin neden olduğu hastalıklar azalma doğrultusuna girdiği için önemli sayıda erken ölümün önlenebileceğine ilişkin veriler artmıştır (Dökmen, Pekkaya ve Saymaz, 2019: 605).

Sigara ürünü üzerindeki vergilerin artırılması ve sigara fiyatlarına yansıtılması konusunda Türkiye Büyük Millet Meclisi Sağlık, Aile, Çalışma ve Sosyal İşler Komisyonu Başkan Vekili Müşerref Pervin Tuba Durgut, bir basın açıklaması yapmıştır. Durgut, sigaradan alınan vergilerin doğrudan sigaraya bağlı hastalıklar sonucunda sağlık sistemimizde oluşan yükü karşılamaktan çok uzak olduğunu belirtmiştir. Durgut yaptığı açıklamalara şunları eklemiştir: Türkiye’de sigara üzerindeki vergi artışlarının temel dayanaklarından birisi Dünya Sağlık Örgütü (DSÖ) Tütün Kontrolü Çerçeve Sözleşmesi (TKÇS) ve Kılavuz İlkeleridir. Bu yaklaşım pek çok farklı ülkede de uygulanmaktadır. Yapılan araştırmalar sonucunda sigaraya vergi artırımında her %10’luk artışın, çocuk ve gençlerde sigara kullanımını %15 oranında azalttığı görülmüştür. Sigara tüketiminin ekonomik boyutu hem aile hem de devlet açısından ciddi oranlardadır. Günde iki paket sigara tüketilen bir ailede sigara masrafı yaklaşık olarak 1080 TL’dir. Sigara kaynaklı hastalıkların tedavisi için ise her yıl yaklaşık 24,5 milyar TL sağlık harcaması yapılmaktadır. Verimlilik kaybından kaynaklanan ilave gizli maliyetler buna eklendiğinde büyük bölümü sigara kaynaklı bu hastalıkların Türk ekonomisine toplam yıllık maliyeti 69,7 Milyar TL dir (GSYİH’nın % 3,6’sı). Sigaradan alınan vergiler sonucunda elde edilen gelir, sigaranın sadece sağlık sisteminde neden olduğu yüke göre çok düşüktür (Yeşilay, 2019).

4. ARAŞTIRMANIN METODOLOJİSİ

4.1. Amaç ve Önem

Bu çalışmada Covid-19 döneminde sigara kullanımı üzerine devletin pazarlamama politikaları ve bilgilendirme araçlarının bireyler üzerinde ne derece etkili olduğunu belirlemek amaçlanmıştır. Bu amaçla, araştırmanın içeriğini şu temel sorular oluşturmaktadır:

- Devletin sigara tüketimini azaltmaya yönelik politikaları ve bilgilendirme araçlarının, sigara tüketicileri üzerinde etkisi nedir?
- Devletin sigara tüketimini azaltmaya yönelik politikaları ve bilgilendirme araçları konusunda, sigara kullanmayan bireylerin bakış açısı nedir?

Sigaranın hem içen kişiye hem de içen kişinin çevresine zarar vermektedir. Devletlerin sigara tüketimini azaltmaya yönelik birçok politikası bulunmaktadır. Bu politikaların hem sigara tüketen hem de tüketmeyen kişiler üzerindeki etkisi oldukça önemlidir.

4.2. Evren ve Örneklem

Araştırmanın evrenini sigara tüketen ve tüketmeyen bireyler oluşturmaktadır. Araştırma örneklemini; 26 sigara tüketen (15 erkek, 11 kadın), 8 sigara tüketmeyen (3 erkek, 5 kadın) olmak üzere toplamda 34 kişi oluşturmaktadır. Araştırma Eskişehir ilinde, 05.05.2021 ve 01.06.2021 tarihleri arasında yapılmıştır.

4.3. Kapsam ve Sınırlılıklar

Araştırma kapsamında, aktif sigara içen ve sigara tüketmeyen bireyler alınmıştır. Araştırma sınırlılığı olarak 18 yaş üstü bireyler tercih edilmiştir. Bunun nedeni 18 yaş altı bireylere tütün ürünlerinin satışının kanunen yasak olmasıdır.

4.4. Veri Toplama Yöntemi

Veri toplama tekniği olarak "Görüşme (Mülakat) Tekniği" kullanılmıştır. Görüşme türü olarak ise açık uçlu sorular içeren "yapılandırılmamış görüşme" türüne girmektedir. Yapılandırılmamış türde "keşfe yönelik" bir görüşme süreci gibidir. Bu durumda araştırmacı, görüşülen kişilerle belirli konuları keşfetmeye çalışır (Yıldırım ve Şimşek, 2013: 148). Görüşme formun ilk bölümünde demografik sorular yer almaktadır. Ardından "Sigara kullanıyor musunuz?" sorusu sorulmaktadır ve sigara kullanıcısı olmayanlara 3 soru, sigara kullanıcılarına 14 soru olmak üzere toplamda 18 sorudan oluşmaktadır. Görüşme formu soruları üç gruba ayrılmıştır; Sigara tüketimi ile ilgili görüşme soruları, sağlıkla ilgili görüşme soruları ve devletin pazarlamama politikalarıyla ilgili görüşme sorularıdır. Görüşme soruları hazırlanırken uzman görüşünden yararlanılmıştır. Ayrıca görüşme formunun 3. Bölümünde yer alan 12. Ve 13. Sorular (Memiş, 2019) çalışmasından esinlenerek oluşturulmuş; görüşme formunun 3.bölümünde yer alan 14. Soru ise (Tüzemen ve Turna, 2020) çalışmasından izinle alınmıştır.

4.5. Analiz Yöntemi

Analiz yöntemi olarak Betimsel-Yorumlayıcı analiz kullanılmıştır. Bu tür araştırmalarda veriler, araştırmacı tarafından derinlemesine olmayacak biçimde yorumlanmaktadır. Toplanan verilerin tamamı sunulmayıp, bir kısmı seçilerek sıralanmaktadır. Burada araştırmacının temel görevi, gerçeğin neye benzediğini göstererek ona kavramsallığı eklemektir (Sönmez ve Alacapınar, 2018: 273).

5. BULGULAR

Çalışmanın bu bölümünde sigara tüketimine karşı devletin demarketing uygulamalarının kişiler üzerindeki etkisine dair bulgulara yer verilmektedir.

5.1. Sigara Tüketimi ile İlgili Bulgular

Araştırmanın bu kısmında katılımcıların genel sigara tüketim bulguları incelenmektedir. Bu kapsamda katılımcıların kaçının sigara tükettiği, kaçının ise sigara tüketmediği incelenmiştir (Bkz. Tablo 1).

Tablo 1. Katılımcıların Sigara Tüketip Tüketmediği Bulgusu

Soru	Cevap	f	%
Sigara tüketiyor musunuz?	Evet	26	76
	Hayır	8	24

Tablo 1 incelendiğinde; katılımcıların %76'sının sigara tükettiği, %24'ünün ise sigara tüketmediği ortaya çıkmıştır.

5.2. Katılımcıların Demografik Bilgileri

Araştırmanın bu bölümünde çalışmaya katılan sigara tüketen ve sigara tüketmeyen bireylerin demografik değişkenlerine yönelik bulgular incelenmektedir (Bkz. Tablo 2 ve Tablo 3).

Tablo 2. Sigara Kullanan Katılımcıların Demografik Özellikleri

Değişken	Gruplar	f	%
Cinsiyet	Kadın	11	42
	Erkek	15	58
Yaş	18-30	7	27
	31-40	10	38
	41-50	3	12
	51-60	4	15
	61 ve üzeri	2	8
Medeni Durum	Evli	15	58
	Bekâr	11	42
Eğitim Düzeyi	İlköğretim	1	4
	Lise	5	19
	Ön Lisans	6	23
	Lisans	10	39
	Lisansüstü	4	15
Meslek	Kamu Personeli	3	11
	Özel Sektör-Ücretli	5	19
	Kendi İş-Serbest Meslek	7	27
	Emekli	3	12
	Çalışmıyor	8	31
Aylık Gelir	2.825 ve altı	11	42
	2.826-3.800	3	12
	3.801-4800	4	15
	4.801 ve üzeri	8	31

Tablo 2 incelendiğinde; katılımcıların %42'sinin kadın, %58'inin erkek olduğu görülmektedir. Katılımcıların %27'si 18-30, %38'i 31-40, %12'si 41-50, %15'i 51-60 ve %8'i 61 ve üzeri yaş aralığında yer almaktadır. Katılımcıların %58'sinin evli, %42'sinin bekâr olduğu anlaşılmaktadır. Katılımcıların eğitim düzeyi incelendiğinde; %4'ü ilköğretim, %19'u lise, %23'ü ön lisans, %39'u lisans ve %15'i lisansüstü eğitim diplomasına sahiptir. Katılımcıların %11'i Kamu personeli olarak, %19'u özel sektörde ücretli olarak görev yapmaktadır. Kendi işine sahip olan veya serbest meslekle uğraşanların oranı %27'dir. Katılımcıların %12'si emeklidir ve %31'i ise çalışmamaktadır. Aylık gelir durumları incelendiğinde; katılımcıların %42'sinin gelir düzeyi 2.825 ve altı, %12'sinin gelir düzeyi 2.826-3.800, %15'inin gelir düzeyi 3.801-4.800 ve %31'inin gelir düzeyi 4.801 ve üzeri aralığında yer almaktadır.

Tablo 3, araştırmaya katılan sigara tüketicisi olmayan bireylerin demografik bulgularını göstermektedir.

Tablo 3. Sigara Kullanmayan Katılımcıların Demografik Özellikleri

Değişken	Gruplar	f	%
Cinsiyet	Kadın	5	63
	Erkek	3	37
Yaş	18-30	3	37
	31-40	5	63
	41-50	-	-
	51-60	-	-
	61 ve üzeri	-	-
Medeni Durum	Evli	2	25
	Bekâr	6	75
Eğitim Düzeyi	İlköğretim	-	-
	Lise	-	-
	Ön Lisans	-	-
	Lisans	3	37
	Lisansüstü	5	63
Meslek	Kamu Personeli	-	-
	Özel Sektör-Ücretli	1	12
	Kendi İş-Serbest Meslek	1	13
	Emekli	-	-
	Çalışmıyor	6	75
Aylık Gelir	2.825 ve altı	6	75
	2.826-3.800	-	-
	3.801-4.800	1	13
	4.801 ve üzeri	1	12

Tablo 3 incelendiğinde; katılımcıların %63'ünün kadın, %37'sinin erkek olduğu görülmektedir. Katılımcıların %37'si 18-30, %63'ü 31-40 yaş aralığında yer almaktadır. Katılımcıların %25'i evli, %75'i ise bekârdır. Katılımcıların eğitim seviyesine bakıldığında; %37'sinin lisans diplomasına, %63'ünün lisansüstü diplomaya sahip olduğu görülmektedir. Katılımcıların %12'si özel sektörde ücretli olarak çalışmaktadır, %13'ü kendi işine sahiptir ve %75'i ise çalışmamaktadır. Katılımcıların, %75'i 2.825 ve altı, %13'ü 3.801-4.800, %12'si 4.801 ve üzeri aralıklarında gelir düzeyine sahiptir.

5.3. Sigara Tüketmeyen Katılımcıların Bulguları

Çalışmanın bu kısmında, sigara tüketmeyen katılımcıların; sigara tüketimine karşı devletin pazarlamama uygulamalarına ve sigara tüketimine karşı bakış açıları incelenmektedir (Bkz. Tablo 4).

Tablo 4. Sigara Tüketmeyen Katılımcıların Sigara Tüketimi ile İlgili Bulguları

Sorular	Cevaplar	f	%
Sigara kullanıyor musunuz?	Hayır	8	100
Devletin sigara kullanımını azaltmaya yönelik politikalarından ve bilgilendirme araçlarından haberdar mısınız? (Kamu spotları, billboardlar, sigara bırakma danışma hattı gibi)	Evet	8	100
	Hayır	-	-
Sigara tüketiminizin olmaması üzerinde devlet politikaları ve bilgilendirme araçları etkili mi?	Evet	-	-
	Hayır	8	100
Devletin sigarayı azaltmaya yönelik uygulamış olduğu kamu spotlarını, afişleri, sigara paketleri üzerindeki görselleri gördüğünüzde sevdiğiniz ve yakınlarınız için endişelenir misiniz? Onları uyarır mısınız?	Evet	8	100
	Hayır	-	-

Tablo 4 incelendiğinde; katılımcıların 8 tanesinin (tüm katılımcıların %24'ü) sigara tüketmediği ortaya çıkmıştır. Katılımcıların tamamı devletin sigara kullanımını azaltmaya yönelik bilgilendirme araçlarından ve politikalarından haberdardır. Katılımcıların sigara tüketimi olmaması üzerinde, devlet bilgilendirme araçlarının hiç etkili olmadığı görülmektedir. Sigara kullanmayan katılımcıların tamamının, sigara kullanan yakınları için endişelendiği ve onları uyardıkları ortaya çıkmıştır. Katılımcıların bu konudaki değerlendirmeleri aşağıda verilmektedir;

K1: "Sevdiklerim için çok endişelenirim onları uyarırım ama onlar bana daha çok kızıp sigara kamu spotlarında televizyonu kapatırlar."

K2: "Tabii endişeleniyorum. Çevremdeki insanları uyarmama rağmen sigarayı bırakmanın ne kadar zor bir şey olduğundan bahsederler genelde."

K3: "Evet endişelenirim. Yakın çevremde herkesi bıkmadan usanmadan sürekli uyarırım."

K4: "Evet endişelenirim. Empati kurarak yaklaşıyorum ve sevdiğilerimi uyarıyorum."

K6: "Evet sevdiğilerimi çok uyarıyorum. Onlara sigara paketleri üzerindeki görselleri gösteriyorum sürekli."

5.4. Sigara Tüketen Katılımcıların Bulguları

5.4.1. Sigara Tüketen Katılımcıların Sigara Tüketimi İle İlgili Bulguları

Çalışmanın bu kısmında sigara tüketen katılımcıların, genel sigara tüketim alışkanlıkları ile ilgili bilgiler yer almaktadır (Bkz. Tablo 5).

Tablo 5. Sigara Tüketen Katılımcıların Sigara Tüketimi ile İlgili Bulguları

Sorular	Cevaplar	f	%
Sigara kullanıyor musunuz?	Evet	26	100
Kaç yıldır sigara içiyorsunuz?	2 yıl	1	4
	4 yıl	2	8
	5 yıl	1	4
	6 yıl	2	8
	7 yıl	1	4
	8 yıl	2	8
	10 yıl	2	8
	13 yıl	2	8
	14 yıl	1	4
	15 yıl	2	8
	19 yıl	1	4
	20 yıl	3	12
	30 yıl	1	4
	40 yıl	2	8
	45 yıl	2	8
55 yıl	1	4	
Günlük sigara tüketim miktarınız nedir?	2 adet	1	4
	3 adet	1	4
	5 adet	1	4
	10 adet	4	15
	15 adet	4	15
	20 adet	12	46
	25 adet	1	4
	30 adet	1	4
Tiryakilik konusunda kendinizi nasıl tanımlarsınız?	Tiryakiyim	10	38
	Tiryaki değilim	16	62

Tablo 5 incelendiğinde; katılımcıların 26'sı (toplam katılımcıların %76'sı) sigara tüketmektedir. Katılımcıların %4'ü 2 yıl, %8'i 4 yıl, %4'ü 5 yıl, %8'i 6 yıl, %4'ü 7 yıl, %8'i 8 yıl, %8'i 10 yıl, %8'i 13 yıl, %4'ü 14 yıl, %8'i 15 yıl, %4'ü 19 yıl, %12'si 20 yıl, %4'ü 30 yıl, %8'i 40 yıl, %8'i 45 yıl ve %4'ü 55 yıldır sigara tüketmektedir. Katılımcıların %44'ünün 10 yıl ve altında, %44'ünün 10-20 yıl aralığında ve %24'ünün 30 yıl ve üzeri süredir sigara tükettikleri ortaya çıkmıştır. Günlük sigara tüketim miktarlarına bakıldığında; katılımcıların %24'ünün günlük 2 adet, %4'ünün 3 adet, %4'ünün 5 adet, %15'inin 10 adet, %15'inin 15 adet, %46'sının 20 adet, %4'ünün 25 adet, %4'ünün 30 adet, %4'ünün 40 adet sigara tükettiği görülmektedir. Bir paket sigaranın ortalama 20 adetten oluştuğu düşünüldüğünde; katılımcıların %30'u günlük 1 paket ve altı, %54'ü günlük 1-1,5 paket aralığında, %4'ünün ise günlük 2 paket sigara tükettiği ortaya çıkmaktadır. Katılımcıların %38'i sigara tüketiminde kendisini tiryaki olarak tanımlamaktadır, %62'si ise tiryaki olmadıklarını belirtmiştir. Katılımcıların bu konudaki değerlendirmeleri aşağıda verilmektedir;

K1: "Tiryaki değilim."

K2: "Çok tiryakiyim. Sigara içmeden duramam."

K4: "Sigaranın birini yakıp birini söndürecek kadar tiryakiyim."

K5: "Sigara içilmeyen bir ortamda durmak istemeyecek kadar tiryakiyim."

K12: "Tiryakiyim. İstedğim zaman bırakabiliyor olmama rağmen hemen başlıyorum"

K11: "Tiryaki değilim. Sigarayı istediğim zaman bırakabiliyorum"

5.4.2. Sigara Tüketen Katılımcıların Sağlıkla İlgili Bulguları

Araştırmanın bu kısmında, sigara tüketen katılımcıların; sigaraya bağlı ya da sigaradan kaynaklanan herhangi bir hastalıklarının olup olmadığı, covid-19 geçirip geçirmediği ve covid-19 salgın döneminin sigara tüketimlerini ne oranda etkilediği incelenmektedir (Bkz. Tablo 6).

Tablo 6. Sigara Tüketen Katılımcıların Sağlıkla İlgili Bulguları

Sorular	Cevaplar	f	%
Sigara kullanımınızdan kaynaklı/etkilenen kronik bir rahatsızlığınız var mı?	Evet	6	23
	Hayır	20	77
Covid-19 geçirdiniz mi?	Evet	5	19
	Hayır	21	81
Covid-19 salgın döneminin sigara tüketiminizi farklılaştırıcı bir etkisi oldu mu?	Evet	12	46
	Hayır	14	54

Tablo 6 incelendiğinde; katılımcıların %23'ünün sigara kullanımından kaynaklı ya da sigara tüketiminden etkilenen bir rahatsızlığı olduğu, %77'sinin ise böyle bir rahatsızlığı olmadığı görülmektedir. Katılımcıların bu konudaki değerlendirmeleri aşağıda verilmektedir;

K8: "Evet rahatsızlığım var. Sigaradan dolayı hemoroit oldum. Ayrıca birçok dış hastalığımda sigaradan dolayı oldu diyebilirim. Hatta doktorum dış çekmeden 2 gün önce sigara içmememi önerdi."

K4: "Evet var, tansiyon hastasıyım."

K13: "Evet astım hastasıyım."

K18: "Evet daha önce tüberküloz geçirdim."

K25: "Evet var tansiyon."

Katılımcılar sigara tüketiminden kaynaklı veya etkilenen rahatsızlıkları olarak; tansiyon, tüberküloz, astım, hemoroit ve dış hastalıklarına sahip olduklarını belirtmişlerdir.

Katılımcıların %19'u covid-19 virüsüne yakalanmış, %81'i ise bu salgından etkilenmemiştir.

Covid-19 salgın döneminin sigara tüketimi üzerinde farklılaştırıcı etkisi olup olmadığı incelendiğinde; katılımcıların %54'ü üzerinde farklılaştırıcı etkisi olmadığı, katılımcıların %46'sının ise sigara tüketimini farklılaştırdığı görülmektedir. Katılımcıların bu konudaki değerlendirmeleri aşağıda verilmektedir;

K2: "Hayır bu dönemin etkisi olmadı, sadece azaltmayı düşündüm ama yapamadım."

K3: "Hayır, salgın dönemi hiç etkilemedi. Sigara kullanmaya aynen devam ediyorum."

K5: "Evet, covid-19 döneminin sigara tüketimimi farklılaştırıcı etkisi oldu. Korktuğum için içme miktarımı azalttım."

K7: "Covid-19 döneminde yaşadığım stresten dolayı sigara kullanımım arttı."

K8: "Evet, farklılaştırıcı etkisi oldu. Maske kullanımı yüzünden, kendi nefes kokumu duymak istemeğim için azalttım."

K9: "Evet, insanlar ilk etapta çekinerek yaklaştı virüsün ciğerleri etkilediğini öğrenince bir azalma oldu ama virüs algısı biraz normalleşince eski rutinlerine döndü herkes."

K12: "Hayır, etkili olmadı. Yaşımızdan dolayı eolere kapandık sıkıntıdan daha çok içmeye başladım."

K13: "Evet, stresten sigara kullanımım arttı."

K14: "Hayır farklılaştırıcı etkisi olmadı."

K15: "Evet, stresten sigaraya tekrar başladım."

K20: "Hayır, korkmadım değil ama farklılaştırıcı bir etkisi olmadı."

K24: "Evet etkisi oldu. Covid sürecinde sadece 1 adet sigara içtim."

Covid-19 döneminde sigara tüketim alışkanlığının değişmesinde, stresten dolayı sigara tüketiminin artması dikkat çekmektedir.

5.4.3. Sigara Tüketen Katılımcıların Devletin Sigara Tüketimine Yönelik Pazarlamama Politikalarıyla İlgili Bulguları

Çalışmanın bu kısmında; sigara tüketen katılımcılar üzerinde, devletin sigara pazarlamama politikaları ve bilgilendirme araçlarının etkisi incelenmektedir (Bkz. Tablo 7).

Tablo 7. Sigara Tüketen Katılımcıların Devletin Pazarlamama Politikalarıyla İlgili Bulguları

Sorular	Cevaplar	f	%
Devletin sigara kullanımını azaltmaya yönelik politikalarından ve bilgilendirme araçlarından haberdar mısınız? (Kamu spotları, billboardlar, sigara bırakma danışma hattı gibi)	Evet	26	100
	Hayır	-	-
Kamu spotları ve reklamlardan önce sigara zararlarından haberdar mıydınız?	Evet	26	100
	Hayır	-	-
Sigara bırakma danışma hattından haberiniz var mı? Varsa kullandınız mı?	Evet, haberim var	26	100
	Hayır, haberim yok	-	-
	Evet kullandım	3	12
	Haberim var fakat kullanmadım	23	88
Sigara paketleri üzerindeki görseller sigara tüketiminizi nasıl etkiledi?	Etkilemedi	12	46
	Etkiledi (azalttım)	3	12
	Etkiledi (hala kullanıyorum)	11	42
Covid döneminde devletin sigara kullanımını azaltmaya yönelik uygulamış olduğu reklam, afiş ve kamu spotlarının sigara ürününe olan talebinizi azaltma yönünde etkilediğini düşünüyor musunuz?	Evet	4	5
	Hayır	19	73
	Kısmen	3	12
Devletin sigara kullanımını azaltmaya yönelik uygulamış olduğu yukarı yönlü fiyat politikasının, sigarayı bıraktırmada bir araç olduğunu düşünüyor musunuz?	Evet	13	50
	Hayır	13	50
Sigara kullanımının zararları ile ilgili kamu spotu gördüğünüzde ne tepki verirsiniz?	Hemen sigara içerim	2	8
	Sıkılırım ama sonuna kadar izlerim	7	27
	Sigarayı bırakmayı en az bir kez aklıma getiririm	8	31
	Sigarayı bırakmayı düşünmem	6	23
	Her izlediğimde sigarayı bırakmayı aklıma getiririm	3	11
Bunların dışında sigara kullanımınızı etkileyen bir devlet stratejisi var mı?	Evet	3	12
	Hayır	23	88

Tablo 7 incelendiğinde; katılımcıların tamamının devletin sigara kullanımını azaltmaya yönelik politikalarından ve bilgilendirme araçlarından haberdar olduğu görülmektedir. Katılımcıların %100'ü sigara tüketimine karşı yapılan kamu spotları ve reklam araçlarını görmeden önce de sigara zararlarından haberdar olduklarını belirtmiştir. Katılımcıların

%100'ünün sigara bırakma danışma hattından haberdar olduğu ortaya çıkmaktadır. Sigara kullanıcılarının %12'si sigara bırakma danışma hattını kullanmış, %88'i ise haberdar olduğu halde bu hattı kullanmadığını belirtmiştir. Katılımcıların bu konudaki değerlendirmeleri aşağıda verilmektedir;

K2: "Evet sigara bırakma danışma hattından haberdarım. Kullandım fakat bir işe yaramadı."

K8: "Evet sigara bırakma danışma hattını kullandım arkadaşlarımdan da kullanmalar oldu ama bir işe yaramadı hatta dalga konusu oldu bir zaman sonra."

K20: "Evet haberim var aradım ilaç yöntemiyle bıraktırıyolar bende ilaç kullanmak istemedim."

K25: "Evet sigara bırakma danışma hattından haberim var. Ailem için bir kez aramıştım."

Katılımcıların %46'sının sigara paketleri üzerindeki görsellerden etkilenmediği, %12'sinin sigara paketleri üzerindeki görsellerden etkilenip sigara tüketimini azalttığı, katılımcıların %42'sinin ise sigara paketleri üzerindeki görsellerden olumsuz etkilendiği fakat hala sigara tüketimine aynen devam ettiği ortaya çıkmıştır. Katılımcıların bu konudaki değerlendirmeleri aşağıda verilmektedir;

K1: "Sigara paketleri üzerindeki görseller beni etkilemedi. Ben sigara içmeyi çok seviyorum beni etkilemedi."

K2: "Beni etkilemedi. Olumsuz etkilemiyor içmeye devam ediyorum."

K3: "Sigara paketleri üzerindeki görseller beni etkilemedi. Daha da kötü resimler bile koyulsa sigara içmemi engellemez."

K4: "Sigara paketleri üzerindeki görseller tüketimimi etkiledi. Sigara kullanımımı azalttım. Bir dönem etkiledi sigarayı da bıraktım hatta 5 yıl kadar ama sonra tekrardan başladım."

K6: "Etkilemedi. Beni etkilemiyor ama çevremdeki insanların etkilendiğini gördüm bir arkadaşım üzerinde gırtlak kanseri geçirmiş olan insan fotoğraflı sigara paketlerinden almıyor."

K7: "Paketlerdeki görseller beni etkiledi. Sigarayı azalttım. Olumsuz yönde etkiliyor içmek istemiyorum."

K8: "Beni etkilemedi. Sigara içmek paket görseline endeksli bir şey olmadığını düşünüyorum resmi kapatır yine içerim."

K14: "Sigara paketleri üzerindeki görsellerden etkileniyorum fakat hala kullanmaya devam ediyorum. Bazı görsellerden dolayı almıyorum paket değiştiriyorum bazıları çok korkutucu."

K15: "Olumsuz olarak etkiliyor fakat hala sigara kullanıyorum. Ben görselin üzerine kâğıt yapıştırıyorum."

K16: "Etkiledi fakat hala kullanıyorum. Olumsuz olarak etkiliyor."

K17: "Sigara paketleri üzerindeki görseller sigara tüketimimi etkiledi. Kullanımımı azalttım. Baktığım zaman bazen bırakmayı düşünüyorum."

K18: "Etkiledi fakat hâlâ kullanıyorum. Çok çirkin oldu ama sigarayı bırakmama engel olmadı bazen resmi değiştiriyorum ya da ben kapatıyorum üzerini."

K22: "Etkilemedi. Hiç etkilemiyor bakıyorum ama içmeye devam ediyorum"

K23: "Sigara paketleri üzerindeki görseller beni etkiledi fakat hala sigara tüketimime devam ediyorum. Tüketimimi etkilemiyor kılıf aldım paketi kılıf içerisine koyuyorum resim gözüküyor."

Katılımcıların değerlendirmelerine bakıldığında; çoğu tüketicinin sigara paketindeki görselden etkilense de resmin üzerini kapatmak, sigara dallarını farklı kutuya koymak ya da resmi çıkarmak gibi yöntemler kullanarak görüntüyü yok ettiği ortaya çıkmıştır.

Katılımcıların %73'ü devletin sigara kullanımını azaltmaya yönelik uygulamış olduğu reklam, afiş, kamu spotlarının... Sigara ürününe olan taleplerini azaltma yönünde etkili

olmadığını belirtmiş, %5'i etkilediğini ve %12'si ise kısmen etkili olduğunu ifade etmiştir. Katılımcıların bu konudaki değerlendirmeleri aşağıda verilmektedir;

K2: "Hayır. Bence azaltmada etkili değil."

K3: "Hayır, düşünmüyorum."

K4: "Kısmen etkiliyor, o anlık bazı şeyleri düşünmemi sağlasa da bağımlılık haline geldiği için bırakamıyorum."

K8: "Etkili olduğunu düşünmüyorum, insan yaşamında merak denilen bir şey var devlet yasakladığında yasağa karşı duyarlılık oluşuyor bundan dolayı da yasaklar cazip geliyor insanlara."

K10: "Devlet politikaları gayet iyi insan korkmuyor değil fakat içmeye devam ediyorum."

K14: "Beni etkiledi. Sigara içme sayım azaldı."

K17: "Hayır kesinlikle etkilediğini düşünmüyorum."

K18: "Hayır hiç etkilediğini düşünmüyorum."

K22: "Bence azaltıcı etkisi yok ben de içiyorum çevremdeki herkes de içiyor."

K25: "Etkiliyor, her defasında sigarayı bırakmayı düşünüyorum."

Katılımcıların %50'si devletin sigara kullanımını azaltmaya yönelik uygulamış olduğu yukarı yönlü fiyat politikasının, sigarayı bıraktırmada bir araç olduğunu kabul etmektedir. Diğer %50'si ise fiyat politikasının sigarayı bıraktırmada bir araç olmadığı düşünülmektedir. Katılımcıların bu konudaki değerlendirmeleri aşağıda verilmektedir;

K2: "Hayır, Olumsuz etkilediğini düşünmüyorum beni etkilemedi çevremdekilerden de etkilenen görmedim."

K3: "Evet fiyat politikaları sigaraya karşı olan tutumumu değiştirdi, bir dönem elektronik sigara kullanmıştım ama etkili olmadı tekrar sigaraya başladım."

K4: "Evet etkiledi bıraktım bile hatta ama 2 hafta dayanabildim."

K5: "Evet, biraz etkili oldu ama bırakma yönünde değil tütün sarıp içmeye başladım."

K6: "Hayır, etkilediğini düşünmüyorum sigara alamayan tütün içiyor."

K7: "Hayır, bence hiç etkilemiyor çünkü çok çeşit sigara markası var ve kalitesiz sigaraların fiyatları ucuz kaliteli içemeyen bütçesine göre içiyor."

K12: "Evet, etkili ama şu yönden de etkisiz insanlar tütün içmeye başladı."

K20: "Fiyat politikası bırakma yönünden etkili olmuyor. İnsanlar içmek için başka yollar buluyor".

K21: "Evet, etkili olduğunu düşünüyorum."

K22: "Evet düşünüyorum, etkilemiyor eskiden kaliteli bir sigara içerken şu anda tütün içiyorum."

K23: "Hayır etkili olduğunu düşünmüyorum çok para veriyorum diye üzülüyorsunuz ama yapacak bir şey yok."

Tüketici yorumlarına bakıldığında; katılımcıların yarısının sigara tüketimine karşı izlenen yukarı yönlü fiyat politikasını etkili bulmadıkları görülmektedir. Yukarı yönlü fiyat politikasının etkili olduğunu düşünen, bundan etkilenen kullanıcıların ise farklı marka sigara kullanmak ya da tütün sarmak gibi maliyeti daha düşük yollar bulduğunu ortaya çıkarmaktadır.

Katılımcılara "Sigara kullanımının zararları ile ilgili kamu spotu gördüğünüzde ne tepki verirsiniz?" sorusu sorulduğunda şu cevaplar alınmıştır; katılımcıların %8'i "Hemen sigara içerim", %27'si "Sıkılırım; ama sonuna kadar izlerim", %23'ü "Sigarayı bırakmayı düşünmem", %31'i "Sigarayı bırakmayı en az bir kez aklıma getiririm" ve %11'i "Her izlediğimde sigarayı bırakmayı aklıma getiririm" cevabını vermiştir.

Katılımcılara sigara kullanımını azaltma yönünde etkili pazarlamama politikalarından kamu spotları, reklamlar, billboardlar, sigara bırakma danışma hattı gibi politikalar dışında, sigara kullanımlarını etkileyen farklı devlet stratejilerinin olup olmadığı sorulmuştur. Katılımcıların %88'i bunların dışında etkilendiği farklı bir devlet stratejisinin olmadığını belirtmiş, %12'si ise etkilendikleri farklı devlet politikalarının olduğunu söylemiştir. Katılımcıların bu konudaki değerlendirmeleri aşağıda verilmektedir;

K5: “Kapalı alanlarda sigara içilmez mantığı ters tepki yaptı bir şeyi ne kadar yasaklarsan kişinin bir şeyleri yapma isteğini arttırırsın diye düşünüyorum.”

K18: “İnsan hak ve özgürlüklerini kısıtlamamalılar kapalı alanlarda sigara içme kısıtlaması çok saçma.”

K25: “Kapalı alanlarda sigara içilmemesi sigara tüketimimi etkiledi.”

Tüketici yorumlarına bakıldığında sigara kullanan katılımcıların %12'sinin kapalı alanlardaki sigara yaşağından rahatsız olduğu görülmektedir.

SONUÇ ve TARTIŞMA

Covid-19 döneminde sigara kullanımı üzerine devletin pazarlamama politikaları ve bilgilendirme araçlarının sigara tüketen ve tüketmeyen bireyler üzerindeki etkisinin araştırıldığı bu çalışmanın amacına uygun olarak katılımcılara görüşme tekniği uygulanmıştır. Bulgular kısaca aşağıdaki gibi özetlenebilir;

Katılımcıların demografik özellikleri şöyledir: Katılımcıların % 42'sinin kadın, %58'inin erkek olduğu görülmektedir. Katılımcıların %27'si 18-30, %38'i 31-40, %12'si 41-50, %15'i 51-60 ve %8'i 61 ve üzeri yaş aralığında yer almaktadır. Katılımcıların %58'sinin evli, %42'sinin bekâr olduğu anlaşılmaktadır. Katılımcıların eğitim düzeyi incelendiğinde; %4'ü ilköğretim, %19'u lise, %23'ü ön lisans, %39'u lisans ve %15'i lisansüstü eğitim diplomasına sahiptir. Katılımcıların %11'i Kamu personeli olarak, %19'u özel sektörde ücretli olarak görev yapmaktadır. Kendi işine sahip olan veya serbest meslekle uğraşanların oranı %27'dir. Katılımcıların %12'si emeklidir ve %31'i ise çalışmamaktadır. Aylık gelir durumları incelendiğinde; katılımcıların %42'sinin gelir düzeyi 2.825 ve altı, %12'sinin gelir düzeyi 2.826-3.800, %15'inin gelir düzeyi 3.801-4.800 ve %31'inin gelir düzeyi 4.801 ve üzeri aralığında yer almaktadır.

Sigara kullanmayan katılımcıların demografik özellikleri: Katılımcıların %63'ünün kadın, %37'sinin erkek olduğu görülmektedir. Katılımcıların %37'si 18-30, %63'ü 31-40 yaş aralığında yer almaktadır. Katılımcıların %25'i evli, %75'i ise bekârdır. Katılımcıların eğitim seviyesine bakıldığında; %37'sinin lisans diplomasına, %63'ünün lisansüstü diplomaya sahip olduğu görülmektedir. Katılımcıların %12'si özel sektörde ücretli olarak çalışmaktadır, %13'ü kendi işine sahiptir ve %75'i ise çalışmamaktadır. Katılımcıların, %75'i 2.825 ve altı, %13'ü 3.801-4.800, %12'si 4.801 ve üzeri aralıklarında gelir düzeyine sahiptir.

Katılımcıların %76'sının sigara tükettiği, %24'ünün ise sigara tüketmediği ortaya çıkmıştır. Sigara tüketmeyen katılımcıların 8 tanesinin (tüm katılımcıların %24'ü) sigara tüketmediği ortaya çıkmıştır. Katılımcıların tamamı devletin sigara kullanımını azaltmaya yönelik bilgilendirme araçlarından ve politikalarından haberdardır. Katılımcıların sigara tüketimi olmaması üzerinde, devlet bilgilendirme araçlarının hiç etkili olmadığı görülmektedir. Sigara kullanmayan katılımcıların tamamının, sigara kullanan yakınları için endişelendiği ve onları uyardıkları ortaya çıkmıştır.

Sigara tüketen katılımcıların %4'ü 2 yıl, %8'i 4 yıl, %4'ü 5 yıl, %8'i 6 yıl, %4'ü 7 yıl, %8'i 8 yıl, %8'i 10 yıl, %8'i 13 yıl, %4'ü 14 yıl, %8'i 15 yıl, %4'ü 19 yıl, %12'si 20 yıl, %4'ü 30 yıl, %8'i 40 yıl,

%8'i 45 yıl ve %4'ü 55 yıldır sigara tüketmektedir. Katılımcıların %44'ünün 10 yıl ve altında, %44'ünün 10-20 yıl aralığında ve %24'ünün 30 yıl ve üzeri süredir sigara tükettikleri ortaya çıkmıştır. Günlük sigara tüketim miktarlarına bakıldığında; katılımcıların %24'ünün günlük 2 adet, %4'ünün 3 adet, %4'ünün 5 adet, %15'inin 10 adet, %15'inin 15 adet, %46'sının 20 adet, %4'ünün 25 adet, %4'ünün 30 adet, %4'ünün 40 adet sigara tükettiği görülmektedir.

Bir paket sigaranın ortalama 20 daldan oluştuğu düşünüldüğünde; katılımcıların %30'u günlük 1 paket ve altı, %54'ü günlük 1-1,5 paket aralığında, %4'ünün ise günlük 2 paket sigara tükettiği ortaya çıkmaktadır. Katılımcıların %38'i sigara tüketiminde kendisini tiryaki olarak tanımlamaktadır, %62'si ise tiryaki olmadıklarını belirtmiştir.

Katılımcıların %23'ünün sigara kullanımından kaynaklı ya da sigara tüketiminden etkilenen bir rahatsızlığı olduğu, %77'sinin ise böyle bir rahatsızlığı olmadığı görülmektedir. Katılımcılar sigara tüketiminden kaynaklı veya etkilenen rahatsızlıkları olarak; tansiyon, tüberküloz, astım, hemoroit ve diş hastalıklarına sahip olduklarını belirtmişlerdir. Katılımcıların %19'u covid-19 virüsüne yakalanmış, %81'i ise bu salgından etkilenmemiştir. Covid-19 salgın döneminin sigara tüketimi üzerinde farklılaştırıcı etkisi olup olmadığı incelendiğinde; katılımcıların %54'ü üzerinde farklılaştırıcı etkisi olmadığı, katılımcıların %46'sının ise sigara tüketimini farklılaştırdığı görülmektedir. Covid-19 döneminde sigara tüketim alışkanlığının değişmesinde, stresten dolayı sigara tüketiminin artması dikkat çekmektedir.

Katılımcıların tamamının devletin sigara kullanımını azaltmaya yönelik politikalarından ve bilgilendirme araçlarından haberdar olduğu görülmektedir. Katılımcıların %100'ü sigara tüketimine karşı yapılan kamu spotları ve reklam araçlarını görmeden önce de sigara zararlarından haberdar olduklarını belirtmiştir. Katılımcıların %100'ünün sigara bırakma danışma hattından haberdar olduğu ortaya çıkmaktadır. Sigara kullanıcılarının %12'si sigara bırakma danışma hattını kullanmış, %88'i ise haberdar olduğu halde bu hattı kullanmadığını belirtmiştir.

Katılımcıların %46'sının sigara paketleri üzerindeki görsellerden etkilenmediği, %12'sinin sigara paketleri üzerindeki görsellerden etkilenip sigara tüketimini azalttığı, katılımcıların %42'sinin ise sigara paketleri üzerindeki görsellerden olumsuz etkilendiği fakat hala sigara tüketimine aynen devam ettiği ortaya çıkmıştır.

Katılımcıların değerlendirmelerine bakıldığında; çoğu tüketicinin sigara paketindeki görselden etkilense de resmin üzerini kapatmak, sigaralarını farklı kutuya koymak ya da resmi çıkarmak gibi yöntemler kullanarak görüntüyü yok ettiği ortaya çıkmıştır.

Katılımcıların %73'ü devletin sigara kullanımını azaltmaya yönelik uygulamış olduğu reklam, afiş, kamu spotlarının...sigara ürününe olan taleplerini azaltma yönünde etkili olmadığını belirtmiş, %5'i etkilediğini ve %12'si ise kısmen etkili olduğunu ifade etmiştir. Bu sonuç şöyle desteklenmektedir; "Sigara kullanımının zararları ile ilgili kamu spotları sizce ne kadar yararlıdır?" sorusuna, öğrencilerin %24,3'ü hiç yararlı değil, %20,4'ü yararlı değil, cevabını vermiştir (Tüzemen ve Turna, 2020: 371).

Katılımcıların %50'si devletin sigara kullanımını azaltmaya yönelik uygulamış olduğu yukarı yönlü fiyat politikasının, sigarayı bıraktırmada bir araç olduğunu kabul etmektedir. Diğer %50'si ise fiyat politikasının sigarayı bıraktırmada bir araç olmadığı düşünülmektedir. Bu sonuç (Dökmen, Pekkaya ve Saymaz, 2019: 605) tarafından yapılan çalışmada desteklenmektedir "Amerika Birleşik Devletleri'nin New York şehrinde yetişkin sigara içenlerin, sigara tüketim vergisi artışları ve satın alma davranışları arasındaki ilişki incelenmiştir. Toplum Sağlığı Anketi'nden elde edilen verilerle çok değişkenli lojistik regresyon analizinin yapıldığı çalışmada, 2002 yılı vergi artışından sonra vergiden kaçınma davranışına giren kullanıcıların oranı 2003'de %30 iken; bu oran 2007'de %13'e düşmüştür. 2008 vergi artışı sonrasında ise sigara içenlerin

%21'inin, fiyat artışları nedeniyle, başka kişilerden sigara talep ettiğine ilişkin bulgulara ulaşılmıştır." (Lee, Cutler ve Burns, 2004: 54) tarafından yapılan çalışmada; daha düşük gelirli yetişkin sigara içenlerin, daha yüksek gelirliyle kıyasla, sigara içme maliyetini azaltma olasılığının üç kat ve bırakmayı düşünme olasılığının iki kat daha fazla olduğunu buldu. Bununla birlikte, düşük gelirli hanelerdeki gençlerin sigarayı bırakmak yerine sigara içme alışkanlıklarının maliyetini düşürme olasılıkları daha yüksekti. Daha düşük sosyoekonomik kategorilerdeki kadın ve erkeklerin de sağlıkla ilgili tanıtımlara daha az duyarlı oldukları gösterilmiştir.

Tüketici yorumlarına bakıldığında; katılımcıların yarısının sigara tüketimine karşı izlenen yukarı yönlü fiyat politikasını etkili bulmadıkları görülmektedir. Yukarı yönlü fiyat politikasının etkili olduğunu düşünen, bundan etkilenen kullanıcıların ise farklı marka sigara kullanmak ya da tütün sarmak gibi maliyeti daha düşük yollar bulduğunu ortaya çıkarmaktadır.

Katılımcılara "Sigara kullanımının zararları ile ilgili kamu spotu gördüğünüzde ne tepki verirsiniz?" sorusu sorulduğunda şu cevaplar alınmıştır; katılımcıların %8'i "Hemen sigara içerim", %27'si "Sıkılırım; ama sonuna kadar izlerim", %23'ü "Sigarayı bırakmayı düşünmem", %31'i "Sigarayı bırakmayı en az bir kez aklıma getiririm" ve %11'i "Her izlediğimde sigarayı bırakmayı aklıma getiririm" cevabını vermiştir.

Katılımcılara sigara kullanımını azaltma yönünde etkili pazarlamama politikalarından kamu spotları, reklamlar, billboardlar, sigara bırakma danışma hattı gibi politikalar dışında, sigara kullanımını etkileyen farklı devlet stratejilerinin olup olmadığı sorulmuştur. Katılımcıların %88'i bunların dışında etkilendiği farklı bir devlet stratejisinin olmadığını belirtmiş, %12'si ise etkilendikleri farklı devlet politikalarının olduğunu söylemiştir. Tüketici yorumlarına bakıldığında sigara kullanan katılımcıların %12'sinin kapalı alanlardaki sigara yasağından rahatsız olduğu görülmektedir.

KAYNAKÇA

- Alsamydai, M. J. (2015). The Impact of Ostensible Demarketing Strategy on Improving Product Reputation in Customers Minds. *International Review of Management and Business Research*, 4(4), 973-988.
- Alsamydai, M. J. Yousif, R. O. (2018). The Role of Demarketing in Reducing Electricity Demand. *International Journal of Business and Management*, 13 (1), 209-217.
- Altnay, A. Sert, S. (2012). "Pazarlasak da mı Satsak Pazarlamasak da mı Satsak?" Pazarlamada Yeni Bir Boyut: De-Marketing (Pazarlamama) Kavramı. *Sosyal ve Beşeri Bilimler Dergisi*, 4(1), 67-73.
- Armstrong Soule, C. Reich, B. (2015). Less is more: is a green demarketing strategy sustainable?, *Journal of Marketing Management*, 31:13-14, 1403-1427.
- Armstrong, E. K. Kern, C. L. (2011). Demarketing manages visitor demand in the Blue Mountains National Park. *Journal of Ecotourism*, 10 (1), 21-37.
- Beeton, S. Benfield, R. (2002) Demand Control: The Case for Demarketing as a Visitor and Environmental Management Tool, *Journal of Sustainable Tourism*, 10 (6), 497-513.
- Bilgin, H. Özkan, İ. (2009). 4207 Sayılı Kanun ile 5727 Sayılı Kanun Dumansız Bir Hava Sağlayabilecek mi?, http://www.ssuk.org.tr/content.php?haber_id=603#:~:text=4207%20say%C4%B1%C4%B1%20T%C3%BCt%C3%BCn%20Mamullerinin%20Zararlar%C4%B1n%C4%B1n,mek%C3%A2nlarda%20t%C3%BCt%C3%BCn%20%C3%BCr%C3%BCnlerinin%20t%C3%BCketilmesi%20yasaklanm%C4%B1%C5%9Ft%C4%B1r. [Erişim Tarihi: 01.06.2021].
- Bradley, N., Blythe, J. (Eds). (2013). *Demarketing*. Routledge.

- Bozacı, İ. (2016). Seçici Pazarlamama (Demarketing) Algılamaları ile Müşteri Tutumları İlişkisi: Genç Tüketiciler ile Gerçekleştirilen Bir Saha Çalışması. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 9 (43), 2548-2556.
- CNNTURK (2009). Sigara Paketleri 1 Ocak'ta Çirkinleşecek. <https://www.cnnturk.com/2009/yasam/diger/12/26/sigara.paketleri.1.ocakta.cirkinlesecek/557006.0/index.html> , [Erişim Tarihi: 07.06.2021].
- Çetinoğlu, D., Meydan Uygur, S. (2020). Aşırı Turizm Sorununa Çözüm Olarak Pazarlamama Stratejileri Kullanılabilir Mi? Pamukkale Örneği. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 12 (3), 3008-3026.
- Dökmen, G. Pekkaya, M. Saymaz, N. (2019). Sigara Bağımlılığı ve Devletin Sigara Tüketimi ile Mücadele Yöntemleri Arasındaki İlişki. *Maliye Dergisi*, 176:599-623.
- Grinstein, A. Nisan, U. (2009). Demarketing, Minorities, and National Attachment. *Journal of Marketing*, 73(2), 105-122. DOI: 10.1509/jmkg.73.2.105
- Güllülü, U. Türk, B. (2015). Kamu Spotlarının Sigara Bırakma/Azaltma Niyeti Üzerine Etkileri. *Pazarlama ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi*, sayı:16, 23-41.
- Gürbüz, A., Aydoğdu, D. (2020). Otomobil Tercihinde Tüketim Kültürü ve Lüks Tüketim İlişkisine Yönelik Y Kuşağı Üzerinde Nicel Bir Araştırma: Karabük Örneği. *Finans Ekonomi ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 5 (2), 21-40.
- Halk Sağlığı Genel Müdürlüğü. Sigara Bırakma Hizmetleri, <https://hsgm.saglik.gov.tr/tr/bagimliliklamucadele-haberler/sigara-birakma-hizmetleri.html> , [Erişim Tarihi: 06.06.2021].
- Hızırıcı Beşer, B. Aşkan, H. (2019). Türkiye’de Sigara Bağımlılığını Azaltmada Sigara Vergilerinin Etkisi. *Strategic Public Management Journal*, 6, 65-78.
- https://havanikoru.saglik.gov.tr/dosya/31%20May%C4%B1s%202021/billbord-350x200_basarabilirsın_gorsel_2.pdf, [Erişim Tarihi: 01.06.2021]
- https://havanikoru.saglik.gov.tr/dosya/dokumanlar/afis_brosur/afisler/Tepsi_Ortusu_2.jpg, [Erişim Tarihi: 06.06.2021]
- <https://www.gazeteduvar.com.tr/saglik/2020/02/11/tiryakinin-paketle-imtihanı-o-fotograf-olmasın>, [Erişim Tarihi:07.06.2021].
- İmamoğlu, H. V., Siyimer İmamoğlu, F. (2020). Coronavirüs Salgını ve Uzaktan Eğitim Süreci Hakkında Öğretmen Görüşleri: Şehit Bülent Yalçın Spor Lisesi ve Şehit Ertan Yılmaz Güzel Sanatlar Lisesi (Sinop) Örneği. *Journal of Humanities and Tourism Research*, 10 (4): 742-761.
- Kotler, P., Levy, S. J. (1971). Demarketing, yes, demarketing. *Harvard Business Review*, 79, 74-80.
- Lee, D. Cutler, B. D. Burns, J. (2004). The Marketing and Demarketing of Tobacco Products to Low-Income African-Americans. *Health Marketing Quarterly*, 22 (2), 51-68.
- Mazlum, F. S., Mazlum, Ö. (2014). Sigara Paketlerinin Üzerindeki Görsel ve Sözel Uyarı Mesajlarının Üniversite öğrencileri Üzerindeki Etkisinin İncelenmesi ve Yeni Öneriler. *NWSA-Fine Arts*, 9 (1), 12-32.
- Medway, D. Warnaby, G. Dharni, S. (2010) Demarketing places: Rationales and strategies, *Journal of Marketing Management*, 27:1-2, 124-142.
- Memiş, S. (2017). Pazarlamama Kavramı ve Uygulamadaki Bazı Örnekler. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 10 (50), 770-775.
- Memiş, S. Cesur, Z. (2019). Devletin Sosyal Amaçlı Sigara Kullanımını Azaltmaya Yönelik Pazarlamama (Demarketing) Uygulamalarının Tüketiciler Üzerindeki Etkisi. *Üçüncü Sektör Sosyal Ekonomi Dergisi*, 54 (1), 108-121, doi: 10.15659/3.sektor-sosyal-ekonomi.19.02.1033.
- Morvan, K. G. Moodie, C. Pino, J. M. R. (2010). Demarketing Cigarettes Through Plain Cigarette Packaging. *Actes du 26ème Congrès International de l'AFM*

Devletin Sigara Kullanımı Üzerine Pazarlamama (Demarketing) Uygulamaları ve Tüketiciler Üzerinde Covid-19 Dönemindeki Etkisi

- Öztürk, İ. D. (2020). Sağlık İşletmelerinde Kamu Spotu Kullanımı; Sigara Karşıtı Kamu Spotlarını Kültürel Göstergelerle Okumak. *Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 19 (1), 170-189.
- Öztürk, Y. (2020). Turistik Destinasyonlarda Talep Yönetimi ve Demarketing Uygulamaları. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4 (1), 746-757.
- Shiu, E. Hassan, L. M. Walsh, G. (2009). Demarketing Tobacco Through Governmental Policies-The 4Ps Revisited. *Journal of Business Research* 62 (2009) 269–278.
- Sönmez, V., Alacapınar, F. G. (2018). *Örneklendirilmiş Bilimsel Araştırma Yöntemleri*, Ankara: Anı Yayıncılık, 6. Baskı.
- Topçu, B. Ünsal, C. Gazeloğlu, C. Aktaş, S. (2014). Kapalı Mekanlarda Sigara İçme Yasağı ve Üniversite Öğrencilerinin Sigara İçme Alışkanlıkları Üzerine Etkisi. *Uluslararası Temel ve Klinik Tıp Dergisi*, 2 (1), 24-31.
- Tüzemen, M. K. Bilgin Turna, G. (2020). Sigara ve Bonzai Üzerine Bir Demarketing Uygulaması. *Uluslararası Anadolu Sosyal Bilimler Dergisi*, 4 (4), 363-380.
- Unutmaz Durmuşoğlu, Z. (2017). Effect of Price Increases on the Internet Search Traffic of Turkey. *Gaziantep University Journal of Social Sciences*, 16 (2), 359-371.
- Yeşilay (2019). Sigara Üzerindeki Vergi Artışı ile Sigaraya Erişimin Kısıtlanması Hedefleniyor, <https://yesilay.org.tr/tr/haberler/sigara-uzerindeki-vergi-artisi-ile-sigaraya-erisimin-kisitlanmasi-hedefleniyor>, [Erişim Tarihi: 30.05.2021].
- Yeşilay (2020). Koronavirüs Sigara İçeni Sever.Nokta. <https://www.yesilay.org.tr/tr/videolar/kamu-spotlari#gallery-8003-1> [Erişim Tarihi: 06.06.2021].
- Yeşilay (2020). Sigara Kullanımı Koronavirüs Riskini 14 Kat Artırıyor. <https://www.yesilay.org.tr/tr/haberler/sigara-kullanimi-koronavirus-riskini-14-kat-artiriyor> [Erişim Tarihi: 06.06.2021]
- Yıldırım, A., Şimşek, H. (2013). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri*, Ankara: Seçkin Yayıncılık, 9. Genişletilmiş Baskı.



Yüzey Kaplama Çinilerinde Görülen Bozulmalar ve Bozulmaların Tespitine İlişkin Çizelge Önerisi

Deteriorations Observed in Surface Tiles and Chart Suggestion on Determination of Deteriorations

Işıl KONAĞ¹

¹Kastamonu Üniversitesi, Güzel Sanatlar ve Tasarım Fakültesi, Kastamonu, Türkiye

ORCID:

I.K.: 0000-0003-1443-243X

Corresponding Author:

Işıl KONAĞ

Email:

isilaykonak6@gmail.com

Citation: Konak, I. (2022). Yüzey kaplama çinilerinde görülen bozulmalar ve bozulmaların tespitine ilişkin çizelge önerisi. *Journal of Humanities and Tourism Research*, 12 (1): 125-146.

Submitted: 22.12.2021

Accepted: 18.01.2022

Özet

Çini, sahip olduğu estetik görünüş, dayanıklılık ve elverişli kullanım özelliğiyle, mimari anıtlarda yüzey kaplama malzemesi olarak sıklıkla tercih edilmiştir. Yüzey kaplama malzemesi olarak çini kullanımı, duvarlarda, sütunlarda, sandukalarda, kubbe madalyon ve kasnaklarında, pencere şebekelerinde, mihraplarda, minarelerde vb. mimari yapı elemanlarında görülmektedir. Yüzey kaplamasında kullanılan çiniler, bahsi geçen taşıyıcı elemanlar ile birlikte varlığını sürdürecekleri bütünsel bir düzende tasarlanırlar. Çinilerin, bağlı oldukları taşıyıcı duvarların ve bağlayıcı malzemelerinin tarihi süreçte maruz kaldıkları farklı bozulma etkenleri, çeşitli bozulmaların gelişmesine de sebep olmaktadır. Bu makalede, yüzey kaplama malzemesi olarak kullanılan çiniler ile taşıyıcılarında ve bağlayıcılarında meydana gelebilecek bozulmaların, ulaşılabilen görseller ile desteklenerek tanımlanması amaçlanmaktadır. Aynı zamanda yürütülecek bu tür çalışmalarda kullanılmak üzere, bozulmaların ana ve alt başlıklar altında incelenebileceği detaylı bozulma çizelgesi hazırlanmış, çini bozulmalarının incelenmesinde örnek teşkil ederek katkı sağlaması da amaçlanmıştır. Nitekim tarihi yapılarda kullanılmış yüzey kaplama çinilerinde görülen bozulmaların doğru uygulamalar ile onarılması, öncelikle mevcut bozulmaların doğru ve bütüncül açılardan ele alınarak tanımlanmasına bağlıdır.

Anahtar Kelimeler: Çini, Bozulma, Koruma, Onarım, Bozulma Çizelgesi

Abstract

Due to its aesthetic appearance, durability and convenient use, tile has often been preferred as a surface coating material in architectural monuments. The use of tiles as a surface coating material is used in walls, columns, sarcophagi, domes, medallions and pulleys, windows, altars, minarets, etc. seen in architectural building elements. The tiles used in the surface coating are designed together with the load-bearing walls. Different deterioration factors that the tiles, the load-bearing walls and the binding mortars to which they are attached, have been exposed in the historical process, also cause the development of various deteriorations. This paper aims to describe the deteriorations that may occur in the tiles used as surface coating material and their carriers and binders, by supporting them with accessible visuals. At the same time, a deterioration chart has been prepared to be used in such studies, and it is aimed to be an example in examining tile deterioration. As a matter of fact, repairing the deteriorations seen in the surface coating tiles used in historical buildings with the right applications depends primarily on the definition of the existing deteriorations by considering them from a correct and holistic perspective.

Keywords: Tile, Deterioration, Protection, Repair, Deterioration Chart

1. GİRİŞ

Pek çok mimari anıtta yapı elemanlarının yüzeyinde hem süsleme hem de kaplama malzemesi olarak kullanılan çini, Türk-İslam mimarisinin üstün nitelikli üretimlerinden biridir. Dayanıklılığı, estetik özelliği, elverişli kullanıma uygun yapısıyla çini, mimari anıtların dış cephelerinde taç kapılarda, minarelerde, pencere alınlık ve şebekelerinde, iç mekânlarda ise duvarlarda, eyvanlarda, kubbelerde, kubbe kasnaklarında, tonozlarda, mihraplarda ve sandukalarda kullanılmıştır. Mimari anıtlarda farklı teknikler ile üretilen ve birleştirilerek düzenlenen yüzey kaplama çinileri, bağlı buldukları taşıyıcıları ve sabitlemede kullanılan harçları ile birlikte kompozit ürünlerdir.

Üretildikleri andan itibaren günümüze kadar geçen tarihi süreçte farklı etkenlere maruz kalan çinilerde, bağlı bulunduğu taşıyıcılarda ve harç malzemelerinde kısmi ya da bütünü kapsayacak bozulmalar meydana gelmektedir. Bu bozulmaların bütüncül olarak tespit edilmesi için de çiniler, taşıyıcı yapı elemanları ve bağlayıcı malzemeleri ayrı ayrı ele alınarak değerlendirilmelidir. Ancak bu sayede katmanlı bir bütün olan yüzey kaplama çinilerinin bozulmaları doğru tespit edilip tanımlanabilir ve bu sayede doğru onarımlarla geleceğe aktarılabilir.

2. YÖNTEM

Yüzey kaplama çinilerinde meydana gelen bozulmalar, öncelikle bağlı bulunduğu taşıyıcı duvarlarda, bağlayıcı malzemelerinde ve birim çini malzemelerinde görülen bozulmalar bağlamında ana ve alt başlıklar altında sınıflandırılmış ve her bozulma başlığı detaylı olarak tanımlanmıştır. Bu sayede yapının ve kaplama çinilerinin özgün durumları değerlendirilmiştir. Ardından bozulmalara yönelik zaman içinde uygulanan onarımlar ele alınmış ve onarıma bağlı bozulmalar tanımlanarak çinilerin özgün durumuna göre meydana gelen bozulmaları tespit edilmiştir. Son olarak zaman içinde yapılan onarımlarda görülen bozulmalar sınıflandırılarak tanımlamaları yapılmıştır. Bu kademeli tespit ve tanımlama ile çinilerin özgün halleri, mevcut durumları ve özgün durumuna göre meydana gelen bozulmalarının değerlendirilmesi sağlanacaktır. Tanımlanan bu bozulmalar, ilgili çalışmalarda elverişli bir kullanım sağlayabilmek için bozulma çizelgesi olarak düzenlenmiştir (Çizelge 1).

Bir araştırma konusu olan bu çalışma, bahsi geçen tespit ve tanımlamalar yapılırken çini ve sırlı seramik bozulmalarıyla ilgili daha önce yapılan kitap, makale, tez, bildiri vb. çalışmalarla desteklenmiştir. Aynı zamanda bozulmaların daha net anlaşılabilmesi için yine kendi çalışmalarımızdan ve benzer çalışmalardan görseller kullanılmıştır. Özellikle özgün duruma göre meydana gelen bozulmaların belirlenmesinde mimari yapılara ilişkin arşiv belgeleri, onarım kayıtları vb. bilgiler büyük öneme sahiptir. Zira yapının onarım geçmişi ve bozulmaları bu sayede daha doğru değerlendirilebilmektedir.

3. BULGULAR

Yalın anlamıyla bozulmayı, üretiminden sonra özgün malzemede görülen, farklı etkiler sonucu meydana gelen fiziksel ve kimyasal değişimler olarak tanımlamaktayız. Bu doğrultuda çinilere ilişkin bozulmalar, aşağıda açıklanacağı gibi dört ana başlık ve otuz dokuz alt başlık altında incelenebilir (Çizelge 1).

3.1. Pano Bozulmaları

Mimaride kullanılan çini kaplamalar, farklı tekniklerde (tek renk, sırlı-yaldızlı, kabartma, minai, kazıma, lüster vb.) üretilen birim çini malzemelerin yine farklı tekniklerde (mozaik, kakma vb.) bir araya getirilmesiyle oluşturulan panolar ve bu panoların belirlenen bir düzende

birleştirilmesiyle oluşturulan daha kapsamlı kompozisyonlardan meydana gelir. Kaplama çinilerini ilgilendiren pano bozulmaları, birim çiniler ile oluşturulan panoları ve bu panolar ile oluşan kompozisyonları ilgilendiren bozulmalar olarak tanımlamaktadır.

Pano bozulmaları; “taşıyıcı bozulmaları”, “pano bağlantı ve derz malzemesi bozulmaları” olarak iki alt başlık ile aşağıdaki açıklanacağı gibi bunların altında toplanabilen on alt başlıkta sınıflandırılabilir (Çizelge 1).

3.2. Taşıyıcı Bozulmaları

Bozulma, birim çinilerin ve/veya birim panoların birleşerek oluşturdukları çini kompozisyonun üzerinde yer aldığı taşıyıcıda (duvar, kubbe kasağı, pencere şebekesi, sanduka, minare vb.) meydana gelen sorunları tanımlar.

Bozulmalar, deprem, homojen olmayan zemin sertliği ve doluluğu, su emilimine bağlı harçlı zemin yumuşaması, vb. gibi nedenlerle ortaya çıkabileceği gibi insana bağlı olarak gelişen trafik, bayındırlık çalışmaları, bakımsızlık, terk, Vandalizm ve kazılar gibi etkenlerle de beslenebilir (Ahunbay, 2009; Çetin, 1993; Bilgen ve Güven, 2000).

Taşıyıcı bozulmaları, “çatlak-kırık”, “yarılma-ayrılma”, “aşınma-ufalanma”, “birim malzeme kaybı” gibi malzemenin fiziksel yapısını etkileyecek türde olabileceği gibi “çiçeklenme-tuzlanma” ve “yüzeysel kirlilik-bitkisel oluşum” gibi harç-hamur ve sır yapısını etkileyecek türde de gelişebilmektedir. Fiziksel, kimyasal ya da biyolojik kaynaklı tüm bozulmalar taşıyıcı duvarların ve birim malzemelerinin mukavemetini ve bütünlüğünü etkilemektedir.

Yukarıda aktarıldığı gibi farklı etkenler sonucunda taşıyıcı duvarlarında gelişen statik denge farkları gerilime sebep olmakta ve sonucunda da çatlak-kırıklar meydana gelmektedir. Çatlak-kırıklara müdahale edilmediği durumda bozulma ilerleyerek yarılma-ayrılmalara sebep olmaktadır. Sıralanan bozulmalar sonucu bütünsel mukavemetini kaybeden taşıyıcı duvar birim malzemelerinde, yüzey yıpranması, tanelenerek dökülme ya da koparak ayrılma türünden bozulmalar ile aşınma-ufalanmalar da görülebilmektedir. Taşıyıcı duvarda ve birim malzemede gelişen tüm bu bozulmalar ile örgüde birim malzeme kaybı ve hatta örgü kaybı gelişmektedir (Çetin, 1993; Koçu, 1994; Caner-Salkıt, 1999; Eskici vd., 2006; Işıksan, 2008; Eskici vd., 2008; Ahunbay, 2009; Eskici ve Kaboğlu, 2011:239; Şener, 2012; Şener, 2013; Şener, 2014; Kap ve Sağlık, 2018) (Resim 1-2-3-4-5).



Resim 1. Batman Zeynel Bey Türbesi, Taşıyıcı Duvarlarda Yarılma-Ayrılma (Solda) (Eskici vd., 2008: 25).

Resim 2. Konya İnce Minareli Medrese, Taşıyıcı Duvarlarda Örgü Kaybı (Sağda)(K.V.B.M.).



Resim 3. Kastamonu Adil Bey Türbesi, taşıyıcı duvarda birim malzeme kaybı (Solda).

Resim 4. Kastamonu Adil Bey Türbesi, taşıyıcı duvarda aşınma-ufalanma (Ortada).

Resim 5. Kastamonu Adil Bey Türbesi, taşıyıcı duvarda derz boşalması (Sağda).

Çeşitli etkenler ile (yağışlar, zeminden kapiler yolla) esere ulaşan suların içerisinde bulunan çözülmüş tuzlar, taşıyıcı duvar zemininden veya duvar yüzeyinden emilerek ilerlemekte, yükselen ısı ile buharlaşmak için yüzeye doğru hareket etmekte ve taşıyıcı duvar yüzeylerinde çözünebilir tuzların oluşturduğu birikimle çiçeklenmeler meydana gelmektedir. Tuzun yüzeyin hemen altında biriktiği durumlarda ise kabuk altı çiçeklenmeler görülmektedir. Tuzlar, topraklı tabakalardan, onarım harçlarından veya malzemesinin kendi yapısından kaynaklı taşıyıcı duvarlara ulaşarak sorun oluşturmaktadır (Caner-Salkıt, 1999; Eskici vd., 2008; Öcal ve Dal, 2012; Şener, 2012; Kap ve Sağlık, 2018) (Resim 6).



Resim 6. Van Hüsrev Paşa Cami, taşıyıcı duvarlarda çiçeklenme-tuzlanma (Belli, 2009: 181)

Taşıyıcı duvar yüzeyinde görülen alg, liken ve yosun gibi mikroorganizmalar ile ot, çalı ve ağaç türündeki bitki gelişimleri fiziksel/mekanik ve kimyasal olarak ürettikleri organik asitler ve köklerinin oluşturdukları basınç sayesinde taşıyıcı duvarların bozulmasına neden olurken, küçük hayvan ve böceklere de taşıyıcılarda bir yaşam alanı oluşturarak bozulmaları desteklemektedirler. Bu bozulmalar karşısında taşıyıcıya bağlı bulunan çinilerde de kısmi ya da bütünsel kayıplar meydana gelmektedir (Şener, 2012; Şener, 2013; Caner-Salkıt, 1999; Eskici vd., 2006; Eskici vd., 2008; Öcal ve Dal, 2012) (Resim 7-8).



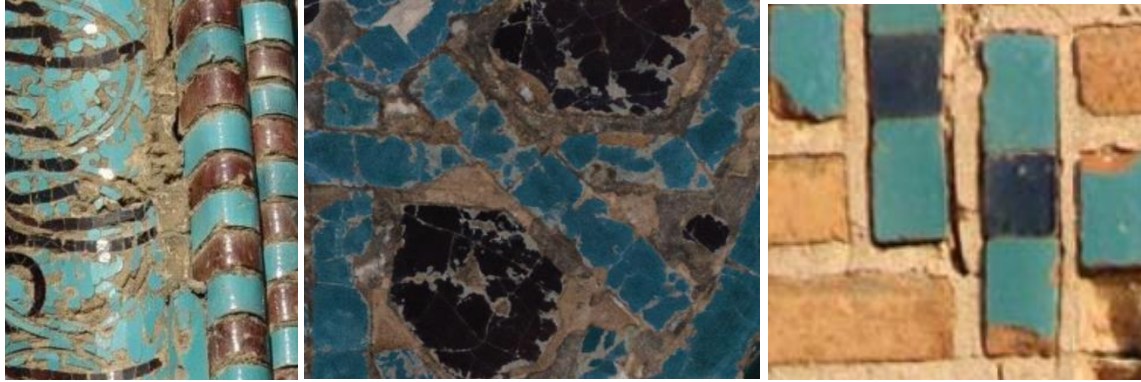
Resim 7. İstanbul Mahmut Paşa Türbesi, taşıyıcı duvarlarda yüzeysel kirlilik (Solda) (Taşkiran, 2014: 76).

Resim 8. Kastamonu Adil Bey Türbesi, taşıyıcı duvarlarda mikrobiyolojik oluşumu (Sağda).

3.3. Pano Bağlantı Harç ve Derz Dolgusunda Bozulmalar

Pano bağlantı harç ve derz malzemeleri, ilk kullanıldığında yapısal olarak yumuşak kıvamlıdır. Ancak hava ile teması sonrasında sertleşerek pano veya parça çinileri taşıyıcıya sabitlemektedir. Bozulma, birim çini panolar ile birim çini parçaların taşıyıcı duvara ve/veya panolara sabitlenmesinde kullanılan taşıyıcı harçlar ile birim malzemeler arasındaki boşlukların doldurulmasında kullanılan derz dolgu harç malzemesindeki sorunları tanımlar.

Harç-derz malzemesinde görülen, özellikle yağmurlarla ve kapiler yollarla zeminde ve üst örtüde bulunan yalıtım problemlerine bağlı olarak ilerleyen nem ve su, zaman içinde bağlayıcı malzemede mukavemet kaybına sebep olur. Oluşan sorunlar, bakımsızlık, terk, deprem vb. etkenlerle daha da ilerlemekte ve harç-dolgu malzemelerde, “aşınma-ufalanma”, “çatlak-kırık”, “kayıp-boşalma” ya sebep olmakta ayrıca “bağlantı malzemesinde veya birim çini malzemesinde kayıp” türü bozulmalara da sebep olmaktadır.



Resim 9. Konya Sırçalı Medrese, harç-derz malzemesinde aşınma-ufalanma (Solda)(URL.1).

Resim 10. Konya Akşehir Taş Medrese, harç-derz malzemesinde parça kaybı (Ortada).

Resim 11. Batman Zeynel Bey Türbesi, harç-derz malzemesinde çatlak-kırık (Sağda)(Eskici vd., 2008: 19).

Mekanik veya kimyasal etkenler sonucu birim çini ve/veya birim panoları sabitleyen harç-derz malzemelerinde, yüzey yıpranması sonucunda oluşan aşınmalar ve yine mekanik etkenlerle bütünü oluşturan tanelerin dökülmesi ya da küçük parçacıkların ayrılarak kopması ile oluşan ufalanmalar meydana gelmektedir (Şener, 2013; Şener, 2014). Isı değişimi, nem, tuz vb. gibi farklı etkenler sonucunda harç-derz malzemesinde gerilimler meydana gelmekte ve bu gerilimler karşısında mukavemet kaybına uğrayan ve devamlılığını yitiren malzeme, bütünlüğünü kısmen koparak kaybettiği durumlarda çatlama, tamamen koparak kaybettiği durumlarda ise kırılma şeklinde bozulmalar göstermektedir (Şener, 2014; Kap ve Sağlık, 2018) (Resim 9-10-11-12-13-14).



Resim 12. Konya Sırça Medrese, harç-derz malzemesinde kayıp (Solda)(URL.2).

Resim 13. Konya İnce Minareli Medrese, derz dolgusu ve birim çinide ayrılma (Ortada).

Resim 14. Konya Sahip Ata Türbe, pano ayrılması (Sağda).

Önceden değinilen pek çok faktör sonucunda gelişen bozulmalar ilerleyerek harç-derz malzemesinde eksilmelere ve sonrasında tamamen boşalmalara-kayıplara yol açmaktadır (Eskici vd., 2006; Eskici vd., 2008; Şener, 2014; Kap ve Sağlık, 2018). Aşınma-ufalanma, çatlak, kırık, eksilme-boşalma olarak görülen bozulmalar, pano bağlantı malzemesinde veya taşıyıcı üzerindeki birim çinilerde bütünlüğü etkileyerek tamamen ya da kısmen kayıplara sebep olmaktadır.

3.4. Malzeme Bozulmaları

Çiniler birim malzeme olarak, hamur, astar, dekor ve sırdan oluşan tabakalı yapıdaki ürünlerdir. Çini üretiminde sadece hamur ve sır tabakalı (sırlı çömlerler gibi); hamur, astar ve sır tabakalı (sigrafitto-kazıma tekniği gibi); hamur, dekor ve sır tabakalı (sır altı tekniği gibi) ya da hamur, astar, dekor ve sır tabakalı (sır altı tekniği gibi) uygulamalar görülmektedir. Bahsi geçen tabakalardan oluşan yapı, iki ya da daha fazla kez farklı sıcaklıklarda pişirilerek katmanların birbirine kaynaşması ve yüzeyin camsılaştırılması sağlanmakta ve kullanıma hazır hale gelmektedir.

Çinilerinde görülen malzeme bozulmaları, temel olarak katmanlı yapıyı oluşturan birim çiniyi ilgilendiren bozulmalar olarak tanımlanmıştır. Malzeme bozulmaları; “hamur bozulmaları” ve “sır bozulmaları” bozulmaları olarak iki ana başlık altında açıklanan, on üç alt başlıkta toplanmıştır (Çizelge 1).

3.5. Hamur Bozulmaları

Birim çinilerin ana malzemesi olan hamur tabakası, pek çok inorganik malzemenin birleşiminden oluşmaktadır. Pişirim öncesinde, içinde bulunan su miktarına bağlı yumuşak ve şekillendirilebilir olan hamur, yüksek ısı fırınlarında pişirilerek sabitlenmektedir. Bozulma, hamur malzemede görülecek tüm sorunları tanımlar.

Hamur bozulmaları, “çatlak-kırık”, “aşınma-ufalanma”, “parça kaybı”, “kirlilik-leke”, “nem” “çiçeklenme-tuzlanma” gibi malzemenin daha çok fiziksel yapısını etkileyecek türde gelişmektedir. Tüm bozulmalar çini çamurunun mukavemetini ve bütünlüğünü etkilemektedir.

Çini hamurunun maruz kalacağı farklı etkenlerle hamur yüzeyinin yıpranması ve hamuru oluşturan tanelerin dökülmesi ya da koparak çözülmesi ile aşınma ve ufalanmalar oluşmaktadır. Aşınma ve ufalanma tipi bozulmalara mekanik, kimyasal ve insani faktörler; yani korozyon, erozyon, don, tuz kristalizasyonu, genişleme, çekme, eskime vb. faktörler yol açmaktadır (Koçu, 1994; Şener, 1997; Eskici ve Kabaoğlu, 2011; Bayazit ve Işık, 2014; Şener, 2014) (Resim 15-16).



Resim 15. Konya İnce Minareli Medrese, Hamurda Aşınma-Ufalanma (Solda).

Resim 16. Akşehir Taş Medrese Türbesi, Hamurda Aşınma-Ufalanma (Sağda).

Çini hamurunun üretimde kullanılan malzemelerin yapısı, oranı ve uygulamalarına bağlı olarak temellenen sorunlar ya da sonrasında karşılaştıkları çevresel etkenler ile beslenerek oluşan gerilimler, malzeme bütününe devamlılığını yitirmesine yol açmakta, gerilime bağlı malzeme bütünlüğünün kısmen kaybedilmesiyle çatlaklar, tamamen ayrılması ile de kırıklar ortaya çıkmaktadır. Hamur malzemelerin iyi elenmemesi, yanlış kurutulması ve fırınlanması, ısı değişimi, nem, tuz vb. gibi faktörler malzeme bütünlüğünde bozucu etkiye sahiptir. Aşınma, ufalanma, çatlak, kırıklar sonucu mukavemet kaybı yaşayan hamurda oluşan koparak ayrılmalar veya mekanik bir etkiye maruz kalmasıyla kaybedilen her türlü eksilmeler ile de parça kayıpları meydana gelmektedir (Arcasoy, 1983; Şener, 1997; Eskici, 2004; Fraser, 2010; Eskici ve Kabaoğlu, 2011; Işıkhana, 2012; Bayazit ve Işık, 2014; Şener, 2014; Zeyveli ve Eskici, 2019) (Resim 17-18).



Resim 17. İznik çini fırınları kazı buluntusu çini hamurunda ve sırda kırık (Solda) (Arlı, 2018: 589).

Resim 18. Kastamonu Küre-i Hadit Cami, çini hamurunda parça kaybı (Sağda).

Çini hamuru yüzeyinde, atmosferde yüksek oranda bulunan maddelerin-partiküllerin yol açtığı hava kirliliği ile bakımsızlık ve kötü kullanım gibi insani faktörler sonucu renk değişimleri ve yüzeysel kirlilikler meydana gelmektedir. Bu etkiler ilerleyen seviyede hamurun yapısal ve estetik bütünlüğü için risk oluşturacak yüzeysel birikimleri de beraberinde getirebilmektedir. Ayrıca duvar ve kaplama yüzeylerinde suyla çözünerek gezinen tuzlara bağlı yama veya bant şeklindeki lekelenmeler ve devamında tuzlanma-çiçeklenme gibi bozulmalara da sebep olmaktadır (Torraca, 1982' den aktaran Öcal ve Dal, 2012; Küçük, 1997; Şener, 1997; Eskici ve Kabaoğlu, 2011; Bayazit ve Işık, 2014; Şener, 2014).

3.6. Sır Bozulmaları

Çinide sır tabakası, hamur, astar ve dekor tabakalarını kaplayan hem malzemenin dayanıklılığını arttıran hem de camsı dokusuyla estetik üstünlük kazandıran özelliğe sahiptir. Hamurda olduğu gibi sır da kompozit bir bileşendir. Bozulma, sır tabakasında görülen sorunları tanımlar.

Yüzey Kaplama Çinilerinde Görülen Bozulmalar ve Bozulmaların Tespitine İlişkin Çizelge Önerisi

Sır bozulmaları, “çatlak-kırık”, “parça kaybı”, “kabuklanma-kavlama”, “yüzeysel kirlilik-is tabakası”, “leke”, “korozyon”, “çiçeklenme-tuzlanma” tipinde görülebilmektedir. Fiziksel ya da kimyasal kaynaklı tüm bozulmalar çini sır tabakasının mukavemetini ve bütünlüğünü etkilemektedir.

Sırı oluşturan malzemelerin seçimi, oranı, hamur malzemesiyle olan uyumu, pişirim sırasında ve sonrasında gerçekleşen ısı farklılıkları gibi üretim hataları veya ısı değişimi, nem, tuz vb. gibi çevresel etkenlerle oluşan gerilimler sonucu sırda kısmi çözümlerle çatlaklar, tamamen ayrılmalara da kırıklar meydana gelmektedir, devamında parça kayıpları da görülmektedir. Ayrıca üretime bağlı olarak yanma, renk değişimi, kabarcık-baloncuk oluşumu, gözeneklilik, yumrulaşma, zayıflama ve kolay dağılma gibi bozulmalarda görülebilmektedir (Arcasoy, 1983; Küçük, 1997; Şener, 1997; Işıkhan, 2008; Zeyveli ve Eskici, 2019; Fraser, 2010; Mirdanlı ve Sakarya, 2009) (Resim 19-20).

Üretim aşamasında çini birim malzemede kullanılan bileşenlerin uyumsuzluğu sonucu gelişen ya da üretildikten sonraki ilk dönemlerde birbirini tutan hamur, astar ve sır tabakalarının sonraki dönemde maruz kaldıkları don, tuz kristalleşmesi gibi mekanik zorlamalarla kısmen veya bütünü ilgilendiren ölçüde çözümler yaşanması, sırda kavlama ve kabuklanarak ayrılmalara sebep olmaktadır. Ayrıca sırdaki bu tip koparak ayrılmalara, çinili yapıların yangına maruz kalmasıyla ani yükselen ısıdan kaynaklı, çinilerin içinde ve dıştaki farklı hacim genişlemesi sonucunda da gelişebilmektedir (Kieslinger 1968, 13'ten aktaran Belli, 2009; Şahin, 1983; Buys ve Oakley, 1993; Küçük, 1997; Işıkhan, 2012; Atalay ve Güler, 2014) (Resim 21).



Resim 19. Konya İnce Minareli Medrese, kazı buluntusu, sır yüzeyinde parça kaybı (Solda).

Resim 20. Konya Sahip Ata Hankah, sır çatlağı (Sağda).



Resim 21. Tek renk sırlı çini karo (Işıl Konak üretimi), sırda kavlama.

Atmosferde yüksek oranlarda bulunan ev, fabrika ve araç yakıtları vb. gibi yanmış karbon ve sülfür türü atıklar, uçucu küller, toz ve kum gibi havada salınan metal ve mineral parçacıklar sonucu oluşan hava kirliliği, rüzgâr ve dalgalar yoluyla denizden gelen su zerrelerine bağlı tuzlar, hatalı onarım müdahalelerine bağlı (boya harç lekeleri gibi) kalıntılar sır yüzeyinde birikim, kirlilik ve siyah tabaka oluşumlarına sebep olmaktadır. Ayrıca çevre ve iklim şartlarına açık

malzemelerde, nemli yüzeylerde görülen alg ve liken gibi su yosunu türü mikroorganizmalar da yüzeyde patina-tabaka oluşturmaktadır. Bu tür bozulmalar estetik bir problem olarak görülmekle birlikte, yüzeyde gözeneklerinde suyu tutmakta ve tuzlanma, ufalanma, aşınma gibi farklı bozulma türlerine de zemin hazırlamaktadır (Küçük, 1997; Büyükkakıncı, 2010; Işıksan, 2012; Şener, 2014) (Resim 22-23).



Resim 22. Diyarbakır Sahabeler Türbesi, sır yüzeyinde onarıma bağlı harç boya kalıntıları (Çığ, 2014: 10).

Resim 23. Bursa Yeşil Cami, sır yüzeyinde siyah tabaka oluşumu (Sağda) (B.V.B.M.).

Nem, onarımlara bağlı uygulamalar ve kullanılan malzemelerden kaynaklanan organik veya inorganik kökenli kirlilik unsurları sır yüzeyinde görsel niteliği bozan lekelenmelere sebep olmaktadır (Küçük, 1997; Şener, 1997; Başaran, 2000; Işıksan, 2012). Ayrıca sır yüzeyinde sır bileşiminde yer alan malzemelerin kimyasal etkilerle renk değişimine yol açan korozyon da görülür. Hava kirliliğinin bulunduğu ortamlarda oluşan asit ve çiniler ile birlikte kullanılan metaller de korozyonun oluşmasına en büyük etkindir (Boreli, 1999: 7'den aktaran Taşkıran, 2014; Fraser, 2010) (Resim 24-25).



Resim 24. İznik çini fırınları kazı buluntusu, sır yüzeyinde korozyon (Solda) (Arlı, 2018: 591).

Resim 25. Diyarbakır Hüsrev Paşa Cami, sır yüzeyinde kirlilik (Sağda) (Çığ, 2014: 8).

Sır ve dekor boya bileşiminde kullanılan oksit sülfat ve nitrat, sodyum ve potasyumdan arıtılmış pigment ve ara malzemelerin kullanılması ile sırlı fırınlama sonrasında, sır ve boyalar üzerinde ince tuz oluşumu da görülebilmektedir. Üretimden kaynaklı bu tuz oluşumları dışında, zeminden gelen ve hamurdan ilerleyerek sır yüzeyine yönelen su-nem ile hem sudaki hem de duvar ve çini hamur malzemesindeki çözünür tuzlar da yükselen ısı karşısında yüzeyde veya hemen altında kristalleşerek tuzlanma-çiçeklenmelere sebep olmaktadır (Buys ve Oakley, 1993; Küçük, 1997; Işıksan, 2012) (Resim 26).



Resim 26. Konya Sahip Ata Hankahı, sır yüzeyinde tuzlanma-çiçeklenme

3.7. Onarım ve Diğer Müdahalelerden Kaynaklı Bozulmalar:

Çini malzeme, bağlı buldukları yapılar ile birlikte tarihi seyir içinde çeşitli bozulmalara uğramakta, bu bozulmalara göre de farklı nitelikte onarımlar geçirmektedirler. Onarımlar ilk bakışta yapının ve çinilerin mevcut durumlarını korumak için güçlendirmesi ve geleceğe mevcut halini koruyarak aktarması için amaçlansa da yapılan işlemlerin ve kullanılan malzemelerin niteliği bazen bu amaç dışında veya tam tersi bir sonuç doğurabilmektedir (Eskici, 2008). Ayrıca yine onarımlar sırasında orantısız güç uygulanması ile oluşan çatlak ve kırıklar, zımpara, eğe, törpü, matkap gibi malzemelerin doğru ve dikkatli kullanılmaması sonucu oluşan aşınmalar, hatalı onarımların sonucu oluşan bozulmalar kapsamına girmektedir (Zeyveli ve Eskici, 2019). Onarımlar haricinde çinilerin sahip olduğu çeşitli değerlerden dolayı kâr ya da yıkım amaçlı, kasti zarara uğradıkları da görülmektedir. Bozulma, çinilerde üretimden sonraki aşamalarda onarılmak, kar elde etmek ya da zarar vermek amaçlı gerçekleştirilen müdahaleler sonucu ortaya çıkan sorunları tanımlanmaktadır.

Çinilerde onarım ve diğer müdahalelerden kaynaklı gelişen bozulmalar, “hatalı tamamlama uygulamaları”, “hatalı temizlik”, “hatalı yapıştırma-birleştirme”, “hatalı malzeme kullanımı”, “onarımlara ait leke ve kirlilikler”, “hatalı yüzey koruma uygulamaları” ve “Vandalizm” olarak sıralanabilir (Çizelge 1).

3.8. Hatalı Tamamlama Uygulamaları

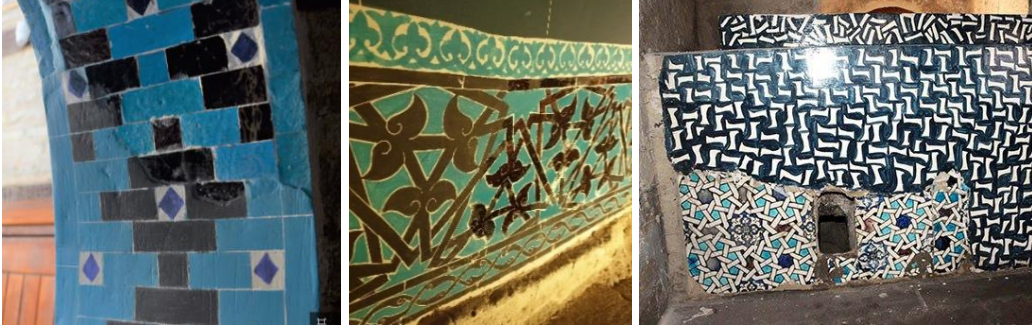
Yüzey çinilerinde genel olarak fiziksel, kimyasal, doğal, insani vb. etkenler sonucu oluşan bozulmalar çoğunlukla pano, birim çini ya da birim çinide parça kayıplarına sebep olmaktadır. Bu eksilmelerin giderilmesi amacıyla yapılan uygulamalar tamamlama-tümleme olarak tanımlanır (Bakırer, 1985).

Tamamlama, özgün çini malzemenin önüne geçmeden ve zarar vermeden, mevcut bütünlüğünü korumak için yapılan ve duruma göre birden fazla seçeneği bulunan müdahalelerdir. Ancak uygulamalarda seçilen yanlış teknikler ve kullanılan malzeme seçimine dayalı hatalı tamamlamalar ortaya çıkmaktadır. Bu uygulamalar özgün kaplamada ve çiniler üzerinde geri dönüşümsüz bozulmalara sebep olmaktadır. Çini tamamlamaları, malzeme ve dekor bazında, pratik (koruma) veya estetik (görünüş) ihtiyaç temelinde gerçekleştirilebilir. Her ne sebeple olursa olsun yapılacak tamamlamaların uluslararası kabul gören tüzüklere¹ uygun olması gerekmektedir, aksi takdirde yapılan uygulama bozucu ve yanıltıcı olabilmektedir (Eskici, 2018).

Tamamlama uygulamalarında ihtiyaca göre, destek tamamlama (yapısal tamamlama) ve biçimsel tamamlama (formun bütünlenmesi) yapıldıktan sonra çinili alanlarda da yeniden üretilen

¹ Carta Del Restauro (Restorasyon Tüzüğü)'nin 2. maddesinde: “Madde 2- Sanatsal nedenler veya mimari bütünlük sağlama kaygısından kaynaklanan restorasyon sorunları tarihi ilke ve ölçütlerle sıkı sıkıya bağlıdır; bir anıtın bütünlenmesi birtakım varsayımlara değil, anıtın sağladığı kesin verilere ve büyük ölçüde anıtın özgün öğelerine dayandığı takdirde gündeme gelebilir.” Şeklinde açıklanmaktadır. Bkz. İnternet: Carta Del Restauro (1931) (URL-3). Venedik Tüzüğü Madde 12’de, “Madde 12- Eksik kısımlar tamamlanırken, bütünlüğe uyumlu bir şekilde bağdaştırılmalıdır; fakat bu onarımın, aynı zamanda sanatsal ve tarihi tanıklığı yanlış bir biçimde yansıtmaması için, özgünden ayırt edilebilecek bir şekilde yapılması gereklidir.” şeklinde açıklanmaktadır. Bkz. İnternet: Venedik Tüzüğü (1964) (URL.4).

birim malzeme ile, dolgu-harç ile, çizgisel desen ile ve renklendirme ile tamamlamalar bitirilmektedir (Eskici, 2018). Onarımlarda, harçlı tamamlamaların özgün çinilerin renk, form gibi özelliklerini örtecek nitelikte taşkın uygulaması, dekorun tamamı hakkında net bilgi bulunmamasına rağmen afaki tahminlere dayanarak kompozisyonların bütünsel tamamlanması ve özgün çinilerin rengiyle birebir aynı tonda yapılan renklendirmeli uygulamalar hatalı tamamlama olarak tanımlanmaktadır (Resim 27-28-29).



Resim 27. Konya Sahip Ata Türbe, onarımda mimetik tamamlama (Solda).

Resim 28. Konya Sahip Ata Türbe, onarımda mimetik tamamlama (Ortada).

Resim 29. Sivas Şifahıye Medrese Türbesi, onarımda hatalı tamamlama (Sağda) (URL. 5).

3.9. Hatalı Temizlik Uygulamaları

Çini yüzeylerinde, farklı etkenler sonucu oluşan farklı nitelikteki kirlerin temizlenmesi için mekanik, kimyasal vb. farklı yöntemler kullanılabilir. Bozulma, özgün malzeme için zarar verici olan kirlerin temizlenmesinde yanlış yöntem, yanlış malzeme veya yanlış sürenin seçilmesine bağlı olarak gelişen sorunları tanımlar. Hatalı temizlik uygulamaları çinili yüzeylerde matlık, kayıp, aşınma vb. ciddi bozulmalara sebep olarak, özgün yüzeyin yapısını geri dönüşümsüz şekilde bozabilmekte ve ciddi bir risk faktörü oluşturmaktadır. Temizlik uygulamasında temizlenecek malzemenin türü, korunma durumu, seçilen teknik, uygulama süresi, kullanılan malzeme vb. gibi ayrıntılar işleminin sonucunu ve doğruluğunu etkilemektedir (Eskici, 2009; Eskici, 2013; Şener, 2013; Başaran, 2000; Küçük, 1997; Bilgen, 2019).

3.10. Hatalı Yapıştırma-Birleştirme

Çinilerde görülen kırık, çatlak, parça kaybı gibi özgün çiniyi etkileyen bozulmalarda, ayrılan mevcut parçalar yapıştırılıp-birleştirilerek yeniden bütünlük sağlanabilir. Bozulma, çinilerde bütünlüğü sağlamak amacıyla yapılan yapıştırma işlemlerinde geri dönüşümsüz ve özgüne zarar verecek nitelikteki yapıştırıcıların kullanılması veya kırık, kopuk parçaların birleştirilmesinde özgün formun yakalanmasına özen göstermeden yapılan özensiz uygulamaları tanımlar. Yapıştırma -birleştirme uygulamasında yapıştırıcı malzemenin türü, uygulanış şekli, kopan parçaların özgün durumuna göre doğru şekilde yapıştırılması işleminin sonucunu ve doğruluğunu etkilemektedir.

Zira kullanılan yapıştırıcı ve dolgu malzemelerinin fazla kullanımı ile yüzeye bulaşması ve yapıştırma sonrası gerektiği gibi temizlenmemesi sonucu yüzeyde sararma, kirlilik ve lekelenmeler meydana gelmektedir. Ayrıca fazla yapıştırıcının temizlenmesi sırasında uygulamaya bağlı kopma ve aşınmalar, yapıştırıcı bantların uzun süre yüzeyde kalmasının sonucu lekelenmeler, yüzeyde kalan bantların toz ve kirleri çekmesiyle de yüzeyde birikinti oluşabilmektedir (Şener, 1997; Zeyveli ve Eskici, 2019; Eskici, 2004; Küçük, 1997) (Resim 30-31-32).



Resim 30. Konya Sahip Ata Halkah, onarımda hatalı birleştirme (Solda).

Resim 31. Diyarbakır İskender Paşa Cami, onarımda hatalı birleştirme (Ortada) (Çığ, 2014: 12).

Resim 32. Kastamonu Küre-i Hadit Cami, onarımda hatalı birleştirme (Sağda).

3.11. Hatalı Malzeme Kullanımı

Gerçekleştirilen onarımlar, yapıldığı dönemin algı ve imkânlarına göre şekillenmekte ve buna paralel farklılıklar göstermektedir. Bahsi geçen onarımlardaki farklılıklar sadece uygulamalarda değil, kullanılan malzemeler için de geçerlidir. Bozulma, onarımlar esnasında kullanılan birim, taşıyıcı ya da birleştirici malzemelerde özgülüne uygun olmayan, kısa ya da uzun vadede özgülüne zarar verebilecek malzemelerin kullanımına bağlı gelişen sorunları tanımlamaktadır.

Örneğin ülkemizde 1940'lı yıllardan sonra kullanılmaya başlanan ve çinilerin bozulmasına sebep olduğu anlaşılan çimento katkı harçlar, hatalı malzeme olarak değerlendirilir (Kap ve Sağlık, 2018). Çünkü çimento katkı harçlar özgül malzemeyle genişleme, geçirgenlik, sağlamlık açısından uyumsuzlukta, zamanla özelliğini yitirerek bulunduğu yerlerden ayrılabilmekte, işlevini kaybetmekte ve içeriğindeki tuz sayesinde de özgül malzemede risk oluşturarak yeni bozulmalara sebep olmaktadır (Şener, 2012).

3.12. Onarımlara Ait Leke-Kirlilik

Çiniler zaman içinde sahip oldukları bozulmalara yönelik farklı nitelikli uygulamalar geçirmekte ve bu onarımlarda harç, derz, yapıştırıcı, boya gibi dikkatli kullanılmadığı takdirde yüzeylerde kalıntı, leke, kirlilik bırakabilecek malzemeler kullanılmaktadır. Bozulma, çini onarımlarında kullanılan malzemeye ve uygulamaya bağlı gelişen yüzeysel sorunları tanımlamaktadır.

Onarımlar esnasında derz tamamlamalarında ya da dolgu işlemlerinde kullanılan harç ve boya malzeme dikkatli kullanılmadığı durumlarda özgül çini yüzeyine taşmakta ve kirlenmesine sebep olmaktadır. Aynı kirlilik taşan harçları temizlemek için yapılan ancak tam temizlenmeden bırakılan uygulamalarda da kalıntı lekeleri olarak görülmektedir. Bozulmalar sonucu taşıyıcı duvarlarda ve çinilerde etkili olan nem sorunu giderildikten sonra da yüzeylerde nem işareti lekelenmeler görülebilmektedir (Resim 33-34).



Resim 33. Akşehir Taş Mescit, onarıma ait leke-kirlilik (Solda).

Resim 34. Ankara Etnografya Müzesi çini pano, onarıma ait bant lekesi (Sağda) (Zeyveli ve Eskici, 2019: 438)

3.13. Hatalı Yüzey Koruma Uygulamaları

Çini onarımlarında yüzey koruma son aşama uygulaması olarak önemlidir. Yüzey koruma uygulaması, güçlendirilen ve eksiklikleri giderilen çinilerin hem onarılan kısımlarında hem de özgün çini yüzeylerinde uygulanmaktadır. Bozulma, çini yüzeyleri korumak için kullanılan malzemenin seçiminde, hazırlanmasında ve uygulanması sonucu oluşacak sorunları tanımlamaktadır.

Yüzey koruma uygulamalarında genelde Paraloid B 72 olarak isimlendirilen renksiz termoplastik akrilik reçine türü kullanılmaktadır. Malzeme aşınmaya dayanıklı, geri dönüşümlü, kimyasal olarak zararsız, sararmayan yüzey oluşturan kaplama ile sağlamlaştırıcı-koruyucu kullanılmaktadır. Bu malzeme aseton gibi solventler ile çözülmekte ve belirlenen oranlarda seyreltilerek solüsyonlar oluşturulmaktadır (Baykan, 2018). Solüsyon oluşturulurken çözücü, seyreltici ve reçine malzemenin oranları çok önemlidir. Ayrıca hazırlanan solüsyonun yüzeye uygulama şekli, uygulanma tekrarı da sonucu etkilemektedir. Zira camsı bir sır yüzeyine sahip çinilerde yüzey koruma solüsyonunun fazla kere ya da kalın kıvamlı uygulanması sonucu yüzeyi matlaştırarak (opak) bir tabaka oluşmakta ve zaman içinde kirlenmelere bağlı olarak yüzeyde görülen istenmeyen etki artabilmektedir (Resim 35-36).



Resim 35. Sahip Ata Cami, yüzey koruma uygulamasına bağlı opak görünüş (Solda).

Resim 36. Sahip Ata Cami, yüzey koruma uygulamasına bağlı opak görünüş (Sağda).

3.14. Vandalizm

Çiniler estetik ve işlevsel özellikleriyle tüm zamanlarda insanların tercihi olmuştur. Bu yoğun ilgi bazı durumlarda çinilerin bozulmalarına ve hatta yok olmalarına yol açmıştır. Bozulma, insan eliyle gerçekleşen kasti yıkımlar, tahripler sonucu ortaya çıkan sorunlar olarak tanımlanmaktadır.

Bu tür bozulmalar, bazen savaşlardaki saldırılar sırasında doğrudan veya dolaylı olarak gerçekleşmekte, bazen sahip olduğu maddi değerden faydalanmak için meydana gelmektedir. Ayrıca çinili yapıların tarihi süreç içindeki kullanımları esnasında değerleri bilmeden günlük kullanım eşyası gibi görülmesiyle de şiddetli bozulmalar meydana gelebilmektedir. En anlaşılabilir kasti zararlar ise müdahaleler esnasında onarmak yerine yıkılmak istenmesi sonucu oluşmaktadır (Asatekin, 2004; Ahunbay, 2009) (Resim 37-38).



Resim 37. Konya Sahip Ata Halkah, hırsızlık olayı esnasında kırılan pencere şebekesi (Solda) (K.V.B.M.).

Resim 38. Erzurum Lala Paşa Camii, savaşta kırılan pencere alınlık çinileri (Sağda)(E.V.B.M.).

3.15. Müdahalelerde Bozulmalar

Çiniler, farklı etkenler sonucu oluşan bozulmalar sonrasında onarımlara uğrarlar. Ancak onarımların ardından aynı bölgelerde bozulmaların tekrarlandığı ya da yeni bozulmaların ortaya çıktığı görülebilmektedir. Bozulma, çini bezemeli alanlarda oluşan sorunların giderilmesine yönelik yapılan onarım uygulamalarında müdahale sonrası ortaya çıkan sorunları tanımlamaktadır.

Müdahalelerdeki bozulmalar; özgün çinilerin ham madde içeriği ile üretim teknolojilerine, onarımlar esnasında kullanılan malzemenin niteliğine, kullanım miktarına, uygulama şekline, uygulama alanına, uygulayan kişiye, bozulmaların bütünsel ele alınıp alınmadığına ve onarımlardan sonra zaman içinde karşılaştıkları bozucu (çevresel, iklimsel, kimyasal, bakımsızlık vb.) etkenlere bağlı olarak gelişebilmektedir (Konak, 2021: 432).

Müdahalelerdeki bozulmalar; "Nem", "Leke", "Tuzlanma-çiçeklenme", "Yüzey boyalarında kabarma-ayrılma-solma", "Kırık-çatlak" ve "Parça kaybı" olarak tasnif edilebilir (Çizelge 1).

3.15.1. Nem

Müdahalelerde görülen bozulmalardan birisi, onarılan çinilere ya da çinili yapılara çeşitli yollarla ulaşan suyun oluşturduğu nem sorunudur. Bozulma, çini onarımları sonrasında, onarılan bölgelerde nemden kaynaklı gelişen yeni bozulmalar olarak tanımlanmaktadır.

Önceden onarım geçirmiş ancak yeniden onarıma ihtiyaç duyar hale gelen ya da kısa zaman önce onarılmış olmasına rağmen sorunların tamamen giderilemediği durumlarda, zeminden veya üst örtüden emilen suyun, özgün ve onarım malzemelerinin yapısından imkân bularak ilerlemesi, suyun kaynağına olan yakınlıklarından dolayı da daha çok yapıların dış yüzeylerinde, iç mekân üst örtü ve zemin seviyesine yakın alt alanlarda nem sorununa yol açmaktadır.

Neme bağlı sorunlar genel olarak suyun, zemin toprağının ya da malzemenin barındırdığı tuz mineralleri ile oluşan kimyasal etkenlerden ya da don, erime gibi iklim etkileriyle oluşan gerilimlerden kaynaklı mekanik etkenlerden beslenerek, birim çini malzeme ve hatta ilerleyerek panolara genişleyen bozulmalara sebep olabilmektedir (Resim 39-40).



Resim 39. Konya Tahir ile Zühre Mescidi, onarımlardan sonra görülen nem (Solda).

Resim 40. Sivas Gök Medrese, onarımlardan sonra görülen nem (Sağda) (S.V.B.M.).

3.15.2. Leke

Bozulma, onarılan çini yüzeylerin, organik veya inorganik kökenli kirlilik unsurları ile kısmi ya da bütünsel olarak kaplanması olarak tanımlanmaktadır. Bu tür bozulmalar, badana-sıva, hatalı malzeme kullanımı, yangın vb. etkenler ile doğrudan ya da nem, tuzlanma, hava kirliliği, tabakalaşma vb. etkenler ile dolaylı olarak gelişebilmektedir.

Onarımlarda leke oluşumları sadece görsel ve estetik nitelikli bir bozulma değildir, ilerlediği durumlarda onarılan yüzeylerde ve özgün çinilerde bütünü ilgilendiren bozulmalara sebep olabilecek ciddi bir bozucu etkidir (Resim 41-42).



Resim 41. Kastamonu Küre-i Hadit Cami, onarımlardan sonra görülen leke (Solda).

Resim 42. Erzurum Lala Paşa Cami, onarımlardan sonra görülen leke (Sağda).

3.15.3. Tuzlanma-Çiçeklenme

Onarımlarda çini eksikliklerine yönelik yapılan harçlı tamamlamalarda ya da yeniden üretim çinilerle yapılan tamamlamalı yüzeylerde nemden kaynaklı çözünabilir tuzların oluşturduğu tuzlanma-çiçeklenmeler görülebilmektedir. Yapı elemanlarında emilen suların onarılan yüzeylerde yayılması ve iklimsel etkiler sonucu buharlaşmak için yüzeye yönelmesiyle su buharlaşmakta tuzlar ise kristalleşerek sert yüzeylerin oluşumuna sebep olmaktadır (Resim 43-44).



Resim 43. Konya Sahip Ata Hankah, onarımlardan sonra yeniden üretim çinilerde çiçeklenme-tuzlanma (Solda).

Resim 44. Sivas Gök Medrese, onarımlardan sonra yeniden üretim çinilerde çiçeklenme-tuzlanma (Sağda).

3.15.4. Yüzeyde Tamamlamaya Ait Boyalarda Kabarma, Ayrılma ve Solma

Bozulma, çinilerde görülen eksikliklere yönelik yapılan harç üzeri boyamalı tamamlamalarda oluşan boyalardaki sorunları tanımlar.

Bozulmalar, kullanılan boyalarda renk solmaları veya boya yüzeyinin ayrılması şeklinde görülebilmektedir. Boya solmaları çevresel etkiler sonucu gelişirken, kullanılan boyanın niteliği yani dayanıklılığı da etkili olmaktadır. Boya yüzeyinin ayrılması ise nemden kaynaklı oluşan gerilimle harç malzemeye yüzey boyası arasındaki bağın zayıflaması sonucu meydana gelmektedir (Resim 45-46).



Resim 45. Konya Sahip Ata Cami, onarımlardan sonra görülen yüzey boya kabarması (Solda).

Resim 46. Akşehir Taş Mescit, onarımlardan sonra görülen boya solmaları (Sağda).

3.15.5. Kırık-Çatlak

Bozulma, alçı harçlı yapılan tamamlamalı yüzeylerde veya yeniden üretim çinileriyle yapılan tamamlamalı yüzeylerde görülen kılcal ya da derin yüzey bütünlük kayıpları yani yüzeysel ayrılmalar olarak tanımlanmaktadır.

Onarılan çini ya da harçlı yüzeylerde neme ve taşıdığı tuza bağlı olarak yaşanacak don, erime ve tuz kristalleşmesi esnasında hacim artmakta, basınç ve gerilim oluşmaktadır. Ayrıca tuzlanma da görülebilmektedir. Bu etkiler sonucu mukavemet kaybı yaşanan alanlarda kırıklar ve çatlaklar meydana gelmektedir. Bu tip sorunlar her ne kadar onarım alanlarında meydana gelse de bağlı bulunduğu özgün çinilerin bozulması için risk oluşturabilmektedir (Resim 47).



Resim 47. Erzurum Lala Paşa Cami, onarımlardan sonra görülen çatlak.

3.15.6. Parça Kaybı

Bozulma, onarımlarda kullanılan tamamlama malzemelerinde müdahale sonrası gelişen eksilmeleri tanımlar. Bozulmalar, tamamlama malzemelerinde aşınma-ufalanmalar ile başlayıp gelişerek parça kaybına sebep olabileceği gibi mekanik etkenler sonucu doğrudan parça kaybı türünde de meydana gelebilmektedir.

Bu bozulmada alçı-harç ya da hidrolik kireç gibi zararsız malzeme kullanılmışsa meydana gelen sorunlar geri alınabilir nitelikte oldukları için özgülüne daha az zarar vermektedir. Ancak çimento katkılı harç gibi malzemelerin bozulması özgül malzemeyi daha fazla etkilemektedir. Bozulmalar, yalıtım sorunlarına, onarımlarda kullanılan malzemelerin niteliğine, maruz kalınan çevresel etkenlerle bağlı gelişip ilerleme gösterebilmektedir (Resim 48-49).



Resim 48. Sahip Ata Türbe, onarımlardan sonra görülen parça kaybı (Solda).

Resim 49. Tahir ile Zühre Mescidi, onarımlardan sonra görülen parça kaybı (Sağda).

SONUÇ

Kompozit bir üretim olan çinilerde genel olarak görülebilecek bozulmalar ve bozulmalara etki eden faktörler, yukarıda açıklandığı gibi hem tek başına oldukça etkili hem de birbirleriyle yakından ilişkilidir. Yani çinilerde ya da taşıyıcılarda oluşan sorun ya da bozulmaya etki eden faktör, birim çiniyi, çini panoyu ve devamında kompozisyon bütünlüğünü etkileyebilmektedir. Bu bakımdan çinilere ilişkin herhangi bir bozulma ya da bozucu faktör ele alınacağına, taşıyıcısı ve yapının sorunları da dikkate alınmalıdır. Zira yapıda ya da çinilerde oluşan herhangi bir bozulma kesintisiz zincir gibi aktarılan ve ilerleyen etkiye sahiptir. Bu etkili ilişki, kaplama çinilerin bozulmalarını tasnif etmekte de karışıklığa sebep olabilir. Zira bozulmalar nitelik olarak çok benzerlik taşımaktadır. Çatlama-kırılma, aşınma-ufalanma, parça-birim malzeme kaybı vb. bozulmalar malzemelerin çoğunda yakın özellik göstermekte, sadece malzeme farkı bu bozulmaları ayırt edilebilir kılmaktadır. Bu durumda çini bozulmalarının daha doğru ve net ayrımlarla tespiti için, bozulmaların kademeli olarak sınıflandırılması ve grupların ayrı ayrı incelenmesi gerekliliği anlaşılmaktadır. Çalışmamız için hazırlanan çizelge bu amaç

doğrultusunda pano, malzeme, onarımdan kaynaklı ve onarımlarda görülen bozulmalar olarak dört ana başlığa ayrılmış ve her başlıktaki bozulmalar detaylı alt başlıklar halinde isimlendirilmiştir.

Bozulmaların tasnif edilmesinde, malzemenin, taşıyıcının ve her ikisi arasında bağı sağlayan harç-derz malzemenin ve son olarak da müdahale ve onarımlarda kullanılan malzemenin, uygulama niteliğinin tespit edilebilmesi önemlidir. Bu sayede bozulmalar tam olarak tespit edilmiş olacaktır. Bozulmaların eksiksiz tespiti, uygulanacak onarım uygulamaları için de daha sağlıklı sonuçlar verecektir. Zira tarihi yapılarda kaplama ve dekorasyon malzemesi olarak kullanılan çinilerde görülen bozulmaların doğru uygulamalar ile onarılması, öncelikle mevcut bozulmaların ve nedenlerinin tanımlanmasına bağlıdır. Bu çabalar sonucu yapılacak doğru onarımlarla, kültürel miras varlığı olarak nitelenen “yüzey kaplama çinilerinin” korunması sağlanacak ve kültürel mirasa ulaşmaya, tanımaya ve faydalanmaya bizim kadar hakkı olan gelecek nesillere aktarılacaktır.

Çizelge 1. Yüzey Çinileri Bozulma Çizelgesi

Yapı İsmi		İncelenen Yapı Elemanı															
		Taç Kapi			Minare		Duvar				Pencere		Eyvan		Sanduka		
		Kaide	Gövde	Doğu	Batı	Kuzey	Güney	Doğu	Batı	Kuzey	Güney	Doğu	Batı	Kuzey	Güney		
Pano Bozulmaları	Taşıyıcı Sorunları	Taşyıcıda çatlak-kırık															
		Taşyıcıda yırtılma-ayrılma															
		Taşyıcıda aşınma-ufalanma															
		Taşyıcıda birim malzeme kaybı															
	Taşyıcıda çöklenme-tuzlanma																
	Taşyıcıda yüzeysel kırılık- bitkisel oluşumu																
	Pano Bağlantı Malzemesi ve Derz Malzemesi Sorunları	Derz-doğru mal. çatlak-kırık															
		Derz-doğru mal. aşınma-ufalanma															
Derz-doğru mal. kayıp-bogalma																	
Pano bağlantı mal. ve ya birim günde kayıp																	
Malzeme Bozulmaları	Çini Hamurunda	Çini hamurunda çatlak-kırık															
		Çini hamurunda aşınma-ufalanma															
		Çini hamurunda parça kaybı															
		Çini hamurunda kır-leke															
		Çini hamurunda nem															
		Çini hamurunda çöklenme															
		Sirda	Sirda çatlak-kırık														
	Sirda parça kaybı																
	Sirda kabulama-kavama																
	Sirda yüzeysel kırılık- ts tabakası																
	Sirda leke																
	Sirda korozyon																
	Sirda çöklenme-tuzlanma																
	Onarım ve Diğer Müdahalelerle Meydana Gelen Bozulmalar	Hatallı Temizlik	Hatallı birim malzemeyle yenileme														
Hatallı dolgu-harç ile tamamlama																	
Hatallı desen ile tamamlama																	
Hatallı Renk ile Tamamlama																	
Hatallı Yapıştırma-Birleştirme																	
Hatallı Malzeme Kullanımı		Hatallı Yüzey Koruma Uygulamaları															
		Onarım Alt Leke Kırılık															
		Hatallı Yüzey Koruma Uygulamaları															
		Hatallı Yüzey Koruma Uygulamaları															
		Vandalizm															
Müdahalelerde Bozulmalar	Mnem																
	Leke																
	Tuzlanma-çöklenme																
	Yüzey boyalarında kabarma-ayrılma-solma																
	Kırık-gatalak																
	Parça kaybı																

KAYNAKÇA

- Ahunbay, Z. (2009). *Tarihi Çevre Koruma ve Restorasyon*. İstanbul: Yem Yayın.
- Arcasoy, A. (1983). *Seramik Teknolojisi*. Ankara: Marmara Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Seramik Anasanat Dalı Yayınları, No: 2.
- Asatekin, G. (2004). *Kültür ve Doğa Varlıklarımız, Neyi, Niçin, Nasıl Korumalıyız?* Ankara: Kültür Varlıkları ve Müzeler Genel Müdürlüğü Yayınlar, Yayın No:104.
- Atalay, M. C. & Güler, K. (2014). Taş Çini Tekniğı ve Bir Turkuaz Uygulaması, *Kalemışı Türk Sanatları Dergisi*, 2 (4): 41-53.
- Başaran, S. (2000). *Pişmiş Toprak ve Çam Eserlerin Konservasyon/Restorasyonu*, İstanbul: Graphis Yayınları.
- Bayazıt, M. & Işık, İ. (2014). Mimaride Kullanılan Çinilerin Bozunma ve Aşınma Davranışları, *Afyon Kocatepe Üniversitesi Fen ve Mühendislik Bilimleri Dergisi*, 14: 153-158.
- Baykan, C. (2018). Arkeolojik Buluntuların Koruma ve Onarımında Paraloid B-72, *MASROP E-Dergi*, 12 (1): 1-9.
- Bakırer, Ö. (1985). Onarımlarda Özellikle Mimari Süslemeye Yönelik Tamamlamalar Üzerine Düşünceler. *Vakıf Haftası Dergisi*, 2: 49-64.
- Belli, V. E. (2009). Van Hüsrev Paşa Camisindeki Taş, Çini ve Kalemışı Süslemelerin Bozulma Nedenleri, *(Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi)*. İstanbul: Kadir Has Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü Kültür Varlıklarını Koruma Yüksek Lisans Programı.
- Bilgen, M. & Güven, İ. M. V. (2000). Daday Elmayazı Köyü Camii Kalem İşleri ve Mevcut Korunma Durumu Üzerine Bir Değerlendirme, *Journal of Humanities and Tourism Research*, 10 (4): 835-853.
- Bilgen, M. (2019). Tarihi Yapılardaki Çinilerin Koruma Onarım Çalışmalarında Temizlik Aşamaları, XII. Uluslararası Türk Sanatı, Tarihi ve Folkloru Kongresi Bildiri Kitabı, 729-735.
- Busy, S. & Oakley, V. (1993). *Conservation and Restoration of Ceramics (Seramiklerin Restorasyon ve Konservasyonu)*. London: Butterworth-Heinemann-A division of Reed Educational and Professional Publishing.
- Büyükakıncı, B. (2010). Hava kirliliğinin tarihi eserlere etkisi ve alınması gereken önlemler, *Anadolu Bil Meslek Yüksekokulu Dergisi*, 19: 47-52.
- Borelli, E. (1999). ICCROM ARC, *Laboratory Handbook- Salts*. Volume 3, Rome: ICCROM.
- Caner-Saltık, E. (1999). Taş ve Seramik Eserlerin Özelliklerinin ve Bozulmalarının Korunma Amacıyla İncelenmesi, *I. Ulusal Taşınabilir Kültür Varlıkları Konservasyonu ve Restorasyonu Kolokymu, Bildiriler Kitabı*, 107-109.
- Çetin, E. (1993). Günümüzde Gerçekleştirilen Eski Eser Restorasyonlarında Karşılaşılan Sorunlar ve Öneriler, 02.03. 2020 tarihinde <http://acikerisim.fsm.edu.tr:8080/xmlui/bitstream/handle/11352/1059/%C3%87etin.pdf?sequence=1&isAllowed=y>, adresinden erişildi.
- Çığ, C. (2014). Diyarbakır'daki Bazı Osmanlı Dönemi Çinileri Üzerine Bir Değerlendirme, *İstanbul Sosyal Bilimler Dergisi*, 8: 3-22.
- Demirsar-Arlı, B. (2018). İznik Çini Fırınları Kazı Buluntularından Çini Örneklerin Değerlendirilmesi, *Tarih Kültür ve Sanat Araştırmaları Dergisi*, 7 (1): 578-594.
- Eskici, B. (2004). Özel Koleksiyona Ait bir Çini Sobanın Restorasyonu, *Türk Arkeoloji ve Etnografya Dergisi*, 4: 77-84.
- Eskici, B. (2008). Mimari restorasyonda Malzeme Kullanımı ve Yöntem Sorunları Üzerine, *Yapı Dergisi*, 322: 118-123.

I. Konak

- Eskici, B. (2009). Tarihi Bina Onarımında Cephe Temizliğinin Önemi ve Yöntem Sorunları Üzerine, *TMMOB Uluslararası Katılımlı Tarihi Eserlerin Güçlendirilmesi ve Geleceğe Güvenle Devredilmesi Sempozyumu-2 Bildiri Kitabı*, Diyarbakır, s.773-784.
- Eskici, B. (2013). Arkeolojik ve Sanat eserlerinin Korunmasında Temizliğin Önemi ve Lazer Teknolojisi Üzerine, *Orhan Bingöl'e 67. Yaş Armağanı*, 59-66.
- Eskici, B. (2018). Seramik Onarımlarında Bütünleme Yöntemleri Üzerine Bir Değerlendirme, *Sanat ve tasarım Dergisi*, 22: 135-153.
- Eskici, B., Akyol, A. A. & Kadioğlu, Y. K. (2006). Erzurum Yakutiye Medresesi Yapı Malzemeleri, Bozulmalar ve Koruma Problemleri, *Erzurum: Atatürk Üniversitesi Dil ve Tarih-Coğrafya Fakültesi Dergisi*, 46: 165-188.
- Eskici B., Akyol A. A. & Kadioğlu Y. (2008). Hasankeyf Zeynel Bey Türbesi Malzeme Analizleri ve Korunma Sorunları, *Türk Arkeoloji ve Etnografya Dergisi*, 8: 15-30.
- Eskici, B. & Kabaoğlu, C. (2011). Balat İlyas Bey Külliyesi Koruma Onarım Çalışmaları, *Balat İlyas Bey Külliyesi. Tarih, Mimari Restorasyon / Balat İlyas Bey Complex. History, Architecture, Restoration*, İstanbul: 235-250.
- Fraser, H. (2010). *Seramik Hataları ve Çözüm Yöntemleri*. (Çev. Zeliha Mete-İlker Özkan) İzmir: Karakalem Kitap Evi Yayınları.
- Işıksan, S. S. (2008). Türkiye'de Tarihi Yapılardaki Çinilerin Korunmasına İlişkin Yapılan Çalışmalar ve İzmir Milli Kütüphane- Opera Binası Çinilerinin Koruma Projesi (*Yayımlanmamış Sanatta Yeterlik Tezi*). İzmir: Dokuz Eylül Üniversitesi, Güzel Sanatlar Enstitüsü Geleneksel Türk El Sanatları Anasanat Dalı.
- Işıksan, S. S. (2012). Tarihi çinilerde Yapısal Özellikler ve Karşılaşılan Bozulmalar, *Yedi, Dokuz Eylül Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Dergisi*, 7: 15-22.
- Koçu, V. (1994). Hoca Ahmet Yesevi Türbesi Restorasyonu. *Vakıf Haftası Dergisi*, 11: 203-228.
- Kap, T. & Sağlık, M. (2018). Tarihi Eser Restorasyonunda Beton Teknolojisinin Kullanımı, *İleri Teknoloji Bilimleri Dergisi*, 7(2): 88-99.
- Kieslinger, A. (1968). Principal Factors in Weathering of Natural Building Stones, *Conferences on Weathering of Stones*, Brussels, Paris, ICOMOS, Pala is de Chaillot.
- Konak, I. (2021). Selçuklu Veziri Sahip Ata Fahrettin Ali'nin Vakıf Eserlerindeki Çinilerin Geçirdiği Onarımlar ve Mevcut Korunma Durumlarının Değerlendirilmesi (*Yayımlanmamış Doktora Tezi*). Ankara: Hacı Bayram Veli Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Kültür Varlıklarını Koruma Programı.
- Küçük, C. (1997). Pişmiş Toprak Eserlerin Restorasyon ve Konservasyonu, *Türk Arkeoloji Dergisi*, 31: 117-132.
- Mirdanlı, N. & Sakarya, N. (2009). Türk Çinilerinde Pişme Sonrası Oluşan Fazlar, *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 18 (1): 279-288.
- Öcal, A. & Dal, M. (2012). *Doğal Taşlardaki Bozunmalar*. İstanbul:
- Şahin, F. (1983). *Seramik Sözlüğü*. İstanbul: Anadolu Sanat Yayınları-2.
- Şener, S. (1997). Kubad-ı Abad Kazısında Ele Geçen Çini Buluntular Üzerinde Uygulanan Restorasyon-Konservasyon İşlemleri, *Vakıflar Dergisi*, 26: 355-362.
- Şener, S. (2012). Arkeolojik Alanda Taban Mozaiklerinde Karşılaşılan Bozulmalar, *Türkiye'de Arkeometrinin Ulu Çınarları/Two Eminent Contributors to Archaeometry in Turkey, Prof. Dr. Ay Melek Özer ve Prof. Dr. Şahinde Demirci'ye Armağan/To honour of Prof. Dr. Ay Melek Özer and Prof. Dr. Şahinde Demirci*, (Editörler/Editors: Ali Akın Akyol - Kameray Özdemir), İstanbul: Homer Kitabevi, 329-344.
- Şener, Y. S. (2013). Arkeolojik Alanda Yapı Malzemelerinin Korunması: Temel Yaklaşımlar, Yöntem ve Uygulama Biçimleri, *Orhan Bingöl'e 67. Yaş Armağanı*, Ankara: 611-624.

Yüzey Kaplama Çinilerinde Görülen Bozulmalar ve Bozulmaların Tespitine İlişkin Çizelge Önerisi

- Şener, Y. S. (2014). Ani Şehir Surları, Koruna Sorunları ve Çözümüne Yönelik Öneriler, *Turkish Studies, International For The Languages, Literature Abd History Of Turkish Or Turkic*, Ankara: 9(10): 977-990.
- Taşkıran, G. (2014). Erken Osmanlı Dönemi Yapılarından Mahmut Paşa Türbesi Çinilerinin Bozulma Sebepleri ve Korunmasına Yönelik Öneriler (*Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi*). İstanbul: Kadir Has Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Kültür Varlıklarını Koruma Bilim Dalı.
- Torraca, G. (1982). *Porous Building Materials*. Rome: ICCROM.
- Zeyveli, F. & Eskici, B. (2019). Müze Koleksiyonlarındaki Çinilerde Görülen Bozulmalar: Ankara Etnografya Müzesi Çını Pano Örneği, *Sanat ve Tasarım Dergisi*, 24: 42.
- URL 1. <https://okuryazarim.com/wp-content/uploads/2017/02/Konya>, (Son Erişim Tarihi: 18.11.2021).
- URL. 2. <https://twitter.com/tarihkonya/status/680067458020052992/photo>, (Son Erişim Tarihi: 18.11.2021).
- URL-3: http://www.icomos.org.tr/Dosyalar/ICOMOSTR_tr0660878001536681682.pdf , (Son Erişim Tarihi: 17-02-2020).
- URL-4: http://www.icomos.org.tr/Dosyalar/ICOMOSTR_tr0243603001536681730.pdf , (Son Erişim Tarihi: 17-02-2020).
- URL-5: <https://arkeofili.com/selcuklu-turbesindeki-hatali-cini-restorasyonu-incelenecek>, (Son Erişim Tarihi: 17. 12. 2021).



Kültürel Peyzaj Alanlarında Afetler ve Riskler: İstanbul Tarihi Yarımada Yönetim Planı Üzerine Bir Değerlendirme

Disasters and Risks in Cultural Landscapes: An Assessment on the Historical Peninsula Management Plan

Nilüfer KART AKTAŞ¹

Özet

¹İstanbul Üniversitesi-Cerrahpaşa Orman Fakültesi, Peyzaj Mimarlığı Bölümü, İstanbul, Türkiye

ORCID:

N.K.A.: 0000-0001-5406-899X

Corresponding Author:

Nilüfer KART AKTAŞ

Email:

niluferk@iuc.edu.tr

Citation: Kart-Aktaş, N. (2022). Kültürel peyzaj alanlarında afetler ve riskler: İstanbul Tarihi Yarımada yönetim planı üzerine bir değerlendirme. *Journal of Humanities and Tourism Research*, 12 (1): 147-162.

Submitted: 04.11.2021

Accepted: 14.02.2022

Kültürel peyzajlar, tarihi, kimliği ve içerisinde barındırdığı özgün değerleri ile korunması gereken önemli miras alanlarıdır. Ancak bu alanlar, özellikle günümüzde global ölçekte yaşanan iklim krizi, sel, kuraklık, deprem, yangın gibi afetler ile kentleşme baskısı, vandalizm, terör, savaş gibi çeşitli insan faaliyetleri nedeniyle çok ciddi tehdit altındadır. Bu çalışmanın amacı turistik olarak büyük bir öneme sahip, tarihi, kültürel ve görsel zenginliklerle dolu Tarihi Yarımada'nın doğal veya insan kaynaklı tehditlerin ve bu tehditlere karşı yapılan hazırlıkların araştırılmasıdır. Bu kapsamda dünya genelinde yaşanan afetlerin nedenleri ve riskleri araştırılmıştır. Tarihi Yarımada Yönetim Planı incelenerek plan kapsamında afet süreci ile ilgili geliştirilen politikalar, strateji ve hedefler, risk yönetimi kararları, projeler ve gerçekleştirilen uygulamalar değerlendirilmiştir. Çalışma sonucunda çalışma alanı için riskler tespit edilerek, Tarihi Yarımada'nın afet öncesi, afet anı ve afet sonrası için planlamaların yetersiz olduğu, doğal ve insan faaliyetleri sonucu oluşan afetlere çok ciddi maruz kaldığı ve gelecek için de tehdit altında olduğu belirlenmiştir. Dolayısıyla tarihi çevrelerde afete duyarlı, kültürel mirasa yönelik olası tehditleri en aza indiren, alanın fiziksel ve sosyo-ekonomik yapısını dikkate alan, afet öncesi, esnası ve sonrası için senaryolar üretilmiş, tüm detayları düşünülmüş master planlarına ihtiyaç bulunmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Kültürel Peyzaj, Afet, Risk, Yönetim Planı, Tarihi Yarımada

Abstract

Cultural landscapes are important heritage areas that should be protected with their history, identity and original values. However, these areas are under serious threat, especially due to the global climate crisis, floods, droughts, earthquakes, fires, and various human activities such as urbanization pressure, vandalism, terrorism, and war. The aim of this study is to investigate the natural or man-made threats and the preparations made against these threats in the Historic Peninsula, which has a great touristic importance and is full of historical, cultural and visual riches. In this context, the causes and risks of disasters around the world were investigated. By examining the Historic Peninsula Management Plan, the policies, strategies and targets, risk management decisions, projects and practices developed regarding the disaster process within the scope of the plan were evaluated. The study results identified the risks for the study area, and also pointed out that the inadequate planning in the historical peninsula before, during and after the

disasters as it is severely exposed to disasters caused by natural and human activities and it is under threat in the future. Therefore, there is a need for master plans that are sensitive to disasters in historical environments, that minimize possible threats to cultural heritage, that take into account the physical and socio-economic structure of the area, that produce scenarios for before, during and after disasters, with all details considered.

Keywords: Cultural Landscape, Disaster, Risk, Management Plan, Historical Peninsula

1. GİRİŞ

Göç, nüfus artışı, sosyolojik, ekonomik, teknolojik değişimler, turizm hareketleri, ulaşım sistemlerinin gelişmesi, afetler gibi birçok neden kentlerin hızla değişmesine yol açmaktadır. Bu süreçte kentlerin sosyolojik yapılarının yanında morfolojik, ekolojik, fiziksel, mekânsal yapılarında da birçok değişim gerçekleşmektedir. Bahsedilen bu değişimler genellikle olumsuz sonuçlara neden olmaktadır. Günümüzde, kentler artık daha kalabalık, yoğun yapılaşma ile morfolojik yapısı tamamen değişmiş, ekolojik yapısı zarar görmüş, tarihi ve kültürel değerleri bozulma ve yıkılma tehlikesi altında olan alanlara doğru hızla dönüşmektedir. Üstelik bu dönüşümler sadece kentlerde değil özellikle kentlerin yayılmaları ve kentten kaçan kentlinin kırsal alanlara yerleşmeleri sonucunda kırsal alanlarda da aynı hızla görülmektedir.

Kentler, doğal afetlerin yıkıcı etkileri ile büyük değişimlere uğrarken maddi manevi büyük kayıplar yaşayabilmektedir. Bu kayıplar içinde insan canından sonra yerine konulması mümkün olmayan en önemli değer ise kültürel miraslardır (Ünal, 2014). Afetlere maruz kalan kültürel mirasların kaybı ya da bozulması ait olduğu toplumu olduğu kadar diğer toplumların da kimliklerini, kültürlerini, geçmişle ilgili bir bilgi kaynaklarını ve sosyo-ekonomik değerlerini olumsuz etkilemektedir (Boccardi, 2006). Her yıl doğal ve insan kaynaklı tehlikelerin neden olduğu pek çok afet riski yüzünden kültürel miras zarar görüp yok olmaktadır (Oktay, Taş ve Taş, 2020).

Kentlerin değişiminde etkili olan önemli faktörlerden biri de turizmdir. Turizmin ekonomik, sosyal ve kültürel sonuçlarını modernizasyon, şehirleşme, endüstrileşme süreçlerinin etkilerinden ayırmak mümkün değildir. Turizmi toplumsal yaşamın, küreselleşme ve endüstrileşme sürecinin bir ögesi olarak kabul etmek gerekmektedir (WTO,1981; İstanbullu Dinçer ve Muğan Ertuğral, 2000). Turizm, sektörü ayrıca tüm dünyada doğrudan ve dolaylı olarak büyük bir istihdam ve gelir kaynağı oluşturan bir sektör durumundadır (Ateş, 2019). Bu nedenle destinasyonlar turizm sektöründen elde ettikleri gelirleri artırmak ve rakiplerine üstünlük kurabilmek amacıyla sürekli olarak değişen ve gelişen insan ihtiyaçlarına yönelik turistik ürünler oluşturmakta ve destinasyonların kendilerine özgü olan değerlerini turistik birer ürün olarak pazarlamaktadır (Akmeşe ve Sunar, 2019).

Dünyada yaşanan birtakım gelişmeler, turizmde yeni paradigmlar doğmasına yol açmıştır. Bu gelişmelerin başında, üretim sisteminde emek/sermaye ilişkisine ilişkin postmodern bakışlar, beraberinde hızla yaygınlaşan sürdürülebilirlik tartışmaları ve seyahat motivasyonları gelmektedir (Öztürk, Yaşar İsmail ve Işınkaralar, 2020). Özellikle son yıllarda turistlerin kent turizmine olan ilgisi artmaktadır. Kent turizmine olan ilginin artmasının nedeni, kentleri insanların yemek yediği, alışveriş yaptığı ve vakit geçirdiği kültür ve rahatlatma merkezleri haline getiren davranışsal değişikliklerdir (European Commission, 2000). Yaşam süresinin ve harcanabilir gelirin artması, çalışma süresinin kısalması gibi sosyo demografik değişiklikler, farklı yaş, dil ve sosyal gruplardaki insanları kentlere çekmektedir. Kültürel aktiviteler için kentlere gelen turistler, kentlerdeki sergileri, müzeleri, anıtları, tarihi değerleri vb. yerleri ziyaret etmektedirler (Şarkaya İçellioğlu, 2014).

Günümüzde özellikle kitle iletişim araçlarının ve sosyal medyanın etkisi ile destinasyonların ve özellikle şehirlerin bilinirliği artmakta ve ulaşılabilirliği kolaylaşmaktadır. Böylelikle turizm bu

destinasyonlara yerel kültürel, doğal, mimari kaynakları metalaştırma süreci yoluyla zarar verirken (Greenwood, 1989; Yamashita, 2016) aynı zamanda turist baskısının artması ile fiziksel, görsel, çevresel ve kültürel olarak da alanlar zarar görmektedir.

Kentsel turizm sistemi içinde; turizmin gelişimini kent çevresinde düzenli bir şekilde sağlayabilmek için, üç koşul gereklidir (European Union, 1998):

- Kentin ilginç bir imajı olmalıdır.
- Turistik ürünün kaliteli olması ve turizme özgü hizmetlerin eksiksiz yerine gelmesi gereklidir.
- Kent, turistik gelişimini uzun vadeli bir şekilde sürdüreceği yapıya sahip olmalıdır.

Bu bağlamda kentlerin ekolojik, arkeolojik, mimari ve kültürel mirasının sürdürülebilirliğini sağlamak gerekliliği çok eski yıllardan beri çalışmalara ve tartışmalara konu olmuştur. Geçmişten günümüze yaşanan bu süreç ile birlikte koruma düşüncesi ve bu düşüncüyü takiben koruma kavramı ortaya çıkmıştır. 1800'lü yıllarda başlayan koruma anlayışı günümüze kadar büyük gelişim göstermiştir. Devletlerin güç ve itibar sembolleri olan anıtsal ölçekteki saraylar, malikaneler gibi binalarla kültürel varlıkların korunması, koruma uygulamalarının ilk örnekleri olmuşlardır Zamanla kültürel miras kavramının kapsamı ve anlayışı genişleyerek, arkeolojik alanlar, peyzaj alanları ve hatta somut olmayan kültürel öğeler de bu kavrama dahil edilmiştir (Anonim 1).

UNESCO tarafından miras; “geçmişten bize bırakılan, bugün birlikte yaşadığımız ve gelecek nesillere iletmemiz gereken zamanla ve maddi öğelerle sınırlandırılmayacak kadar geniş bir yelpazede olan her türlü kalıttır” şeklinde tanımlanmaktadır (UNESCO, 1972; Akten, 2017). Miras, insan toplumlarının geçmişleriyle meşgul olduğu ve geçmişinden yararlandığı çağdaş bir süreç olarak ele alındığında turizm bu sürecin köklü bir parçası olmaktadır. İnsanlar uzun zamandır geçmişi merak etmekte, geçmişe ilgi duymakta ve geçmişten büyülenmektedir ve böylelikle kendi deneyimlerini yaratmak için tarihi yansıtan alanlara ziyaret gerçekleştirmektedir. 19. yüzyıldan itibaren başlayan tarihe dayalı turizme olan ilgi 20. yüzyılın ikinci yarısında önemli ölçüde artmış ve günümüzde en popüler turizm türlerinden biri ve global olarak yaygınlaşan özel ilgi gösterilen bir turizm çeşidi olmuştur (Light, 2015). Turizm endüstrisi, dünyanın en büyük ve en hızlı büyüyen endüstrisi olurken, Dünya Mirası alanları da turistleri cezbetmektedir (Pedersen, 2002).

'Birleşmiş Milletler Kültürel Miras Yılı' olarak ilan edilen 2002 yılında UNESCO, kültürel mirasın 'türlerinin' bir listesini oluşturmuştur. Bu liste çok kapsamlı bir liste olarak düşünülmemelidir ancak miras olarak adlandırılacak 'şeylerin' çeşitliliği anlamında fikir vermektedir ve bunlar resmi miras olarak kabul edilmektedir. Bunlar; kültürel miras alanları (arkeolojik alanlar, harabeler ve tarihi binalar), tarihi şehirler (kentsel peyzajlar ve onları oluşturan parçalar), kültürel peyzajlar (parklar, bahçeler ve diğer 'değiştirilmiş' peyzajlar), doğal kutsal yerler (insanların saygı duyduğu veya önemseydiği ancak alanlar, örneğin kutsal dağlar), sualtı kültürel mirası, müzeler (kültürel müzeler, sanat galerileri ve müzeye dönüştürülen evler), taşınabilir kültürel miras, sinematografik miras, dökümantasyon ve dijital miras, el sanatları, sözlü gelenekler (hikayeler, nasilden nesile aktarılan ancak yazılı olmayan gelenekler), dil, festivaller, ritüeller ve inançlar, müzik, performans sanatları (dans, tiyatro, drama, müzik), geleneksel tıp, mutfak gelenekleri, geleneksel sporlar ve oyunlar olarak sayılmaktadır (Harrison, 2010).

2. KURAMSAL ÇERÇEVE

2.1. Kültürel Peyzajlar

Kültürel peyzaj “doğa ile insanın el ele vererek oluşturduğu her türlü insani, kültürel, simgesel boyutlar gösteren ve sosyal, ekonomik, kültürel güçlerce ve doğal çevre eliyle yaratılan fiziksel kısıtların ve olanakların etkisiyle toplumun ve yerleşmenin zaman içerisinde geçirdiği

evrimi açıklayan kültürel nitelikler” olarak tanımlanabilir. Kültürel peyzaj kavramının ortaya çıkışında insanoğlunun doğanın bir parçası olduğu düşüncesinin etkili olduğu düşüncesi ile tarih öncesi çağlardan bu yana insan etkinliklerinin sergilendiği kentler ve hatta “kentsel saçak alanları” kültürel peyzaja dâhil edilir (Url 1; Weiland, 2011; Çöteli, 2012).

Uluslararası Doğa Koruma Birliği (IUCN) tarafından ise kültürel peyzajlar; "kültürel ve doğal kaynakları ve bu bağlamda yaban hayatı ve evcil hayvanları içeren, tarihi bir olay ve bir etkinlikle birlikte olan ya da çeşitli kültürel ve estetik değerler sergileyen coğrafi alanlar" şeklinde tanımlanmaktadır (IUCN, 2007).

Kültürel peyzaj çalışmaları, en çok, insanların kimliklerini oluşturmak, sosyal ilişkilerini ifade etmek ve kültürel anlamlar elde etmek için günlük mekânları (binalar, odalar, sokaklar, tarlalar veya avlular) nasıl kullandıklarının tarihine odaklanır. Doğaya yapılan tüm insan müdahaleleri kültürel peyzaj olarak kabul edilebilir (Groth, 2009).

Kültürel peyzajlar; “insan topluluğunun evrimini, yer ve zaman içindeki davranış ve yerleşim biçimlerini anlatan insan ve doğal elemanların çeşitli bileşimleri tarafından biçimlendirilmiştir. Bu bakımdan kültürel peyzaj taşıdığı anılar ve tüm somut - soyut bileşenleri ile çok geniş bir mirası kapsamaktadır (Madran ve Özgönül, 2005).

Dünya Miras Listesi'ni daha evrensel ve temsili hale getirme çabasının bir parçası olarak, insanlar ve doğal çevre arasındaki önemli etkileşimleri tanımak için kültürel peyzaj kavramı 1992'de detaylandırılmıştır (Pedersen, 2002). Buna göre kültürel peyzaj alanları üç kategoriye ayrılmıştır. Bunlar (UNESCO, 1999):

- İnsan eliyle oluşturulmuş peyzaj alanları,
- Organik olarak zaman içinde gelişmiş peyzaj alanları,
 - Jeolojik miras: fosil / kalıntı peyzaj alanları,
 - Sürekliliği olan peyzaj alanları,
- Yardımcı kültürel peyzaj alanlarıdır.

İnsan eliyle tasarlanmış peyzaj alanları çoğunlukla dini nitelikteki yapılar ya da anıtsal yapı grupları ile birlikte estetik gerekçelerle inşa edilen büyük parkları ve bahçeleri içermektedir. Organik olarak gelişmiş peyzaj alanları, mevcut biçimlerini sosyal, ekonomik, idari ve dini zorluklar ile doğal çevre nedeniyle geliştirmiş olan ve biçimlerinin evrimini ortaya koyan peyzajlardır. Fosil peyzajlar mevcut kalıntılarda bugün olmayan ayırt edici nitelikleri izlenebilen peyzajlar olurken; sürekliliğini devam ettiren peyzajlar ise gelişme sürecini ve çağdaş toplumdaki sosyal rolünü halen devam ettiren alanlardır. Son kategori olan yardımcı kültürel peyzaj alanları doğal öğelerin maddi varlıkları yerine güçlü dini, artistik ya da kültürel çağrışımları ile görülebilen peyzajlardır (Mitchell, Rössler ve Tricaud 2009; Çöteli, 2012).

Kültürel peyzaj bileşenlerinin birbirleriyle karşılıklı etkileşimi sonucu kültürel peyzajın karakteristik yapısı şekillenerek gelişmektedir. Kültürel peyzajların belirgin özellikleri şu şekilde sıralanabilir:

- Geçmiş uygarlıkların ve sosyo-kültürel değerlerin izlerini taşımaktadır,
- Yerleşim alanı özelliklerini ve kültürünü yansıtmaktadır,
- Aktif ve pasif rekreasyonel faaliyetler için çeşitli imkanlar sunmaktadır,
- Görsel peyzaj kalitesini artırmaktadır,
- Yerel halk geleneksel ekolojik kurallarını uygulamaya devam etmektedir,
- Önemli kültürel değerlere sahip alanları barındırırlar (Selman, 2006; Cengiz Gökçe ve Açıkgöz, 2015).

Tarih boyunca farklı kültürel toplumlar ve sosyal etmenlerle şekillenen kültürel peyzaj; yöresel ve bölgesel özelliklerin gelişmesine katkı sağlamasının yanı sıra turizm ve rekreasyon gibi faaliyetler için çekim merkezi oluşturmaktadır (Çetinkaya ve Uzun, 2014).

2.2. Kültürel Peyzajlara Yönelik Güncel Tehditler

Tarihi kent dokusunun ve kültürel peyzajların, gelecek nesillere aktarılması, devamlılığının sağlanması ve korunması gerekir. Ancak günümüzde tarihi çevreleri ve kültürel peyzajların varlığını tehdit eden birçok tehlike bulunmaktadır. Bu tehlikeler, doğal veya insan kaynaklı olabilir ve çok çeşitli biçimlerde hasarlara neden olabilmektedir. Bazı tehditler (deprem, yangın, vb.) ani yıkımlara neden olurken, bazıları ise (hızlı şehirleşme, büyük alt yapı projeleri, turizmin artması, tarihi çevrelerin etkili bir yönetim planının olmaması vb.) yavaş yavaş etkiler göstermektedir. Her iki türlü tehdidin de vereceği hasarlar çok büyük olabilmektedir.

Kültürel peyzajların karşı karşıya oldukları başlıca doğal ve insan kaynaklı tehditler aşağıdaki şekilde sayılabilir (Anonim 1, 2020):

2.2.1. Doğal Tehditler

Seller ve Taşkınlar: Dünya çapında en yaygın doğal afetlerdir. Süreleri, etki altına aldığı alanların büyüklüğü ve verdikleri hasarlar bakımından büyük bir çeşitlilik gösterirler. Taşkınların ekonomik etkisi de büyük olabilir çünkü bu etki çoğu zaman olayın çok daha sonrasına kadar uzanır (Şekil 1).

Sismik Faaliyetler: Depremler, tsunamiler, volkanlar dünya çapında birçok tarihi çevreyi tehdit etmektedir. Tarihi yapılara ciddi zararlar verebilir. Hasarlı binalardaki taşınabilir eserler envanter kayıtları ve yazılı belgeler de kaybedilebilir (Şekil 2).

İklim Değişikliği: Daha güçlü ve daha sık görülen kasırgalar, daha uzun süreler boyunca süren daha sıcaklık hava şartları, deniz seviyesindeki değişimler vb. gibi çok sayıda farklı etkisi olacağı tahmin edilmektedir.

Çölleşme: Rüzgâr ve kum erozyonu, biyolojik çeşitliliğin ve toprak verimliliğinin kaybı gibi çeşitli etkileri bulunmaktadır.



Şekil 1. Üsküdar Meydanı-2014 (Url 2)



Şekil 2. 6.2 Şiddetinde İtalya Depremi-2016 (Url 3)

2.2.2. İnsan Kaynaklı Tehditler

Yangınlar: Kültürel mirasa yönelik birincil bir tehdittir. Doğal ya da insan kaynaklı faktörler tarafından başlatılabilir (Şekil 3).

Bakımsızlık: Kültürel peyzajların en fazla karşı karşıya kaldığı tehdittir. Uygun yönetim ve etkili koruma olmaması durumunda kültürel peyzajlar vandalizm, talan ve hava şartlarının verdiği zarara açık hale gelmektedir.

Hızlı Kentleşme ve Altyapı Projeleri: Kültürel peyzajlara yönelik en etkili insan kaynaklı tehditlerden birisidir. Hızlı ve kontrolsüz yapılaşma, büyük inşaat projeleri, geniş kapsamlı ekonomik kaygılar gibi nedenlerle kültürel miras koruma etkinlikleri sıklıkla ikinci plana atılır (Şekil 4, Şekil 5).

Tarım: Yoğun gübre kullanımı ve hayvancılık yoluyla hem kayda geçmiş hem de varlığı henüz bilinmeyen arkeolojik varlıklar için önemli bir tehdit oluşturur.

Turizmin Artması: Yüksek sayıda ziyaretçi sayısı, bilinçsiz ziyaretçi davranışları gibi birçok tehdidi beraberinde getirir.

Tercihler: Toplumsal ve politik tercihler arkeolojik varlıkların korunmasında önemli bir rol oynar. Tercihler bazı arkeolojik varlıkların öne çıkarılıp bazılarının ihmal edilmesine hatta kasten tahrip edilmesine yol açabilir.

Eski Eserlerin Talanı: Eski eser talanı bazı ülkelerde kültürel varlıkların zarar görmesinin en büyük nedenidir. Çoğunlukla organize suç örgütleri tarafından yürütülen eski eser kaçakçılığı önlenmesi zor bir suçtur. Savaş halinde devlet kontrolünün kaybolmasıyla özellikle yoksul ülkelerde büyük kayıplar yaşanmıştır.

Uluslararası Terörizm ve Savaşlar: İnsanları olduğu kadar kültürel mirası da tehdit etmektedir. Bu alanlar ziyaretçi çeken yerler olduğu için terörizmin hedefi olabilmektedir. Terörizmin değişen doğası tarihi alanlara yapılan ideolojik kökenli kasti saldırıları da beraberinde getirmiştir (Şekil 6).



Şekil 3. Norte Dame Katedrali Yangını-2019 (Url 4)



Şekil 4. Tarihi Yarımada Silueti Bozan Ulaşım Aksı (Url 5)



Şekil 5. Sultanahmet Camii'nin Silueti Bozan Kuleler (Url 6)

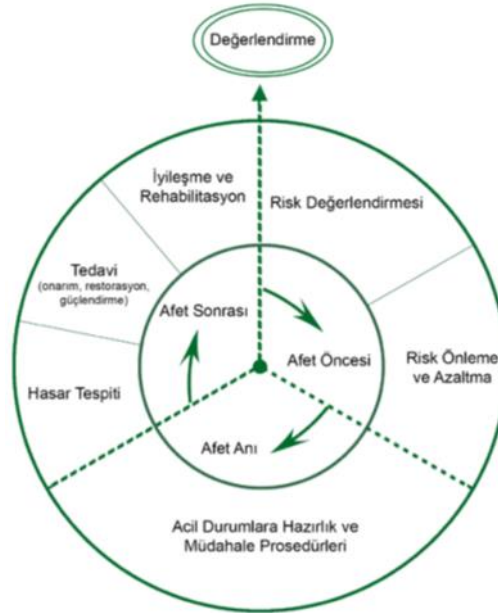


Şekil 6. Suriye'de Yaşanan Savaşın Etkileri (Url 7)

2.3. Risk Yönetimi

Kültürel peyzajlara yönelik tehditlerin önemli bir kısmı insan kontrolü dışında gelişmektedir. Bu nedenle, bu tehditleri her zaman tamamen ortadan kaldırmak mümkün olmayabilir. Ancak, acil durumlara hazırlıklı olmak ve iyi bir yönetim planı ile afetlerin sebep olduğu riskleri yönetmek ve azaltmak mümkün olabilecektir.

Kültürel miras risk yönetimi, riskleri azaltmak amacıyla ilgili küresel, bölgesel, ulusal ve yerel kurumların güçlendirilmesi, afet önleme bilinci oluşturmak için bilgi ve eğitim alanlarının kullanılması, afet risklerinin belirlenmesi, değerlendirilmesi ve izlenmesi, risk yaratan nedenin azaltılmasını kapsamaktadır. Afet öncesi, afet anı ve afet sonrası olmak üzere 3 ayrı aşamada farklı çalışmaları içermektedir (Şekil 7).



Şekil 7. Kültürel Miras Alanları İçin Afet Risk Yönetimi Döngüsü (UNESCO, 2013; Oktay, Taş ve Taş, 2020)

Miras alanlarının afete karşı korunması için hazırlanan “Dünya Miraslarının Afet Risklerine Karşı Yönetilmesi” rehber kitabına göre hedefler, öncelikli eylemler ve temel ilkeler belirlenmiştir. Buna göre;

Hedefler ve öncelikli eylemler;

- Risklerin azaltılması için ilgili küresel, bölgesel, ulusal ve yerel kurumların güçlendirilmesi,
- Afet önleme kültürü oluşturmak için bilgi, yenilik ve eğitim alanlarının kullanılması,
- Afet risklerinin tanımlanması, değerlendirilmesi ve izlenmesi,
- Risk faktörünü yaratan gerçek nedenin azaltılması,
- Afet hazırlıklarının güçlendirilmesi olarak kabul edilmiştir.

Temel ilkeler ise;

- Mirasların öncelikle özgünlük, bütünlük ve sürdürülebilirliği açısından risklerinin azaltılması gerekmektedir. Fakat mirasla beraber insan hayatı, hayatın sürdürülebilmesi de önem taşımaktadır.
- Miraslar için yapılacak afet yönetimi, sadece büyük tehlikeler için değil aynı zamanda, bakım, yönetim, bozulma, ekosistem gibi konuları da kapsamaktadır.
- Tampon bölgeler oluşturulmalıdır,
- Erozyon, tsunami ve fırtınanın sebep olduğu kıyı bölgelerindeki su baskınlarına karşı koruma yöreye özgü bitkilendirmelerle sağlanabilmektedir.
- Tarihi binalar, tarihi kasabalar, kentsel alanlar, arkeolojik alanlar, tarihi bahçeler, kültürel peyzajlar için ayrı olacak şekilde Afet Risk Yönetimi özel olarak tanımlanmalıdır (Oktay, Taş ve Taş, 2020; İSMEP Rehber Kitaplar,2014).

Bu çalışmanın amacı İstanbul'un ana turizm merkezi olması dolayısıyla turistik olarak büyük bir öneme sahip, tarihi, kültürel ve görsel zenginliklerle dolu Tarihi Yarımada'nın doğal veya insan kaynaklı tehditlerin ve bu tehditlere karşı yapılan hazırlıkların araştırılmasıdır.

3. MATERYAL ve YÖNTEM

Çalışma alanı olarak İstanbul Tarihi Yarımada seçilmiştir. Uygarlıklara başkentlik yapmış olan İstanbul, coğrafi olarak bugün Tarihi Yarımada olarak anılan yerleşmedir. Tarihi Yarımada, dünyada binlerce yıl kesintisiz olarak yaşamın süreklilik arz ettiği nadir kentsel yerleşmelerden biridir. Dünyadaki diğer yönetim planlarına konu olan miras alanlarında bu kadar sürekli, yoğun, iç içe geçmiş, gerçek anlamda kozmopolit bir yapı ve yerleşme büyüklüğü bulmak zordur (Anonim 2).

Bugün "Tarihi Yarımada" diye bilinen asıl İstanbul; Sarayburnu'ndan Edirnekapi'ya kadar uzanan sırtta, 45 rakımdan 85 rakıma yükselerek zincir oluşturan ünlü "yeditepe"si ve bu tepelerde konumlanmış anıtsal eserleriyle, Haliç'e, Marmara Denizi'ne eğimli yamaçlarıyla eşsiz bir silüet oluşturmaktadır. Tarihi Yarımada'nın önemli sembolü olan Surlar, tüm dönemler boyunca kentin temel mekânsal unsurları arasında yer almış, birincil olarak savunma işlevini sağlamakla birlikte kentin büyüklüğünü ve gelişimini de belirlemiştir. Kentin diğer yapısal öğeleri olan limanlar ve su teminine yönelik altyapı sistemleri Roma Dönemi'nde başlamış, Bizans ve Osmanlı Dönemlerinde mühendislik uygulamaları ile geliştirilmiş ve yaygınlaştırılmıştır. Dini yapılar ve halkın kullandığı (kamusal) alanlar kentin topografyasına göre şekillenmiş, yapısal özellikleri dönemlere özgü sosyo-ekonomik ve kültürel unsurlar ışığında değişirken simgesel anlamları süreklilik taşımıştır (Anonim 2).

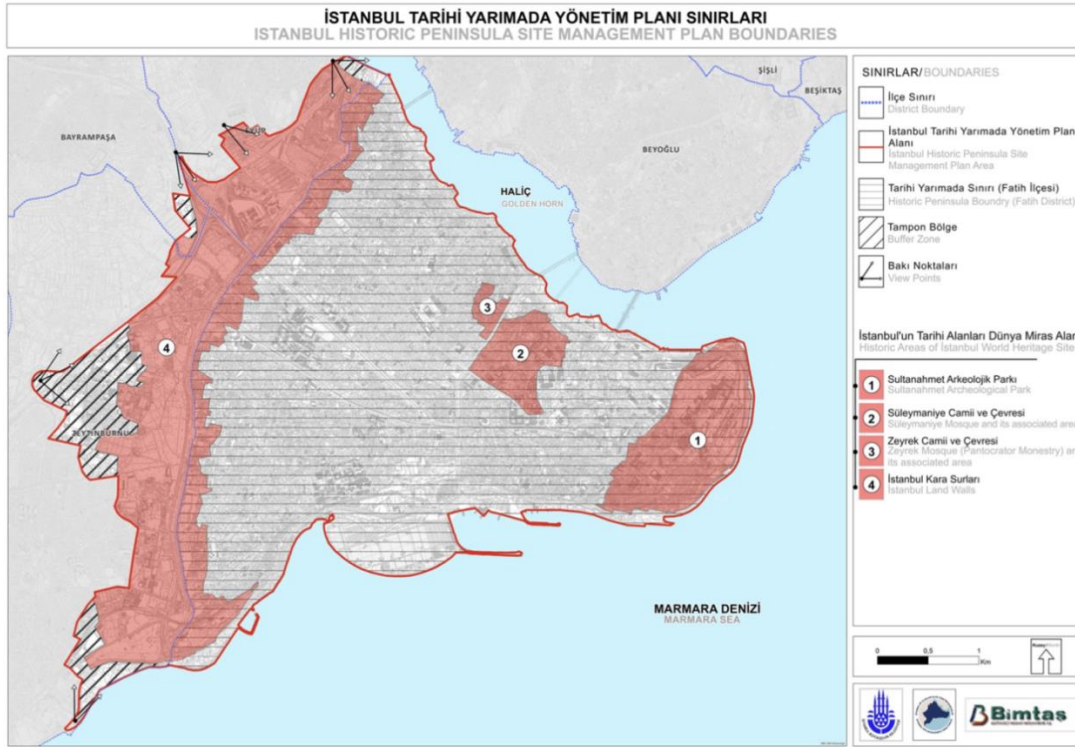
Tarihi Yarımada'da Gayrimenkul Eski Eserler ve Anıtlar Yüksek Kurulu tarafından ilk olarak 1953'te Sultanahmet Bölgesi için "Arkeolojik Park" kararı alınmış, ardından 1979'da Zeyrek, 1981'de ise Süleymaniye; ibadet yapıları, çevrelerindeki hizmet yapıları ve sivil dokuyla birlikte "koruma alanı" olarak tanımlanmıştır. Bu kararlardan ancak on beş yıl sonra I Numaralı Kültür ve Tabiat Varlıklarını Koruma Kurulu'nun 12 Temmuz 1995 tarih ve 6848 sayılı kararıyla 1562 hektar büyüklüğündeki İstanbul Suriçi, farklı statülerde tasnif edilerek sit alanı ilan edilmiştir. Bu karara göre;

- Sur-i Sultani'nin içi I Derece Arkeolojik Sit
- Sultanahmet kentsel bölgesi Kentsel Arkeolojik Sit
- Tarihi Yarımada'nın tamamı Kentsel ve Tarihi Sit Alanı olarak tanımlanmıştır (Anonim 2; Anonim 3).

1978 yılından itibaren UNESCO Dünya Mirası Komitesi tarafından Dünya Mirası Listesi oluşturulmaya başlanmıştır. Dünya Mirası Listesi'nde yer alma koşullarından en önemlisi söz konusu varlığın üstün evrensel değerinin belgelenmesidir. 1985 yılında Tarihi Yarımada'da bulunan ve dört bölgeden oluşan 'İstanbul'un Tarihi Alanları' da dahil edilmiştir. Bu alanlar, üstün evrensel değer taşıyan varlıkların Dünya Mirası Listesi'ne alınması aşamasında kullanılan on kriterden; (I), (II), (III) ve (IV) no'lu "kültürel kriterler"e uygun olmaları nedeniyle Dünya Mirası Listesi'nde yer almıştır. Bu alanlar;

- Sultanahmet Kentsel ve Arkeolojik Koruma Alanı (Arkeolojik Park),
- Süleymaniye Camii ve Çevresi Koruma Alanı,
- Zeyrek Camii (Pantokrator Kilisesi) ve Çevresi Koruma Alanı,
- İstanbul Kara Surları Koruma Alanı'dır (Anonim 3) (Url 8).

Tarihi Yarımada'nın bu çok katmanlı tarihi yapısının, eşsiz özelliklerinin ve istisnai tanıklığının korunması ve gelecek nesillere aktarılması amacıyla 'Tarihi Yarımada Yönetim Planı' hazırlanmıştır.



Şekil 8. Tarihi Yarımada Sınırı ve Dünya Miras Alanları (Url 8)

Bu kapsamda Tarihi Yarımada Yönetim Planı incelenerek plan kapsamında belirlenen strateji ve hedefler, risk yönetimi kararları, projeler ve gerçekleştirilen uygulamalar; risk yönetimi ve süreçleri (afet öncesi, afet anı ve afet sonrası) kapsamında risk değerlendirmesi, risk önleme ve azaltma, acil durumlara hazırlık ve müdahale prosedürleri, hasar tespiti, tedavi, iyileştirme ve rehabilitasyon başlıkları altında değerlendirilmiştir.

4. BULGULAR

4.1. Tarihi Yarımada Yönetim Planı

'Tarihi Yarımada Yönetim Planı' 2011 yılında onaylanarak yürürlüğe girmiştir. Dünya Mirası Komitesi ve ICOMOS karar ve tavsiyeleri ve 2011 yılında Yönetim Planı'nın onaylanması sonrasında ortaya çıkan gelişmeler nedeni ile plan daha sonra 2018 yılında güncellenerek yeniden düzenlenmiştir. Ayrıca plan, gerekli görülen durumlarda planlamanın gereği olarak sürekli bir güncelleme süreci içerisinde.

İstanbul Tarihi Yarımada Yönetim Planı'nda güncellenen yedi tema tanımlanmıştır. Bunlar;

- Yönetim ve Eşgüdüm
- Koruma-Planlama
- Koruma-Restorasyon
- Erişilebilirlik
- Eğitim, Bilinçlendirme ve Katılım
- Ziyaretçi Yönetimi
- Risk Yönetimi olarak belirlenmiştir.

Her başlık için ayrı ayrı hedef, strateji, eylemler belirlenmiş ve projeler hazırlanmıştır.

İstanbul Tarihi Yarımada Yönetim Planı'nda risk yönetimi kapsamında hedef, strateji ve eylemler şu şekilde belirtilmiştir.

Hedef;

- Yönetim Planı Alanı'nın afetler ve acil durumlar karşısındaki dayanıklılığının artırılması, Strateji ve eylemler ise;
- Riskin Tespiti: Yönetim Planı Alanı içerisindeki kültürel mirasa yönelik risk faktörlerinin (afet ve acil durum doğurabilecek tehlikelerin; yangın, sel, deprem, heyelan, göç, yağma, güvenlik, iklim değişikliği vb.) tespiti,
 - Yönetim Planı Alanı'nda risk üzerine yapılmış çalışmaların bir araya getirilmesi, raporlarının hazırlanması, veri tabanı oluşturulması,
 - Mevcut analizlerin güncellenmesi ve alandaki risk faktörlerine yönelik yeni analizlerin yapılması,
 - Analizlerin sentezlenerek, dünya miras alanı öncelikli olmak üzere risk altındaki kültürel mirasın tespiti ve risk azaltma çalışmalarının etaplanması,
- Riskin azaltılması: yönetim planı alanına yönelik riskin azaltılması için yapılacak çalışmaların programlanması,
 - Kültürel mirasa ilişkin iyileştirme/güçlendirme şartnamesinin hazırlanması,
 - Risk altındaki kültürel mirasa ilişkin iyileştirme uygulamalarının programlanması,
 - Risk faktörü olan işlevlerin desantralizasyonunun programlanması / uygulanması,
- Risk yönetimi: afet sonrası yapılacak çalışmaların programlanması,
 - AFAD'ın İstanbul Afet müdahale planı kapsamında yönetim planı alanına özgü kültürel miras odaklı çalışmaların programlanması,
 - Afet sonrası zarar gören kültürel mirasın tespiti ve korunmasının sağlanması şeklindedir (Url 9).

Bu eylemler; bakanlıklar, ilçe ve büyükşehir belediyesi ve çeşitli müdürlükleri kapsayan birçok kurumun işbirliği ile hazırlanması öngörülen birçok kısa, orta ve uzun vadeli eylemlerden oluşmaktadır. Afet Master Planı'nın hazırlanması gerekliliği de özel olarak belirtilmiştir.

Güncellenmiş plan ile 2011 onanlı planda tanımlanmış projeler ve tamamlanmış eylemler belirlenmiştir. Bu kapsamda risk yönetimi temasında 3 proje ve 12 eylem belirlenmiş ve sadece 3 eylemin gerçekleştirildiği belirtilmiştir (Tablo 1).

Tablo 1. 2011 Onanlı Tarihi Yarımada Yönetim Planı'nda Tanımlanan Temalar ve Gerçekleştirilme Oranları (Anonim 2)

Tema	Proje Paketi	Eylemler	Tamamlanmış Eylemler
Yönetim ve Organizasyon	3	13	1 (%8)
Koruma, Planlama ve Yaşam Kalitesi	11	40	7 (%17,5)
Erişilebilirlik	4	16	3 (%19)
Alanın Öneminin ve Değerinin Algılanması	3	6	1 (%17)
Eğitim, Bilinçlendirme ve Katılım	3	13	2 (%15)
Ziyaretçi Yönetimi	3	29	6 (%21)
Risk Yönetimi	3	12	3 (%25)
Dünya Miras Alanları	19	54	-
TOPLAM	49	183	23 (%12,5)

Risk Yönetimi temasıyla üretilen projeler aşağıda açıklanmıştır (Anonim 2):

Proje 1. Yönetim Planı Alanı'ndaki Kültürel Mirasa Yönelik Afet Riskinin Azaltılması Araştırma Projesi

Bu kapsamında 3 adet eylem planlanmıştır. Bu eylemler

- Yönetim Planı Alanı içinde afetlere karşı güçlendirme çalışmalarını, Alan Yönetimi Başkanlığı'nın desteğiyle gündeme almak, sürekli gündemde tutmak,
- Yönetim Planı Alanı'nın Acil Eylem Planı'nı eğitim ve tanıtma faaliyetleri ile yaygınlaştırmak ve pilot uygulamaların yapılmasını programlamak,
- Tarihi Yarımada ile ilgili tüm planlama çalışmalarında afet riski araştırma sonuçlarının değerlendirilmesini sağlamaktır.

Proje 2. Yönetim Planı Alanı'ndaki Kültürel Mirasın Afet Riskine Karşı Güçlendirilmesi ve Korunmasının Sağlanması Projesi

Bu proje kapsamında altı eylem tanımlanmıştır.

- Deprem riski altında bulunan kültür mirasını tespit etmek,
- Önceliklerine göre risk altındaki kültür varlıklarını afetlere karşı güçlendirme faaliyetlerini etaplama, bütçe ve zaman programı oluşturmak,
- Restorasyon, güçlendirme vb. projeler için bütçeye sahip olan kurumların kaynak kullanımının en az 1 yıl süre için Yönetim Planı Alanı'na tahsis edilmesini sağlamak,
- Yangın risk haritasında tehlike altındaki kültür mirasını tanımlamak, belirli aralıklarla güncellemek, gerekli önlemlerin alınmasını sağlamak,
- Alandaki yangın hidrantı sayısının yeterli düzeye çıkarılmasını sağlamak,
- Yangın riskine karşı riskli kullanımları tespit edecek, alanda yer almayacak faaliyetleri belirleyecek, ilgili önlemleri ve uygulama-denetimden sorumlu kurumları tanımlayacak ve anında müdahale için görevlendirecek, güvenlik altyapısını geliştirecek bir sistemin kurulmasına öncülük etmek,

Proje 3. Yönetim Planı Alanı'ndaki Sokak Dokusundan Kaynaklanan Afet Risk Alanlarının Belirlenmesi Projesi

Bu proje kapsamında üç eylem tanımlanmıştır.

- Ulaşım sistemi ve acil durum stoklarını sürekli izlemek,
- Afet için afet lojistik planlaması yapılmasını sağlamak,
- Park ve açık alanları güvenli tahliye alanı olarak düzenlemek, mevcut dar yol şebekesini güvenli tahliye ve acil durum araç yolu olarak kullanılabilmesi için iyileştirmek.

4.2. Tarihi Yarımada Yönetim Planı'nın Risk Yönetimi Bakımından Değerlendirilmesi

Tarihi Yarımada Yönetim Planı'nın risk yönetimi bakımından değerlendirilmesi için, 2011 onanlı, 2018 onanlı planları ve gerekli durumlarda yapılan güncellemelerin tümünü içeren bir tablo oluşturularak risk yönetim süreçleri ile yönetim planında belirlenen hedef, strateji, eylem ve projeler karşılaştırılmıştır. Planda açıklanan hedef, eylem, strateji ve projelerin hangi süreçleri kapsadığı bu tablo ile net bir şekilde ortaya konulmaya çalışılmıştır (Tablo 2).

Bu kapsamda hazırlanan bu tablo ile bu plan ile risk yönetim sürecinin ancak yaklaşık %33 gibi bir oranda karşılandığı söylenebilmektedir. En dikkat çekici durum ise afet anı ve afet sonrası için yapılan çalışmaların yetersizliğidir. Ayrıca (+) işareti konularak çalışmaların yapıldığının belirlendiği durumlarda ise bu çalışmalar yine oldukça yetersiz kalmış durumdadır.

Tablo 2. Tarihi Yarımada Yönetim Planı'nda Tanımlanan Hedef, Strateji, Eylem ve Projelerin Risk Yönetim Süreçleri Bakından Değerlendirilmesi

Risk Yönetimi Süreçleri		Hedef	Strateji	Eylem	Projeler		
					Proje 1	Proje 2	Proje 3
Afet Öncesi	Risk Değerlendirmesi	-	+	+	-	+	
	Risk Önleme ve Azaltma	+	+	+	+	+	
Afet Anı	Acil Durumlara Hazırlık ve Müdahale Prosedürleri	-	-	-	-	+	+
Afet Sonrası	Hasar Tespiti	-	+	+	-	-	-
	Tedavi	-	-	-	-	-	-
	İyileştirme ve Rehabilitasyon	-	-	-	-	-	-

İstanbul Tarihi Yarımada Yönetim Planı'nda risk yönetimi kapsamında açıklanan strateji ve eylemlerin ne aşamada olduğu, hangi eylemlerin gerçekleştirildiği veya gerçekleştirilmekte olduğuna dair bir dijital platformda bilgilendirme beklenmekte ancak bu bilgilendirme bulunmamaktadır. Ancak bu eylemleri gerçekleştirecek kurum ve kuruluşlar ile eylemlerin süresi (kısa (1-2 yıl), orta (3-4 yıl) ve uzun (5 yıl ve üzeri) vadeli olmak üzere) belirlenmiştir.

Planda tariflenen projeler değerlendirildiğinde ise,

- Projede açıklanan eylemlerden sadece 2. eylem AFAD'ın yaptığı çeşitli projeler ile ilişkilendirilerek çalışma yapıldığı belirlenmiş ancak yapılan bu çalışmalara rağmen, yapılan odak grup toplantılarında ise katılımcılar tarafından afet riski ile ilgili yapılan çalışmaların halka ulaşmadığı, yeterince bilgilendirilme yapılamadığı görüşü bildirilmiştir. Ayrıca diğer iki eylem ile ilgili hiçbir çalışma yapılmadığı belirlenmiştir.
- Projede bulunan eylemlerle ilgili olarak çeşitli kurumların (BÜ Kandilli Rasathanesi Deprem Araştırma Enstitüsü, AFAD, İBB Deprem ve Zemin İnceleme Müdürlüğü, İBB Kentsel Dönüşüm Müdürlüğü, AKOM, İstanbul Rölöve ve Anıtlar Müdürlüğü, İtfaiye vb.) yapmış olduğu projeler ilişkilendirilmiştir. 3. Eylem için hiçbir çalışma bulunmamaktadır.
- Projede ise bulunan eylemlerle ilgili olarak çeşitli kurumların (Karayolları 1. Bölge Müdürlüğü, Fatih Kaymakamlığı, İBB Kentsel Dönüşüm Müdürlüğü, AFAD, İBB Üstyapı Projeler Müdürlüğü gibi) yapmış olduğu projeler ilişkilendirilmiştir.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Kültürel peyzajlar ve tarihi çevreler turistik ürün olarak hizmet sunarken, ülke ekonomisinden yerel halkın sosyal ve ekonomik kalkınmasına kadar geniş kapsamlı etkileri bulunmaktadır. Bu nedenle bu alanların korunması ekonomik sürekliliği sağlarken hem de peyzajların gelecek nesillere aktarılmasını sağlayacaktır.

Üç imparatorluğa başkentlik yapmış, tamamı sit alanı olan ve dört bölgesi ile dünya mirası listesinde yer alan Tarihi Yarımada'nın korunması ve gelecek nesillere aktarılması gerekliliği tartışmaya gerek olmayacak şekilde aşikardır. Koruma ve kullanım dengesi içerisinde tarihi ve kültürel çevre, konut, sağlık, eğitim, ticaret, turizm, ulaşım gibi Tarihi Yarımada'nın ana işlevlerinin yanında afetlere yönelik yerel politikaların üretilmesi sürdürülebilirliğin sağlanması için çok önemlidir. Bu kapsamda öncelikli olarak Tarihi Yarımada'yı tehdit eden unsurlar detaylı bir şekilde belirlenerek neden-sonuç ilişkisi kurgulanmalı ve ivedilikle bir yol haritası oluşturulması gerekmektedir.

Tarihi Yarımada için tespit edilen en önemli tehditler

- Rant baskısı,
- Turizm potansiyelinin yüksek olması,

- Erişilebilirlik sorunu,
- Bakımsızlık sorunu
- Sosyal dokudaki farklılıklar,
- Gece / gündüz nüfus farkı ve buna bağlı altyapı yetersizliği,
- Kontrolsüz göç (özellikle Suriyeli göçmenler) alması,
- Bina yoğunluğu, trafik yoğunluğu,
- Bellek eksikliği / şehrin hafızasının olmaması,
- Altyapı sistemlerinin bütüncül haritalarının olmaması/eksikliği (PTT, Doğalgaz, Su, Kanalizasyon),
- Toplanma alanlarının eksikliği,
- Afet senaryolarının eksikliği,
- Risk analizlerinin eksikliği,
- İstanbul'un en önemli hastanelerinin Tarihi Yarımada'da yer alması; hasta ve yakınlarının büyük kısmının bölgeyi tanımıyor olması, risk ve kriz yönetimi ile ilgili bir organizasyonun bulunmaması,
- Güvenlik takibinin olmaması,
- Dolgu alanlarının yapılması olarak ifade edilebilir (Anonim 2).

Bugün neredeyse tüm kurumlar tarafından da bilinen bu tehditlere bakıldığında Tarihi Yarımada'nın çok ciddi bir risk altında olduğu söylenebilir. Her ne kadar planlarda çeşitli hedef, strateji ve eylemler belirlense de uygulama yönünden henüz Tarihi Yarımada'yı ve özellikle kültürel peyzaj alanlarını rahatlatacak eylemler gerçekleştirilmediği görülmektedir. Özellikle büyük bir depremin beklendiği İstanbul'da Tarihi Yarımada 1. ve 2. Derece deprem kuşağında yer almaktadır. Çok yoğun bir nüfusun yaşadığı bölge, aynı zamanda birçok ulaşım aksının bağlantı noktası, turizm hareketliliğinin yaşandığı ana bölge ve birçok hastaneye ev sahipliği yapan bir yer olarak çok yoğun ve aynı zamanda çok çeşitlilik gösteren kullanıcı özelliğine sahiptir. İstanbul Deprem Master Planı'nda İstanbul geneli için kentsel riskler ve alınabilecek önlemler belirlenmiştir. Ancak Tarihi Yarımada çok özel bir alandır ve bu alana özel ve her detayda risklerin tanımlandığı ve çözümlerin üretildiği senaryo, plan ve eylemlere ihtiyaç vardır.

Bu kapsamda mutlaka Tarihi Yarımada özelinde tüm parametrelerin biraraya getirilerek doğal afetlere ve insan kaynaklı tehditlere yönelik bir risk tanımlanması yapılmalıdır. Bu kavramlar ve tanımlamalar sonucunda 'Tarihi Yarımada Afet Master Planı' ve 'Acil Eylem Planı' hazırlanmalıdır. Bu planlamalar mutlaka afet öncesi, afet anı ve afet sonrası olmak üzere üç süreci tüm ölçeklerde kapsamalı ve tüm detayları içermelidir. Tüm bu tanımlamalar, analizler, planlama süreçleri herkesin erişebileceği bir platformda dijital olarak mutlaka paylaşılmalıdır.

Bu süreçle eş zamanlı olarak, halkın bilinçlendirilmesi ve katılımı için çalışmalar yapılmalıdır. Halkın katılımı ile gerçekleştirilen tüm süreçlerin çok daha başarılı olduğu bilinmektedir. Ayrıca, ivedilikle Tarihi Yarımada'ya olan göçün kontrol altına alınması gereklidir. Tüm planlama aşamalarında sosyal yapı değerlendirilirken gece ve gündüz nüfusu ayrı ayrı değerlendirilerek gerekli önlemler alınmalıdır. Tarihi Yarımada üzerinde yapılaşma faaliyetleri asgari düzeye indirilmeli mümkünse hiç yapılmamalıdır. Ayrıca bu alanda her türlü ulaşım projeleri tüm parametreler (kullanıcı yoğunluğu, silüetin bozulması, titreşimlerin tarihi yapılara verdiği zararlar vb.) değerlendirilmeli, gerekmedikçe bu projeler gerçekleştirilmemelidir. Tarihi Yarımada'da mutlaka açık ve yeşil alan artışı sağlanmalıdır. Acil durumlarda ve afet süreçlerinde kullanılacak toplanma alanları yeterli düzeyde olmalı ve erişilebilirliği ve ulaşılabilirliği sağlanmalıdır. Kültürel mirasın afet anında ve afet sonrasında nasıl korunacağı ve rehabilitasyonu gibi süreçlerin tüm detayları ile tanımlanması gerekmektedir.

İstanbul'un birincil turizm bölgesi olan Tarihi Yarımada için mutlaka bir turizm planı hazırlanmalı, kullanıcı kapasitesi belirlenmeli, turist otobüsleri gibi ulaşım araçları belirli bölgelerde bırakılması sağlanarak özellik araç yükünden arındırılmalıdır. Çok yoğun turistik harekete sahip olan bu alanda olası afet esnasında kaosun önlenmesi için kaçabilecekleri bir rota ve toplanabilecekleri bir toplanma alanı oluşturulmalıdır. Alanda mutlaka bu bilgiler turistlerle de tabelalar veya elektronik sistemler vasıtasıyla paylaşılmalıdır. Ayrıca alanın önemi ile ilgili bilgilendirme turistlerle ziyaret öncesi paylaşılmalı ve turist davranışları gözlenmelidir. Böylelikle alan insan eliyle oluşabilecek her türlü zarardan korunmalıdır.

Tarihi Yarımada sadece İstanbul için değil, ülke ve dünya ölçeğinde özel ve önemli bir konuma sahiptir. Bu nedenle bu alanın sahip olduğu kültürel miras, eşsiz ve üstün evrensel değerlerin tüm tehditlere karşı korunması turizm, ekonomi, kültür gibi konuların sürdürülebilirliği için zorunluluktur.

Dünyada birçok ülke/şehir yaptığı planlarla afetlerle mücadele etmeyi başararak hem insanların hem de kültürel peyzajların korunmasını sağlayabilmişlerdir. Örneğin Birleşmiş Milletler Afetlerin Azaltılması Sekreteryası (United Nations International Strategy for Disaster Reduction - UNISDR) "Dirençli Şehirler Yaratma" kampanyasında Venedik'i en dirençli şehir ilan etmiştir. Venedik şehir yönetimine, vatandaşların doğrudan katılımı ile kültürel mirasın korunmasında üstlendiği aktif rolünden ötürü ödüle layık görülmüştür. Kente özgü etkili bir sivil savunma sistemi sayesinde vatandaşlar afet riskini azaltma çalışmalarına doğrudan katılmaktadır. Venedik, spesifik risk önleme ve izleme becerilerini sürekli geliştirmiş; bu sayede güzelliğini ve cazibesini zaman içinde değişime uğramadan- koruyarak günümüze kadar ulaştırabilmiştir. Gürcistan, bir diğer örnek olarak gösterilebilir. 1998 yılında, özellikle turizmin gelişimini teşvik ederek ekonomik büyümeyi desteklemek için tarihi yerleri rehabilite etmek ve kültürel gelenekleri yeniden canlandırmak amacı ile Kültürel Miras Projesi başlatılmıştır. Ayrıca, Gürcistan sismik aktiviteye eğilimli olması sebebiyle, önleyici koruma faaliyetleri Acil Rehabilitasyon Programı aracılığıyla projeye entegre edilmiştir. Çalışmalar, yapıların çökme tehlikesine karşı stabilize edilmesi, eski el yazmalarının mikrofilmlerinin çekilmesi ve arşivlenmesi, geleneksel şarkıların ve dansların kayıt altına alınması gibi çalışmalara odaklanmıştır. Daha belirgin olarak, kiliseler, anıtlar, freskler ve arkeolojik alanların yanı sıra halk müziği, fotoğraf, film ve dans gibi kültürel varlıkların bozulmasının veya kalıcı olarak yitirilmesinin önüne geçmek için 58 proje ile 100'ün üzerinde tarihi ve kültürel hazinenin korunmasına katkı sağlanmıştır. Böylelikle, Tiflis şehri, önemli tarihi anıtların yenilenmesine katkıda bulunan ve aynı zamanda çeşitli işletmelere yatırım yapan özel yatırımcılar olarak, kent sakinlerini yeniden tarihin kalbine götürmek konusunda başarı sağlamış olan bir yeniden canlanma ve ekonomik gelişme dönemi geçirmiştir. Buna ek olarak, Acil Durum Rehabilitasyon Programı kapsamındaki belirli projelere medyada yer verilmesi sayesinde Gürcistan'ın çeşitli ve zengin kültürel mirasın korunması konusunda kamu bilincinin ve ilgisinin artması sağlanmıştır (İSMEP, 2014).

Bu örneklerden de anlaşıldığı üzere planlama ve hazırlanan bu planın uygulamaya geçirilmesi son derece önemlidir. Tarihi Yarımada için böyle bir planın varlığı çok değerlidir. Ancak bu planın afet risk yönetim döngüsündeki tüm süreçleri kapsayacak çalışmaları içermesi, çalışmaların hayata geçirilebilmesi için finansal kaynakların sağlanması, tüm süreçlere çeşitli kurum ve kuruluşlar ve akademisyenlerin yanında halkın katılımının da sağlanması, elde edilen bilgilerin herkesin ulaşabileceği ve bilgi sahibi olabileceği şekilde paylaşılması ve son olarak politik olarak da bu konuya sahip çıkılması son derece önemlidir.

KAYNAKÇA

- Akmeşe K. A. ve Sunar, H. (2019). Turizmin Ekonomik Çevresel ve Sosyo-Kültürel Etkilerinin Yerel Halk Tarafından Algılanması: Hatay İli Örneği. *International Social Mentality and Researcher Thinkers Journal*. 5 (26): 1892-1900. <http://dx.doi.org/10.31576/smryj.408>.
- Akten, S. (2017). The Role and Importance of Yoruk Traces in Rural Landscape Areas as Part of the Cultural Landscape Values. *Journal of Strategic Research in Social Science (JoSReSS)* 3 (2): 131-142. ISSN: 2459-0029.
- Anonim 1 (2020). SARAT Projesi kapsamında veriler Arkeolojik Varlıkların Korunması ve Kurtarılması eğitim programı ders notları. Koç Üniversitesi.
- Anonim 2 (2018). Tarihi Yarımada Yönetim Planı. <http://www.alanbaskanligi.gov.tr/evrak/typ.pdf>
- Anonim 3 (2009). Türkiye'nin Dünya Miras Alanları. https://www.unesco.org.tr/Content_Files/Content/Yayinlar/dma.pdf
- Ateş, A. (2019). Turizm Eğitiminde Öğrenci Memnuniyet Düzeyi: Selçuk Üniversitesi ve Necmettin Erbakan Üniversitesi Karşılaştırması. *Social Mentality and Researcher Thinkers Journal*, 5(17), 489-498.
- Boccardi, G. (2006). A Strategy for Reducing Risks from Disasters at World Heritage Properties. Integrating Traditional Knowledge Systems and Concern for Cultural and Natural Heritage into Risk Management Strategies. Proceedings from the special session organized by ICCROM and the World Heritage Centre for the International Disaster Reduction Conference (IDRC). Davos, Switzerland.
- Cengiz Gökçe, G. ve Açıkgöz, S. (2015). Kültürel Peyzaj Bileşenleri ve Turizm İlişkisinde Görsel Peyzaj Analizi: Nallıhan-Beydili Köyü Örneği. I. Eurasia International Tourism Congress: Current Issues, Trends, and Indicators (EITOC-2015), Mayıs,2015.
- Çetinkaya, G. ve Uzun, O. (2014). Peyzaj Planlama, Birsen Yayınevi. s. 219, İstanbul.
- Çötel, M.G. (2012). Kültürel Peyzajın Korunması ve Sürdürülebilir Kentsel Gelişiminin Yaratılması Yönünde Bir Politika Önerisi. *Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 1(32): 35-74.
- European Commission (2000). Towards Quality Urban Tourism, Integrated Quality Management (IQM) of Urban Tourist Destinations, Brussels: European Communities Publications.
- European Union (1998). Opinion on Urban Cultural Tourism and its Employment Impacts. Brussels: Committee of the Regions, 13-14 Mayıs.
- Greenwood, D. (1989). Culture by the Pound: An Anthropological Perspective on Tourism as Cultural Commoditization. In *Hosts and Guests: The Anthropology of Tourism* (2nd Ed.), V. Smith, ed., pp.171-185. Philadelphia: The University of Pennsylvania Press.
- Groth, P. (2009). 1. Frameworks for Cultural Landscape Study. *Understanding Ordinary Landscapes*, New Haven: Yale University Press, pp. 1-22. <https://doi.org/10.12987/9780300185614-002>.
- Harrison, R. (2010). The Politics of Heritage. In *Understanding the Politics of Heritage*, edited by Rodney Harrison, pp. 154–196. Manchester University Press, Manchester.
- İSMEP Rehber Kitaplar (2014). Kültürel Mirasın Korunması, İstanbul: İstanbul Valiliği, İstanbul Proje Koordinasyon Birimi (İPKB) ve İstanbul İl Afet ve Acil Durum Müdürlüğü (İstanbul AFAD). https://www.ipkb.gov.tr/e-kutuphane/kulturel-mirasin-korunmasi_65/.
- İstanbullu Dinçer, F. ve Muğan Ertuğral, S. (2000). Kültürel Mirasın Korunması ve İstanbul İli'ndeki Tarihi Yapıların Turizm Amaçlı Kullanımı Üzerine Bir Deneme. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 11: 69 – 78, Prof. Dr. Hasan Olalı Özel Sayısı.
- Light D. (2015) Heritage and Tourism. In: Waterton E., Watson S. (eds) *The Palgrave Handbook of Contemporary Heritage Research*. Palgrave Macmillan, London. https://doi.org/10.1057/9781137293565_9.

Kültürel Peyzaj Alanlarında Afetler ve Riskler: İstanbul Tarihi Yarımada Yönetim Planı Üzerine Bir Değerlendirme

- Madran. E ve Özgönül. N. (2005). Kültürel ve Doğal Değerlerin Korunması, Mimarlar Odası Yayını, İstanbul.
- Mitchell, N., Rössler M. ve Tricaud P., M, 2009. World Heritage Cultural Landscapes a Handbook for Conservation and Management, World Heritage Papers 26, UNESCO World Heritage Centre, Paris, p.20.
- Oktay S., Taş N. ve Taş M. (2020). Kültürel Miras Alanlarının Korunması ve Afet Yönetimi İlişkisi. Dirençlilik Dergisi 4(2):305-321 ISSN: 2602-4667 DOI: 10.32569/resilience.710387
- Öztürk, S., Yaşar İsmail, T. S. ve Işınkaralar, Ö. (2020). İnanç Turizmi Odağında Benli Sultan Külliyesi Peyzaj Tasarım Önerileri. Türk Turizm Araştırmaları Dergisi, 4(1):349-360.
- Pedersen, A. (2002). Managing Tourism at World Heritage Sites: a Practical Manual for World Heritage Site Manager. World Heritage Manuals 1.
- Selman, P. H. (2006). Planning at the Landscape Scale. The RTPI Library Series. Routledge Taylor & Francis Group, NewYork.
- Şarkaya İçelloğlu, C. (2014). Kent Turizmi Ve Marka Kentler: Turizm Potansiyeli Açısından İstanbul'un Swot Analizi. İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi,1: 37-55.
- Weiland, U. (2011). Introduction, Land and Landscape Management in Europe – Common Report, University of Leipzig, Leipzig, p.5.
- UNESCO (1972). Convention Concerning the Protection of the World Cultural and Natural Heritage, Paris.
- UNESCO (1999). Operational Guidelines for the Implementation of the World Heritage Convention, UNESCO World Heritage Centre, Paris, p.34-42.
- UNESCO, ICOMOS-ICORP, MARSH International, ICCROM, UNISDR (2013). Heritage and resilience issues and opportunities for reducing disaster risks. <https://www.undrr.org/publication/heritage-and-resilience-issues-and-opportunities-reducing-disaster-risks>.
- Ünal, G.Z. (2014). Kültürel mirasın korunması. İSMEP Rehber Kitaplar, İstanbul, sy:8.
- World Tourism Organization (1981). Social and Cultural Impact on Tourism Movements, Spain. eISBN: 978-92-844-0733-0.
- Yamashita S. (2016). Cultural Tourism. In: Jafari J., Xiao H. (eds) Encyclopedia of Tourism. Springer, Cham. https://doi.org/10.1007/978-3-319-01384-8_45.
- Url 1,1992. <http://whc.unesco.org/archive/opguide08-en.pdf#annex3>
- Url 2. <https://www.canlihaber.com/haber/5304184/uskudar-meydanina-su-baskini-cozumu>
- Url 3. <https://www.kulturservisi.com/p/italyada-deprem-tarihi-yapilari-da-vurdu-gercek-bir-trajedi/>
- Url 4. <https://www.haberturk.com/yangin-notre-dame-in-kamburu-nun-satislarini-yukseltilti-2435437>
- Url 5. https://www.bbc.com/turkce/multimedya/2014/02/140214_galeri_metro_gecis
- Url 6. <https://www.turizmguzel.com/haber/tarihi-yarimada%27nin-siluetini-bozan-gokdelenler-icin-yikim-karari-h20191.html>
- Url 7. <http://www.gazetevatan.com/5-bin-yillik-tarih-yok-oldu--1018637-pazar-vatan/>
- Url 8. <https://bimtas.istanbul/projelerimiz/istanbul-tarihi-yarimada-alan-yonetimi-plani>
- Url 9. http://www.alanbaskanligi.gov.tr/evrak/hedef_eylem_strateji.pdf



Tescillenen Yöresel Yemek İsimlerinin Yaygın Kullanımla Uyumlu: Kastamonu Simidi mi Kel Simit mi?

Compatibility of Registered Local Food Names with Common Use: Kastamonu Bagel or Kel Bagel?

Seher ÇELİK YEŞİL¹, Çetin AKKUŞ²

Özet

Coğrafi işaretlerin alınmasındaki kriterler düşünüldüğünde öncelikle bölgede yaygın olarak kullanılan ismin bir ürüne verilmesi yapılacak olan ilk adım olarak görülmektedir. Kastamonu bölgesinin coğrafi işaretli ürünleri arasında gösterilen Kastamonu Simidi, yöre halkı tarafından uzun yıllar Kel Simit olarak anılmış fakat 2019 yılında Kastamonu Simidi adıyla coğrafi işaret almıştır. Çalışmanın amacı coğrafi işaretli ürünün Kastamonu Simidi olarak anılmasındaki hususların belirlenmesi ve bu simidin hangi isimle anılması gerektiğinin araştırılmasıdır. Çalışma Kastamonu il merkezinin, nüfus yoğunluğuna göre sekiz farklı noktada 566 kişiye yüz yüze anket uygulayarak gerçekleştirilmiştir. Araştırma, 2019 yılı Ekim-Kasım aylarında yapılmış olup veriler SPSS aracılığıyla Frekans ve Ki-Kare analizlerine tabii tutulmuştur. Sonuçlar, katılımcıların %70'inin bu ürünün ismini Kel Simit olarak bildiğini göstermektedir. Sonuç olarak bir ürünün coğrafi işaret almasındaki esasların yetkili kurum ve kuruluşlar tarafından daha dikkatli ele alınması gerektiği Kastamonu Simidi örneğiyle gözlemlenmiştir.

Anahtar Sözcükler: Coğrafi İşaret, Kastamonu Yöresel Yemekleri, Kastamonu Simidi, Kel Simit

Abstract

Considering the criteria for obtaining geographical indications, it has seen as the first step to give the name to a product which is commonly used in the region. Kastamonu Bagel, which is one of the geographically marked products of the Kastamonu region, was known as Bald Bagel by the local people for many years, but in 2019 it received a geographical indication with the name Kastamonu Bagel. The aim of the study is to investigate the issues in the geographical indication product being called Kastamonu Bagel. The study was carried out by applying face-to-face questionnaires to 566 people at eight different locations in Kastamonu city center regarding the population density. The research was conducted in October-November 2019, data were analyzed using Frequency and Chi-Square analyzes via SPSS. Result show that 70% of the participants stated that the name of this product was Bald Bagel. As a result, it has been observed with the example of Kastamonu Simidi that the principles of obtaining geographical indication for a product should be handled more carefully by authorized institutions and organizations.

Keywords: Geographical Indication, Kastamonu Local Food, Kastamonu Bagel, Kel Bagel.

¹Kastamonu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği, Kastamonu, Türkiye

²Kastamonu Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği, Kastamonu, Türkiye

ORCID:

S.Ç.Y.: 0000-0001-7698-9343

Ç.A.: 0000-0002-6539-726X

Corresponding Author:

Seher ÇELİK YEŞİL

Email:

celikseher381@gmail.com.

Citation: Çelik-Yeşil, S. ve Akkuş, Ç. (2022). Tescillenen yöresel yemek isimlerinin yaygın kullanımla uyumu: Kastamonu simidi mi kel simit mi?. *Journal of Humanities and Tourism Research*, 12 (1): 163-172.

Submitted: 19.12.2021

Accepted: 21.02.2022

1. GİRİŞ

Fizyolojik bir ihtiyaç olan beslenme; bireyin büyüme, gelişme, sağlıklı ve üretken olarak uzun süre yaşaması için gerekli olan besin öğelerini alarak vücudunda kullanmasıdır (Öncel vd. 2018: 42). Ancak insan yaşamında sağlığın sürdürülebilmesi için temel belirleyici olarak görülen beslenme, fizyolojik etkileri yanı sıra sosyal, kültürel, ekonomik ve politik olmak üzere pek çok boyutu olan önemli bir kavramdır. Bunlar içerisinde benzerlikleri ve farklılıklarıyla beslenmeye dair uygulamalar toplumların yemek kültürünü oluşturmaktadır (Tezcan 2000).

Yemek kültürü araştırmaları, toplumların ekonomik, sosyal, kültürel yapılarını ve bu yapılarıdaki değişimlerini ortaya çıkarması adına önemli bir araçtır (Samancı 2012: 40; Kasar 2021). Antropolojik ve etimolojik köken çalışmaları da yemek kültürü ve tarihi için önemli bir araştırma alanıdır. Beslenme antropolojisi ise beslenme ile kültür arasındaki ilişkileri inceleyen ve bunların karşılıklı etkileşimini ele alan bir bilim dalıdır (Tezcan 2000: 1; Pelto vd. 2000). Diğer yandan etimoloji; bir dildeki kelimelerin köklerini, hangi lehçe veya dile ait olduklarını, ne zaman ortaya çıktıklarını, ses ve anlam bakımından geçirdikleri değişiklikleri inceleyen dil bilim dalı (Ayverdi 2020: 906) olarak tanımlanmaktadır. Dildeki ses özellikleri, değişiklikleri ya da farklılıkları, dilin özelliği ve bu özellik bağlamında da geçmişi hakkında az da olsa bilgi sunmaktadır (Özen Eratalay 2019: 30). Yiyecekler, içecekler ve bunlarla ilgili her türlü kültür kavramının dile yansması da beslenmenin insanlığın temel ihtiyaçlarından biri olmasıyla yakından ilgilidir (Özden 2017: 115).

Etimolojik ve antropolojik araştırma sahası içerisinde yer alan yemeklerin isimlerinin belirlenmesi hususunda hangi kıstasların kullanıldığı konusu, yemek araştırmacıları tarafından merak edilen bir alanı oluşturmaktadır. Konuyla ilgili net bilgiler bulunmamakla birlikte bu yemeklerin isimlendirilmesinde bazı faktörler ön plana çıkmaktadır. Bunlar içerisinde yemeğin ana malzemesi ve türü esas alınarak oluşturulan adlandırmalar; *kuru fasulye, mercimek çorbası, sebze yemeği, üzüm hoşafı vb.*, yalnız hazırlanış veya pişirme usulü esas alınarak oluşturulan adlandırmalar; *tandır yemeği, ızgara kebab, akıtma, kuyu kebabı, kavurma, sarma, döner vb.*, yemeğin kıvamı, şekli veya görüntüsü esas alınarak oluşturulan adlandırmalar; *kıvrırma tatlısı, bulamaç, dürüm, misket köfte vb.* (Özden 2017), yöre isimleri esas alınarak yapılan adlandırmalar; *Adana kebab, Urfa kebab, İzmir köfte, Akçaabat köftesi, Karadeniz pidesi, Mengen pilavı vb.* olduğu görülmektedir.

Yemeklerin isimlendirilmesinde bir ölçüt aranmadan, bölgede yaşanan bir olay da yemeğin adında kullanılabilmektedir. Örneğin; Tutmaç, Türklerin tanınmış bir yemeğidir. Zülkarneyn'in askerlerinin acıkması sonrası '*bizni tutma aç*' diye yakınmaları sarımsaklı yoğurtla hazırlanan hamur yemeğini (Işın 2019: 199) ortaya çıkarmıştır. Yemeğin asıl ismi "*tutma aç*"tır (Mahmud 2018, c. I: 452). Bir diğer yemek Ali Nazik'in aslında '*alâ nazik*' olduğu ve Arapçada alâ'nın güzel, nazik'in ise yemek anlamı taşıdığı söylenmektedir. Bu durumda alâ nazik'in *çok güzel yemek* ya da *güzel yemek* anlamına gelmektedir. Başka bir kaynağa göre ise Yavuz Sultan Selim'in 16. yy'da Antep'i ziyareti sırasında Ali Nazik yemeğini çok beğendiği ve "*hangi eli nazik yaptı bunu*" şeklinde iltifat ettiği yemeğin ismi "*Ali Nazik*" şeklinde kalmıştır (Alabacak 2018: 63-64). Diğer yandan benzetme sanatıyla isimlendirilen yemekler de mevcuttur. Örneğin İtalyanca foccucia ismi, pişmiş küçük hamur ya da külde pişen hamur biçiminde tanımlanmaktadır. Bu sözcük Türkçeye uydurularak aynı anlamda kullanılan poğaça sözcüğüne dönüşmüştür (Özen Eratalay 2019: 22).

Hititlerden Osmanlı Devleti'ne ve oradan Türkiye Cumhuriyeti'nin hâkimiyet sahalarına ev sahipliği yapan Kastamonu, köklü bir geçmişe sahiptir (Kastamonu İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü 2021). Birçok medeniyete ev sahipliği yapmış olması sebebiyle binlerce yıllık kültür birikimini yemek kültürü zenginliğinde de göstermektedir (Akkuş 2019: 735). Bu çeşitlilik etli

ekmekten bandumaya, köy ekmeğinden patatesli ekmeğe, tarhana çorbasından ecevit çorbasına, biryan kebabından cırık tatlısına, değirmen pilavından simit tiridine kadar uzanmaktadır. Kastamonu mutfağı genel olarak hamur işi, et yemekleri ve çorbalarıyla ön plana çıkmaktadır (Gökoğlu 1966).

Kastamonu bölgesinde, bu coğrafyayı diğer yörelerden ayıran birtakım yemekler bulunmakta, isimleriyle de kendini çekici hale getirmektedir. Bu yemekler isimlerine göre sınıflandırıldığında yemeğin ana malzemesi ve türü esas alınarak oluşturulan adlandırmalar; *mercimekli bulgur çorbası, buğday çorbası, etli ekmekek, patates köftesi, et köftesi, fasulye yemeği, kabak çiçeği dolması, zeytinyağlı bakla, vb.*, yalnız hazırlanış veya pişirme usulü esas alınarak oluşturulan adlandırmalar; *çekme helva, ovmak çorbası, katmer, tava paçası, banduma, ıslama, kapama, kızartma et, çömlek kebabı vb.*, yemeğin kıvamı, şekli veya görüntüsü esas alınarak oluşturulan adlandırmalar; *ezme köfte, kıvırm, karıştırma böreği, yağlı çörek, yassı kadayıf vb.*, benzetme sanatı esas alınarak yapılan adlandırmalar; *kocakarı buruşturması, kocakarı gerdanı, farekulağı makarnası, kaşık sapı, kel simit vb.* olduğu görülmektedir.

Kastamonu yemeklerinde efsanevi olaylar esas alınarak yapılan adlandırmalar da mevcuttur. Prof. Dr. Fahri Ecevit'in Soyadı Kanunu ile Ecevit soyadını seçmesinde Kastamonu'da yer alan Küre Ecevit Hanı'nın tarihsel durumu etkili olmuştur. Bu olay, bölgede sunulan çorbanın, *Ecevit çorbası* ismini almasını da beraberinde getirmiştir. Osmanlı padişahlarından birinin kılık değiştirip Ramazan günü dar geçimli bir ailenin evine misafir olması sonucu ismini alan tarhana (dar-hane) çorbası da bir diğer olay olarak karşımıza çıkmaktadır (Avcı ve Şahin 2014: 43-46). Yukarıda anlatılan ve Zülkarneyn'in askerlerinin acıkması sonrası ortaya çıkan tutmaç çorbası (Mahmud 2018, c.I: 452) ve IV. Murat'ın Revan Seferi'nde bir çobanın ikramıyla ismini alan biryan kebabı (Alabacak 2018: 68) da efsanelerle anılan yemek isimleri arasındadır.

Coğrafi işaretler belirgin bir niteliği, ünü veya diğer özellikleri yönünden bir bölge ya da ülke ile özdeşleşmiş bir ürünü gösteren işaretler olarak kabul edilmektedir. Ürünün coğrafi işaret olarak nitelendirilebilmesi için, sınırları belli bir alan ve kökeninin bulunduğu bu alandan kaynaklı karakteristik nitelikleri bulunması gerekmektedir (Arslaner 2019: 232). Öncelikle kurum veya kuruluşlar (Ticaret Odası, Belediye, Valilik vb.) müracaatını yaptıkları ürün için tanıtıcı bir "Ad" bulmak durumundadırlar. Ürünün adı belirlenirken dikkatli seçilmesi gerekmektedir. Zira söz konusu ürün eğer coğrafi işaret kapsamına alınırsa, bu isimle markalaşacağından, bir daha değiştirilmesi mümkün olmamaktadır (Şahin 2013: 26). Bu nedenle bir ürün için belirli bir kalite ve aitlik işareti haline gelmiş yer adlarının, coğrafi işaret veya geleneksel ürün adı olarak koruma altına alınmasında o yöre halkının menfaatlerinin korunması büyük öneme sahiptir. Ekonomik faydalarının yanı sıra coğrafi işaret ve geleneksel ürün adları, kültürün korunması açısından da oldukça önemlidir. Diğer yandan geleneksel ürün adı tanımı kapsamında en az otuz yıl süreyle bu adın kullanıldığına dair bilgi ve belgelerin (gazete, makale, araştırma yazıları vb.) (Türk Patent ve Marka Kurumu 2021) bulunması gerektiği de dikkat edilmesi gereken bir diğer husustur.

Kastamonu Belediyesi tarafından 2019 yılında coğrafi işaretli ürün olarak tescillendirilen Kastamonu Simidi; buğday unu, su, tuz ve yaş ekmekek mayasının karışımından elde edilen hamurla yapılan yöresel bir üründür. Hamur 20-25 dakika dinlendikten sonra şekli verilerek kaynar durumda olan elma pekmezli su kazanında tatlandırılmakta ve devamında fırında pişirilerek son halini almaktadır. Kastamonu Simidi, susam içermemesi nedeniyle *kazan simidi, sade simit, susamsız simit* ve *kel simit* olarak da bilinmektedir. Ürünün ayırt edici özellikleri ise; simit hamurunun dayanma gücü yani sertliği, fitil halindeki hamurun bağlanma yöntemi, ürünün susamsız olması, yüzeyinin parlak, kalın ve gevrek bir kabuğa sahip olması olarak sıralanabilir (Gökoğlu 1966; Akaydın 2010; Özbay 2020; Travel 2021; Kastamonu Kültür Portalı 2021).

İsmi benzetme sanatından aldığı düşünülen Kel Simit, bir yörede yer alan yemek isimlerinin belirlenmesinde ve coğrafi işaretlerde kullanılmasında ne gibi faktörlerin rol oynadığından yola çıkılarak incelemeye alınmıştır. Kastamonu bölgesinin coğrafi işaretli ürünleri arasında gösterilen bu ürün, yöre halkı tarafından uzun yıllar *Kel Simit* olarak anılmış fakat 2019 yılında *Kastamonu Simidi* adıyla coğrafi işaret almıştır. Bir ürünün coğrafi işaret adı almasındaki kıstaslar düşünüldüğünde yörede kullanılan ismi önemli bir rol oynamaktadır. Buradan hareketle Kel Simit'in coğrafi işaretli isminin "*Kastamonu Simidi*" olarak belirlenmesindeki hususların neye ya da nelere dayanarak belirlendiğinin bilinmemesi, hangi isimle vuku bulduğu ve bu simidin özünde hangi isimle anılması gerektiğinin araştırılması çalışmanın amacını oluşturmaktadır.

2. YÖNTEM

2.1. Araştırma Etiği

Çalışma verileri 2019 yılında elde edildiğinden 2020 yılından alınması zorunlu olan "Etik Kurul İzni" alınmamıştır. Buna karşın çalışmada araştırma etiğine uygun olarak katılımcılara bilgilendirme yapılmış, katılımcılar gönüllülük esasına göre seçilmiş ve araştırmaya istedikleri zaman katılıp istedikleri zaman ayrılacakları açıkça belirtilmiştir.

2.2. Araştırmanın Amacı

Yemek isimlerinin belirlenmesinde yemeğin ana malzemesi, türü, hazırlanış veya pişirme usulü, kıvamı, şekli veya görüntüsü, benzetme sanatı ve efsanevi olaylar etkili olmaktadır. Çalışma doğrultusunda Kastamonu yöresine ait Kel Simit ürününün isimlendirilmesinde ne gibi kriterlerin temel alındığı çalışmanın çıkış noktasını oluşturmaktadır. Kastamonu bölgesinin coğrafi işaretli ürünleri arasında gösterilen bu ürün, yöre halkı tarafından uzun yıllardır *Kel Simit* olarak anılmaktadır. Simidin üzerinde susam veya çörek otu gibi süsleyici ürünlerin yer almaması ve yüzeyinin yumurta sarısıyla parlak bir görünüme kavuşturulması bu ürünün sade ve çıtır bir görüntü kazanmasına imkân vermektedir. Aynı zamanda bu ürününün isminin Kel Simit olarak anılmasında bu özellikleri önemli bir rol oynamakta, dolayısıyla ismini de bu benzetme sanatından aldığı düşünülmektedir.

Bir ürünün coğrafi işaret almasındaki kıstaslar düşünüldüğünde yörede kullanılan ismi (Şahin 2013) önemli bir rol oynamaktadır. Buradan hareketle 2019 yılında *Kastamonu Simidi* adıyla coğrafi işaret almış olan Kel Simit'in, "*Kastamonu Simidi*" olarak adlandırılmasındaki hususların neye ya da nelere dayanarak belirlendiğinin bilinmemesi, hangi isimle vuku bulduğu ve bu simidin özünde hangi isimle anılması gerektiğinin araştırılması çalışmanın amacını oluşturmaktadır. Bununla birlikte anılan isimlerin kapsayıcılığını test etmek için katılımcıların memleketlerine göre yanıtlarını karşılaştırmak amaçlanmıştır.

2.3. Evren ve Örneklem

Kastamonu yöresine özgü bir lezzet olan Kel Simit'e yönelik yapılan çalışma gereği araştırma evreni Kastamonu merkezde yaşayan 152.553 (Merkez Nüfusu-Kastamonu 2021) kişiyi temsil eden yerel halk olarak belirlenmiştir. Evrenin tamamına ulaşmak zaman ve maliyet açısından mümkün olmadığı için örnekleme yoluna gidilmiştir. Araştırmada tesadüfi olmayan örnekleme yöntemlerinden kolayda örnekleme tercih edilmiştir. Çalışma doğrultusunda Kastamonu il merkezinde nüfus yoğunluğuna göre sekiz farklı noktada yüz yüze anket uygulanmıştır. Araştırma 2019 yılı Ekim-Kasım aylarında gerçekleştirilmiştir. Çalışmanın %95 güven aralığında ve 0,05 anlamlılık seviyesinde toplam 384 kişiye ulaşılması yeterli olmaktadır. Çalışma için toplam 566 anket değerlendirmeye alınmıştır.

2.4. Veri Toplama Yöntemi

Çalışmada nicel bir tasarım benimsenmiş olup anket tekniğinden faydalanılmıştır. Hazırlanan anket formu, alanda eksik görülen ve ölçülmesi istenilen özgün sorulardan oluşmaktadır. Form, alanda uzman kişiler tarafından analiz edilerek son halini almıştır. Anketin birinci bölümünde katılımcıların herhangi bir yönlendiriciden etkilenmemesi adına Kastamonu yöresel simidinin yanında şehrin öne çıkan ve farklı adlandırmalara açık beş yemeğinin daha fotoğrafları gösterilmiş ve bu yemeklerin adını ne olarak bildikleri sorulmuştur. Gösterilen fotoğraflar Kastamonu resmi tanıtım sitelerinden derlenmiştir. Açık uçlu olarak elde edilen yanıtlar daha sonra gruplandırılmıştır. Anketin ikinci bölümde ise katılımcıların demografik özelliklerini tespit etmeye yönelik altı ifade yer almıştır. Yiyecek isimlerine verilen yanıtlar ve katılımcıların memleketlerinin karşılaştırılmasında ise kategorik verilerin farklılığında kullanılan Ki-Kare analizinden faydalanılmıştır.

3. BULGULAR

Araştırmaya dâhil olan 566 katılımcının demografik özellikleri Tablo 1’de belirtilmiştir.

Tablo 1. Katılımcıların Demografik Özelliklerine İlişkin Bulgular

Cinsiyet	n	%	Medeni Durum	n	%	Memleket	n	%
Kadın	278	49,1	Bekâr	179	31,6	Kastamonu	447	79,0
Erkek	288	50,9	Evli	387	68,4	Diğer	119	21,0
Yaş	n	%	Eğitim	n	%	Meslek	n	%
18-25	108	19,1	İlköğretim	180	31,8	Kamu	96	17,0
26-35	114	20,1	Lise	177	31,3	Özel	258	45,6
36-45	161	28,4	Ön Lisans	66	11,7	Öğrenci	74	13,1
46-55	106	18,7	Lisans≥	143	25,3	Ev Hanımı	93	16,4
56≥	77	13,6			Emekli	33	5,8	
					İşsiz	12	2,1	
Toplam	566	100	Toplam	566	100	Toplam	566	100

Tablodan hareketle katılımcıların %50,9’unun erkek olduğu; %68,4’ünün evli olduğu ve %79’unun Kastamonulu olduğu görülmektedir. Katılımcıların %28,4 oranında 36-45 yaş arasında olduğu; %31,8 oranında ilköğretim ve %31,3 oranında lise düzeyinde eğitim seviyesine sahip olduğu; %45,6’nın ise özel sektörde çalıştığı ve gruplar arasında çoğunluğu oluşturduğu tespit edilmiştir.

Katılımcılara Tablo 2’de yer alan Kastamonu yöresine ait altı yemeğin görselleri sunulup isimleri sorulmuş, bu doğrultuda verilen cevapların frekans düzeyleri tespit edilmiştir. Çalışma konusunu oluşturan Kel Simit ürünü dışında beş adet yöresel yemeğin de bu tabloya eklenme amacı, yöresel ürünlerin yerel halk içerisindeki kullanımının daha net görülmesi ve bir ürünün hangi isimle anılması gerektiğinin tespit edilmesidir. Çalışmanın odak noktasını oluşturan Kel Simit/Kastamonu Simidi dışında gelecekte tescil edilmesi en muhtemel ve en bilinen yemeklerin de bulunması bu çalışmayı destekler niteliktedir. Bunlar Banduma, Kaşık Helva, Etli-Pastırmalı Ekmek, Caba, Cırık ve Kel Simit olarak sıralanmıştır. Yanıtlara ilişkin frekanslar verilirken üç yemekte (Banduma, Etli/Pastırmalı Ekmek, Caba) öne çıkan bir başka isim tespit edilemediğinden ikinci en yüksek değer “diğer” seçeneği olarak sunulmuştur. Bunların dışında kalan üç yemekte ise (Kaşık Helva, Cırık, Kel Simit) grup oluşturabilecek özellikte ikinci bir grubun öne çıktığı görülmüştür. Bu yemekler ise diğer seçeneği ile birlikte üç grupta toplanmıştır.

Tablo 2. Katılımcıların Yöresel Yemeklere Verdiği Yanıtlara İlişkin Bulgular

	n	%		n	%		n	%
Banduma	541	95,6	Kaşık Helva	334	59,0	Etli-Pastırmalı Ekmek	559	98,8
Diğer (Islama, Dürme, Tirit vb.)	25	4,4	Helva	172	30,4	Diğer (Ekmek, Gözleme, Pide vb.)	7	1,2
			Diğer (Tatlı, Pasta, Kurabiye vb.)	60	10,6			
Toplam	566	100	Toplam	566	100	Toplam	566	100
	n	%		n	%		n	%
Caba	524	92,6	Cırık	396	70,0	Kel Simit	397	70,1
Diğer (Güveç, Kavurma, Kebap, Türlü vb.)	42	7,4	Lokma-Sıkma	164	29,0	Kastamonu Simidi	71	12,5
			Diğer (Tulumba, Yumurta, Hamur Tatlısı vb.)	6	1,1	Diğer (Simit)	98	17,3
Toplam	566	100	Toplam	566	100	Toplam	566	100

Verilen cevaplar doğrultusunda; birinci fotoğrafa katılımcıların %95,6'sı *Banduma*; ikinci yemeğe %59'u *Kaşık Helva*; üçüncü yemeğe %98,8'i *Etli-Pastırmalı Ekmek* yanıtını vermiştir. Dördüncü yemeğe ise %92,6'sının yanıtı *Caba*; beşinci yemeğe %70'inin yanıtı *Cırık*; altıncı yemeğe %70,1'inin yanıtı *Kel Simit* olarak kaydedilmiş olup yörede çoğunlukla bu adlarla kullanıldığı görülmüştür. Altı yemek içerisinde ikinci bir isme sahip olan yemeklerde ise bilinirlik oranı diğer seçeneğine oranla daha yüksektir. Fakat altıncı ürünün diğer seçeneğinin %17,3 olarak kayda geçmesi, bunun Kastamonu Simidi isminden ziyade Kel Simit ya da Simit olarak bilindiğini ve çoğunlukla yörede bu şekilde kullanıldığını kanıtlar niteliktedir.

3.1. Katılımcı Yanıtlarına Yönelik Farklılık Testleri

Kastamonu yemeklerinin yerel ve ulusal düzeydeki bilinirliğini karşılaştırmak adına kategorik verilerin farklılığını tespit etmede kullanılan Ki-kare analizinden faydalanılmıştır. Fakat frekans bulguları incelendiğinde Etli/Pastırmalı Ekmek başta olmak üzere *Banduma* ve *Caba*'ya yönelik elde edilen değerler %90 üzerinde olup farklılık incelemesine uygun yeterli grup frekansına sahip olmadığından herhangi bir teste tabi tutulmamıştır. Zira sonuçlardan anlaşılacağı üzere belirtilen üç yemek tüm gruplar açısından ortak bir isimle tanımlanmıştır.

Yukarıda bahsi geçen yemekler dışında kalan *Kaşık Helva*, *Cırık* ve *Kel Simit* yanıtlarının katılımcıların memleketlerinin Kastamonu olup olmamasına göre bir farklılık yaratıp yaratmadığını test etmek amacıyla Ki-kare analizi yapılmıştır. *Kaşık Helva* ve *Cırık*'a yönelik yapılan analizde yukarıda belirtildiği üzere grup sayıları dikkate alınarak ikinci grup diğer başlığında toplanmış, *Kel Simit*'e yönelik yapılan analizlerde ise çalışmanın merkezinde olması dolayısıyla tüm seçeneklerle karşılaştırılması sağlanmıştır. Sonuçlar Tablo 3 ve 4'te verilmiştir.

Tablo 3. Yemek İsimlerine Yönelik Ki-Kare Analiz Bulguları

	Memleket					Memleket			
	Kastamonu		Diğer			Kastamonu		Diğer	
	n	%	n	%		n	%	n	%
Kaşık Helva	252	44,5	82	14,5	Cırık	300	53,0	96	17,0
Diğer	195	34,5	37	6,5	Diğer	147	26,0	23	4,1
Toplam	447	79	119	21	Toplam	447	79	119	21
Pearson Chi-Square	6,102*				Pearson Chi-Square	8,221*			
p	0,014*				p	0,004*			
*	p<0,05				*	p<0,05			

Tablo 3'e göre, Kastamonulu olan kişiler *Kastamonu* sütununda, Kastamonulu olmayan kişiler ise *Diğer* sütununda yer almıştır. Her bir sütunda Kastamonulu olan %79 ve Kastamonulu olmayan %21 oranında katılımcı bulunmaktadır. Yapılan bu analizde Kaşık Helva ve Cırık ürünlerinde Ki-Kare farklılık analizinin kategorik iki bağımsız değişkeninden yola çıkılarak birleştirme yöntemi uygulanmış ve ikinci isimleri diğer seçeneği ile birleştirilmiştir. Bu doğrultuda bu yemekler iki kategorili olarak analize tabi tutulmuştur. Buradan hareketle tabloya bakıldığında birinci yemeğe Kaşık Helva cevabını veren ve Kastamonulu olan %44,5 oranında kişinin; ikinci yemeğe Cırık cevabını veren ve Kastamonulu olan %53 oranında kişinin yer aldığı görülmektedir. Yapılan Ki-Kare (χ^2) testleri sonrası değerlere bakıldığında Kastamonulu olup olmamakla Kaşık Helva (0,014) ve Cırık (0,004) ürünlerinin bilinirliliği arasında anlamlı bir fark olduğu ortaya çıkmıştır. Test sonuçları söz konusu yemeklerin Kastamonu'da çoğunlukla yöresel adıyla bilindiğini ve yöntem ve içerik benzerlikleri dikkate alındığında Kastamonulu olmayan kişiler tarafından farklı isimlerle anıldığını göstermektedir.

Tablo 4. Yemek İsimlerine Yönelik Ki-Kare Analiz Bulguları (Kel Simit)

	Memleket			
	Kastamonu		Diğer	
	N	%	N	%
Kel Simit	313	55,3	84	14,8
Kastamonu Simidi	55	9,7	16	2,8
Diğer	79	14,0	19	3,4
Toplam	447	79	119	21
Pearson Chi-Square	0,260			
p	0,878			
*	p>0,05			

	Memleket			
	Kastamonu		Diğer	
	N	%	N	%
Kel Simit	313	66,9	84	17,9
Kastamonu Simidi	55	11,8	16	3,4
Toplam	368	78,7	100	21,3
Pearson Chi-Square	0,068			
p	0,794			
*	p>0,05			

Kel simit ve Kastamonu Simidine yönelik elde edilen yanıtların kişilerin Kastamonulu olup olmamasına göre herhangi bir farklılık gösterip göstermediğine yönelik üç ve iki seçeneğin ayrı ayrı karşılaştırıldığı sonuçlar Tablo 4'te verilmiştir. Buna göre her iki koşulda da verilen yanıtların yerel ve ulusal düzeyde katılımcılar nezdinde bir farklılık göstermediği (0,878; 0,794) tespit edilmiştir. Bu sonuç *Kel Simidin* diğer yöresel yiyeceklerin aksine bu isimle ulusal düzeyde de bilindiğini ortaya koymaktadır. Hâlihazırda katılımcıların ilgili yiyeceği %70 oranında Kel simit olarak tanımlarına ek olarak elde edilen bu skor yiyecek tescillerinde yapılacak isimlendirmelerde ortaya çıkacak tartışmalar için önemli bir dayanak noktası oluşturabilmektedir.

SONUÇ, TARTIŞMA ve ÖNERİLER

Ziyaret edilmek istenen bir destinasyona gidilmeden önce birtakım ön araştırmalar yapılabilmektedir. Bu noktada turistik ve tarihi yerler yanında yöresel yemekler de, çekiciliği olan ve bu araştırmalara dâhil edilen faktörler arasındadır. Özellikle coğrafi işaret almış olan ürünler misafirler için öncelik oluşturmaktadır. Bir bölgedeki ürünün coğrafi işaret ile tescillenmesi ise bölgenin kültürel ve tarihi dokusunun korunması ve sonraki nesillere aktarılması noktasında oldukça önem arz etmektedir. Coğrafi işaretler belirgin bir niteliği, ünü veya diğer özellikleri yönünden bir bölge ya da ülke ile özdeşleşmiş bir ürünü gösteren işaretler olarak kabul edilmektedir (Arslaner 2019: 232). Coğrafi işaretlerin alınmasındaki kıstaslar düşünüldüğünde ise öncelikle bölgede yaygın olarak kullanılan ismin bu ürüne verilmesi yapılacak ilk adım olarak görülmektedir. Tabii bu ismin araştırılması oldukça dikkat isteyen bir konu olarak karşımıza çıkmaktadır. Çünkü kullanılacak olan bu ismin en az otuz yıl süreyle bölgede kullanıldığına dair bilgi ve belgelerin bulunması gerekmektedir. Diğer yandan verilen ismin bir daha değiştirilmesi mümkün olmayacağından dolayı titizlikle seçilmesi önemlidir.

Kastamonu yöresine ait olan *Kastamonu Simidi* 2019 yılında coğrafi işaret almış ve tescillenerek koruma altına alınmıştır. Bu ürün uzun yıllardır *Kel Simit* adıyla bilinmekte ve yöre ağzında da bu şeklide kullanılmaktadır. Araştırmanın asıl amacını da oluşturan bu konu gereği Kastamonu bölgesinde 566 kişiye anket uygulanmış, sonuçlar doğrultusunda %70 oranında katılımcının bu ürünün isminin *Kel Simit* olduğunu belirttiği saptanmıştır. Dikkat çeken bir diğer unsur ise Diğer (Simit) seçeneğinde yer alan yüzdeler dilimin (%17,3), Kastamonu Simidi seçeneğinde yer alan yüzdeler dilime (%12,5) nazaran daha yüksek olmasıdır. Buradan hareketle Kastamonu yöresinde bu ürünün çoğunlukla *Kel Simit* adıyla anıldığı ve eğer bu isim bilinmiyorsa da *simit* ismiyle anıldığı göze çarpmaktadır.

Bir ürünün coğrafi işaret almasındaki esasların yetkili kurum ve kuruluşlar tarafından dikkate alınması gerektiği Kastamonu Simidi örneğiyle gözlemlenmiştir. Yine bu örnekten hareketle yola çıkılmış ve Türk Patent ve Marka Kurumu (TÜRKPATENT)'nin web sitesi incelenerek Türkiye'deki coğrafi işaretli yemekler ve bu ürünlere verilen isimler incelenmiştir. İnceleme sonrası coğrafi işaret altına alınan 817 ürün içerisinde 218 tane yemek ismi tespit edilmiştir. Bölge/şehir ve yöresel yemek ismi esas alınarak kayda geçen (Örn: Urfa Pencere/Pazı Boranisi, Oltu Cağ Kebabı, Kocaeli Sütlü Nuriye Tatlısı vb.) 139 adet, bölge ve genel yemek ismi esas alınarak kayda geçen (Örn: Sivas Köftesi, Tokat Kebabı, Söke Pidesi vb.) 69 adet ve sadece yemeğin yöresel ismi esas alınarak kayda geçen (Örn: Murtuğa, Puçuko, Sarımsak Aşı vb.) 10 adet yemek bulunmaktadır (Türk Patent ve Marka Kurumu 2021). Bu tür bir araştırmaya gidilmesinin sebebi ise Kastamonu Simidi (yöresel ismiyle *Kel Simit*) gibi tescil sürecinde yöredeki kullanımların dikkate alınmaması ve bunun sonucu gelecek nesillere aktarımın sağlanmamasının bir nebze önüne geçilmek istenmesidir. Diğer yandan Google Trend ve Instagram aracılığıyla ürünün araştırılmasındaki oranlara da başvurulmuştur. Instagram'da *Kel Simit* 523 gönderide (KelSimit 2021) *Kastamonu Simidi* ise 347 gönderide (KastamonuSimidi 2021) etiket olarak gözle görülür bir fark oluşturmuştur. Google Trendde ise Kastamonu Simidinin coğrafi işaret aldığı 2019 yılında bir hareketlilik yaşanmasına rağmen, 2019 öncesi ve sonrası yine *Kel Simit* isminin daha yoğun bir araştırmaya dahil olduğu görülmektedir (KelSimit 2021). Google Trend içerisindeki yüzdeler ise %30 oranındadır.

Tescil süreçlerinin şehrin bilinirliğini artırmak amacıyla yerel aktörler tarafından sürdürülmesi doğal bir süreç olarak değerlendirilmektedir. Bu yönüyle tescil edilen isimlerde yörenin adının bulunması da doğal görünmektedir. Fakat bu durum yiyeceğin bilinen isminin göz ardı edilmesi yoluyla yapılması, bir kültür kaybına göz yumulduğu anlamına gelmektedir. Çalışmaya konu olan simit örneğinde yukarıda incelenen tescilli yiyeceklerin %64'ünün tercih

ettiği gibi orijinal adın yöre adıyla birleştirilmesi daha doğru bir yöntem olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu durumda *Kel simit* ya da sadece *Kastamonu Simidi* tanımlaması yerine *Kastamonu Kel Simidi* gibi bir tanımlama hem sürdürülebilir bir kültür ifadesini hem de ürünün yöre ile birlikte anılmasını sağlayacaktır. Kısacası Kastamonu Simidinin coğrafi işaret almasındaki etkenlerden yola çıkılarak bir ürünün tescile alınmasında nelerinin dikkate alınması gerektiğinin bilinmemesi ve özellikle hangi isimle anılması gerektiği konusu üzerinde ciddi araştırmalar yapılması gereken bir meseledir.

Kültürel ve turistik değerlerin korunması kapsamında yapılabilecek ilk adım yaşanan bölgenin ürünlerinin korunması ve sürekliliğinin sağlanması olarak genellenebilmektedir. Bu doğrultuda geçmişten günümüze kadar yaşatılan gelenek, görenek, birikim, değer ve yargılar gibi hayatın bir parçası haline gelmiş maddi manevi unsurların koruma altına alınması gerekmektedir. Bunlar içerisinde kültürel aktarımla öğrenilen ve sürdürülen ürünler, lezzetleri yanında isimleriyle de hiç bozulmadan sonraki kuşaklara aktarılmalıdır. Sözlü olarak yapılan aktarımlar yanında, yazılı olarak yapılan aktarımlar da çok büyük bir öneme sahiptir. Sözlü aktarımlardaki değişikliğin yarattığı birtakım problemler yazılı aktarımlarda daha az yaşanabilmektedir. Fakat yazılı olarak kayda geçilen isimlerde yapılan yanlışlar nesiller sonra aşılması çok zor problemlere sebep olabilmektedir.

Çalışmaya konu olan simit örneğinde görüldüğü üzere mevcut isim Kastamonu Simidi olarak tescillenmiş ve tüm resmi basılı ve yazılı kaynaklarda 2019 yılı sonrası bu isimle anılmaya devam etmiş ve edecektir. Çalışmanın yapıldığı tarih itibarıyla %70 düzeyinde ifade edilen Kel Simit tanımı ürünün adının güçlü bir şekilde korunduğunu ifade etse de Kastamonu Simidi ifadesinin resmi bir dayanağa ulaşması nedeniyle yakın gelecekte bu ifadenin unutulacağı ve kaybolacağı aşikârdır. Günümüzde sürdürülebilir yemek kültürü yaklaşımıyla Birleşmiş Milletler Eğitim, Bilim ve Kültür Kurumu (UNESCO) Gastronomi şehri olmaya aday Kastamonu kentinin bu şekilde kültür kaybını tetikleyecek kararlardan vazgeçmesi standartlaşmaktan öte farklı yanlarının esas zenginliği oluşturduğunun bilinci ile bu süreçlere yaklaşması daha önemli görülmektedir.

Bu çalışma Kastamonu yemek isimlerinin tescil süreçlerinde yapılan hatalar üzerinde yoğunlaşmış olup genel halk değerlendirmeleri ile de söylemin geçerliliği şekillendirilmeye çalışılmıştır. Fakat toplumda bu tip davranışlara sebep olan ve belirli kültürel sembol ve tanımlardan duyulan rahatsızlık sebebiyle kültürel hayattan çıkarılmaya itecek kadar güçlü reaksiyonların sebeplerinin irdelenmesi çalışmada bahsedilen hususların arka planlarının da anlaşılmasına katkı sağlayacaktır.

Teşekkür

Çalışma verilerinin elde edilmesinde yardımcı olan Kastamonu Üniversitesi Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı 2019-2020 güz yarıyılı "Çok Değişkenli Veri Analizi Dersi" öğrencilerine teşekkür ederiz.

KAYNAKÇA

- Akaydın, Ö. (2010). *Geçmişten günümüze Kastamonu mutfağı*. Ankara: Tşof Trafik Matbaacılık Yayınları.
- Akkuş, Ç. (2019). Yemek kültürünün sürdürülebilirliğini kadınların demografik özellikleri etkiliyor mu? *Journal Of Tourism And Gastronomy Studies*, 7(2): 731-750.
- Alabacak, C. H. (2018). Türk mutfak kültüründeki geleneksel yemeklerin bilinirliği: Ankara ili örneği (*Basilmamış Yüksek Lisans Tezi*). Ankara: Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Gastronomi ve Mutfak Sanatları Ana Bilim Dalı.
- Arslaner, A. (2019). Türkiye'de coğrafi işaret kavramı. *Hoca Ahmet Yesevi 2.Uluslararası Bilimsel Araştırmalar Kongresi*, 231-235.

- Avcı, M. ve Şahin, İ. (2014). Geleneksel Kastamonu mutfağı ve yemek kültürü. *Karadeniz Sosyal Bilimler Dergisi*, 6: 31-56.
- Ayverdi, İ. (2020). *Misalli büyük Türkçe sözlük*. İstanbul: Kubbealtı Yayınları.
- Gökoğlu, A. (1966). Kastamonu çorbaları. *Türk Etnografya Dergisi*, 5: 24-38.
- Pelto, G.P.; Goodman, A.H. ve Dufour, D.L. (2000). The biocultural perspective in nutritional anthropology. İçinde; G.P. Pelto, A.H. Goodman ve D.L. Dufour (Editörler.), *Nutritional Anthropology: Biocultural Perspective On Food And Nutrition*, (ss.1-9). Mayfield.
- Işın, P. M. (2019). *Avcılıktan gurmeliğe yemeğin kültürel tarihi*. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Kasar, H. (2021). Türk mutfak kültürü evreleri ve mutfak sentezinin incelenmesi. *Journal of Humanities and Tourism Research*, 11 (2): 347-358.
- Kastamonu İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü. (2021). T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı: <https://kastamonu.ktb.gov.tr/tr-63806/tarihce.html>, Erişim tarihi: 12 Nisan 2021.
- Kastamonu Kültür Portalı. (2021). Türkiye Kültür Portalı: <https://www.kulturportali.gov.tr/turkiye/kastamonu/nealinir/kastamonu-smd> Erişim tarihi: 3 Mayıs 2021.
- Kastamonu Simidi. (2021). Instagram: <https://www.instagram.com/explore/tags/kastamonusimidi/?hl=tr> , Erişim tarihi: 3 Kasım 2021.
- Kel Simit. (2021). Google Trend: <https://trends.google.com/trends/explore?date=2019-01-01%202021-11-04&geo=tr&q=kel%20simit> , Erişim tarihi: 3 Kasım 2021.
- Kel Simit. (2021). Instagram: <https://www.instagram.com/explore/tags/kelsimit/?hl=tr> Erişim tarihi: 3 Kasım 2021.
- Mahmud, K. (2018). *Divanü lügat-it Türk* (Çev. B. Atalay). Ankara: Türk Dil Kurumu Yayınları.
- Merkez Nüfusu - Kastamonu. (2021). Türkiye Nüfusu: https://www.nufusu.com/ilce/merkez_kastamonu-nufusu. Erişim tarihi: 17 Şubat 2022.
- Önçel, S., Güldemir, O. ve Yayla, Ö. (2018). *Mutfak uygulamaları işletme ve eğitim rehberi*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Özbay, G. (2020). Ulusal ve uluslararası platformda gastronomik kimlik unsuru olarak simit. *Journal Of Tourism And Gastronomy Studies*, 8(1): 670-683.
- Özden, M. (2017). Trakya ağızlarında kullanılan yemek adları. *The Journal Of Academic Social Science Studies*, 59: 113-131.
- Özen Eratalay, S. (2019). Batı Anadolu yörüklerinde yemek ve mutfak terimleri ı: yemek adları ve mutfak gereçleri. *Vankulu Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 3: 11-34.
- Samancı, Ö. (2012). Avrupa'da ve Türkiye'de yemek tarihçiliğine kısa bir bakış. İçinde; A. Avcı, S. Erkoç ve E. Otman (Editörler.), *Yemekte Tarih Var: Yemek Kültürü ve Tarihçiliği* (ss. 27-40). İstanbul: Tarih Vakfı Yurt Yayınları.
- Şahin, G. (2013). Coğrafi işaretlerin ve vize (Kırklareli)'nin coğrafi işaretleri. *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 15: 23-37.
- Tezcan, M. (2000). *Türk yemek antropolojisi yazıları*. Ankara: Kültür Bakanlığı Yayınları.
- Travel, K. (2021). Kastamonu Coğrafi İşaretli Ürünler: www.kastamonu.travel. Erişim tarihi: 13 Mayıs 2021.
- Türk Patent ve Marka Kurumu. (2021). Türkiye Cumhuriyeti Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı: <https://www.turkpatent.gov.tr/turkpatent/commoncontent/publications>, Erişim Tarihi: 10.05.2021



Covid-19 ve Risk Yönetimi: Sistemik Bir İnceleme

Covid-19 and Risk Management: A Systematic Review

Yücel BULUT¹, Işıl USTA KARA²

Özet

Bu çalışmanın amacı, ilgili yazında Covid-19 ve risk yönetimini inceleyen çalışmaların durum analizini yapmak olarak belirlenmiştir. Çalışma kapsamında risk yönetimi ve Covid-19 anahtar kelimeler olarak belirlenmiştir. Google Akademik veri tabanı anahtar kelimeler temel alınarak Eylül 2020 –Nisan 2021 tarihleri arasında sistemik olarak incelenmiştir. Arama kriterlerine uymayan çalışmalar çıkarılarak 39 adet çalışma örneklem olarak belirlenmiştir. Çalışmalar, yazar sayısı, aylara ve çalışma alanlarına göre dağılımı ile araştırma yöntemi, veri toplama tekniği, örneklem ve anahtar kelimeler açısından incelenmiştir. Covid-19'un etkilerini en aza indirmek için araştırma kapsamına dahil edilen çalışmaların risk yönetimiyle ilgili önerilerine yer verilmektedir. Araştırma sonuçlarına göre; çalışmaların çoğunluğu nitel çalışma deseninde olup (%66.7), araştırma alanı bazında ise sağlık alanında (%38.5) en fazla çalışma yapılmıştır. Çalışmaların 25.6'sı iki yazar tarafından yazılmış, 20.5'i Şubat 2021 ayında basılmıştır. Covid-19, risk yönetimi ve SARS-COV2 kelimeleri en sık kullanılan kelimeler olduğu belirlenmiştir. Son olarak çalışma kapsamında Covid-19 sürecinde risk yönetimi uygulamalarının gelişmesine yönelik öneriler sunulmaktadır.

Anahtar kelimeler: Risk, Risk Yönetimi, Yönetim, Covid-19

Abstract

The aim of this study is to analyze the situation of studies examining Covid-19 and risk management in the related literature. Within the scope of the study, risk management and Covid-19 were determined as keywords. Google Academic database was systematically reviewed between September 2020 and April 2021 based on keywords. 39 studies were determined as samples by removing those that did not meet the research criteria. Studies were examined interms of numbers of authors, distribution accordingly months and study areas, data collection technique, sample and keywords. In order to minimize the effects of Covid-19, the recommendations of the studies comprised in the research on risk management are included. According to the results of the study, the majority of the studies conducted were in the qualitative study pattern (%66.7), the most studies were carried out in the field of health (%38.5). %25.6 of the studies were written by two authors, %20.5 of them published in February 2021. It hasn been determined that the words Covid-19, risk management and SARS-COV2 are the most frequently used words. Finally, within the scope of the study, suggestions for the development of risk management practices in the Covid-19 process are presented.

Keywords: Risk, Risk Management, Management, Covid-19

¹Namık Kemal Üniversitesi, Sağlık Hizmetleri Meslek Yüksekokulu, Tekirdağ, Türkiye

²Trakya Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Fakültesi, Edirne, Türkiye

ORCID:

Y.B.: 0000-0003-3221-7119

I.U.K.: 0000-0003-2527- 2961

Corresponding Author:

Işıl USTA KARA

Email:

isilusta@trakya.edu.tr

Citation: Bulut, Y. ve Usta-Kara, I. (2022). Covid-19 ve risk yönetimi: Sistemik bir inceleme. *Journal of Humanities and Tourism Research*, 12 (1): 173-186.

Submitted: 27.01.2022

Accepted: 01.03.2022

1. GİRİŞ

31 Aralık 2019 tarihinde Çin'in Wuhan kentinde ortaya çıkan korona virüs salgını hızlı bir yayılımla tüm dünyada bir sağlık krizine dönüşmüştür ve hala dünya üzerinde etkisini göstermektedir. Dünya Sağlık Örgütü (DSÖ) 30 Ocak 2020' de korona virüsü Uluslararası Sağlık Acil Durumu olarak ilan etmiş ve 11 Şubat 2020' de korona virüs hastalığı-2019 kısa haliyle Covid-19 olarak adlandırılmıştır (WHO, 2020). Sağlık, eğitim, ticaret ve daha birçok alanı etkisi altına alan Covid-19'un etkilerinin en aza indirilmesi için risk yönetimi uygulamalarının hızlı ve doğru bir şekilde hayata geçirilmesinin önem arz ettiği düşünülmektedir.

Covid-19 salgınının hızla yayılmasıyla birlikte ülkeler; sınırların kapatılması, ulusal sınır hatları içinde sokağa çıkma yasakları ve seyahat yasakları gibi önlemler almaya başlamıştır. Bu tarz önlemler bazı riskleri de beraberinde getirebilmektedir. İşletmelerin kapanma veya küçülme riski, tedarik zincirinin yönetilememe riski, ihracat ve ithalatın durma noktasına gelme riski, eğitim ve öğretimin sekteye uğrama riski, ülke ekonomilerinin zarar görmesi gibi riskleri ortaya çıkabileceği söylenebilir.

İlgili yasaklama ve sınırlamaların getirdiği risklerin yanı sıra pandemi sürecine hiç müdahale edilmediği takdirde ölüm hızı oranlarında ciddi artış, toplum ve toplumlar arası ayrışma, küresel ölçekte daha büyük ekonomik kriz, hastalığın daha fazla mutasyona uğrayarak daha fazla ve farklı hastalıkların oluşması, sağlık sistemlerinin çökmesi gibi risklerde ortaya çıkabilir. Ayrıca Covid-19 salgınında alınan önlemler, kısıtlamalar veya yasaklarla birlikte çalışma alanlarının kısıtlanması, eğitimin sürdürülememesi, hastanelere gitme korkusu, kronik rahatsızlıkların kontrollerinin ertelenmesi, insan ilişkilerinin zedelenmesi ve giderek yabancılaşma, toplumdan kopma gibi insanların hayatına yeni ve çözülmesi zor riskler de girebilir. Bu kapsamda karşılaşılabilecek tüm risklerin minimum seviyede tutabilmesi için etkin bir risk yönetimine ihtiyaç duyulduğu düşünülmektedir.

Bu çalışmanın amacı Covid-19 ve risk yönetimini birlikte ele alan çalışmaların incelenmesi ve elde edilen bulgular neticesinde risk yönetimi uygulamalarının gelişmesine yönelik öneriler sunulmasıdır. Anahtar kelimeler vasıtasıyla yapılan inceleme Eylül 2020 ve Nisan 2021 tarihleri arasında Google Akademik veri tabanı aracılığıyla gerçekleştirilmiştir.

Çalışmada ilk olarak yazın incelenerek temel kavramalar hakkında bilgi verilmiştir. Ardından ilgili yazın taraması sonucu ulaşılan yayınların analizi gerçekleştirilmiştir. İncelenen yayınlar ışığında Covid-19 ve risk yönetimine ilişki önerilerde bulunulmuştur.

2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Risk kavramı ile ilgili yazında birçok tanıma rastlanmaktadır. Genel olarak risk, beklenen sonuçlardaki varyasyon olarak ifade edilmektedir (Rejda, 2005: 13). Salgın durumuna göre riskin tanımı ise bulaşıcı hastalığın salgın yapma olasılığı ve hastalığın etkisinin bir kombinasyonu olarak (Risk = Olasılık x Etki) tanımlanmaktadır (İnandı vd., 2020: 27-38).

Risk yönetimi, risklerin tanımlanmasıyla başlayan ve analizi ile devam eden, gerekli tedbirlerin alınması ve uygulanmasıyla birlikte ortaya çıkacak sonuçların tekrar değerlendirilmesini izleyen bir süreç olarak belirtilmektedir (Gilchrist, 1993: 10). Risk yönetimi süreci aşamaları sırasıyla risklerin belirlenmesi ve tanımlanması, risklerin analizi veya değerlendirilmesi, riskleri ele alacak tekniklerin veya yöntemlerin seçilmesi, uygulama, kontrol ve denetimlerin yapılması, geri besleme ve iyileştirme aşamalarından oluşmaktadır (Rejda, 2005: 13).

Risk yönetimin ilk aşamalarında risk tanımı yapılırken ilk önce risk öncelik sayısı (RÖS) belirlenir. Risk öncelik sayısı şiddet, olasılık ve saptanabilirliğin çarpımıyla elde edilir. Fine - Kinney risk analiz yönteminde RÖS değeri 20 altı kabul edilebilir risk skorunu, 20-70 aralığı olası risk

skorunu, 70-200 aralığı önemli risk skorunu, 200-400 aralığı yüksek risk skorunu ve 400 üstü ise çok yüksek risk skorunu ifade etmektedir (Aydan ve Kaya, 2017: 20).

Risklerin analizi veya değerlendirilmesi: Risk tanımı yapıldıktan sonra, risk matrisi kullanılarak analiz edilir. Her bir risk belirlendikten sonra bu risklere tehlike değeri verilmelidir (Sankar ve Prabhu, 2001:325). Bunun için:

- Riske maruz kalma olasılığı,
- Riske maruz kalma sıklığı,
- Maksimum olası kayıp,
- Risk altındaki kişi sayısı belirlenir.

Tehlike değeri verildikten sonra risklerin önem sırası yapılır. Gerçekleşme olasılığı ve zararı en fazla olabilecek risk üst sıralara taşınır.

Riskleri ele alacak tekniklerin veya yöntemlerin seçilmesi: Bu süreçte risk kontrolü ve risk finansmanı çalışmaları yapılmalıdır (Soykan vd., 2014: 174).

Uygulama: Seçilen risk yönetimi teknikleri uygulanmalıdır.

Kontrol ve denetimlerin yapılması: Alınan önlemlerin uygulanıp uygulanmadığı veya doğru bir şekilde yapılıp yapılmadığının kontrol ve denetimi yapılır.

Geribesleme ve iyileştirme: Risk programları her zaman yüzde yüz sonuç vermez. Dinamik bir süreç olan risk yönetiminde bazı riskler ortada hiç yokken bir anda karşımıza çıkabilir. Bu nedenle, risk yönetim süreci daima kontrol altında olmalı ve sürekli düzeltme ve iyileştirmeler yapılmalıdır (Gül, 2001: 40).

Her riskin ve her riske karşı alınan önlemlerin bir maliyeti olduğu bilinmektedir. Risk yönetimi değerlendirilirken, riskleri azaltma veya kontrol etmenin maliyetinin riskin yol açacağı zararların altında kalması gerekmektedir. Yeteri kadar veriye sahip olmadan fayda-maliyet analizi yapılmamalı ve risk yönetimi süreçlerinde düşük maliyetli tercihlere öncelik verilmemelidir. Karar verme aşamasında kanıt ve veri odaklı olmak, davranışsal yaklaşımdan önce gelmelidir (Sibony, 2020: 355). Aksi takdirde fayda maliyet ilişkisine ters düşen ve beklenen maliyetin çok üzerinde bir zarar oluşabilir. Yönetimlerin riskleri göz ardı etmemesi gerekmektedir. Çünkü riskler iyi yönetilmediği takdirde hayatı durma noktasına kadar götüren sonuçları beraberinde getirebilmektedir.

İnandı vd., (2020) salgınları başlangıç, yükseliş, düzlük, iniş ve kontrol evrelerine ayırmaktadırlar. Yükseliş evresinde salgın eğrisi yükselmeye başlar ve çok kısa sürede salgın toplum içerisinde yayılarak sağlık sistemlerinin kapasitesini zorlar.

Salgın hastalıkların olumsuz sonuçlarını yönetmek ve mümkün olduğunca en aza indirmek amacıyla müdahale gereklidir. Kullanılması muhtemel araçların ne olduğuna ne zaman, ne yaygınlıkta ve ne yoğunlukta kullanılması gerektiğine karar vermek içinde risk düzeyinin belirlenmesi gerekmektedir. Risk düzeyinin belirlenebilmesi için hastalığın salgına dönüşme olasılığı, olası salgının boyutu ve toplumsal yanıt kapasitesine bakılmaktadır (WHO, 2018).

Soykan ve arkadaşları (2014) belirli salgın hastalıkları seçerek, 197 doktora uyguladıkları anket sonucuna göre; kızamık ve tetanoz salgınları önemsiz risk grubunda, tüberküloz ve AIDS en yüksek risk grubuna girmektedir.

Covid-19 hastalığıda en az Tüberküloz ve AIDS kadar yıkıcı olduğu düşünülebilir. Bu düşüncenin nedeni Covid-19 salgınının yükseliş evresinde hastanelerin kapasitelerinin dolması ve hayatı durdurma noktasına getirmesidir. Hemen hemen her alanın durma noktasına gelmesi RÖS değerinin 400 üstünde olması anlamına gelmektedir. Bu doğrultuda Covid-19 en yüksek risk

grubunda değerlendirilebilir. Bu nedenle de Covid-19 ve risk yönetimi kavramları üzerinde durulması gereken konular arasında yer alması gerekliliğinden bahsedilebilir.

3. GEREÇ VE YÖNTEMLER

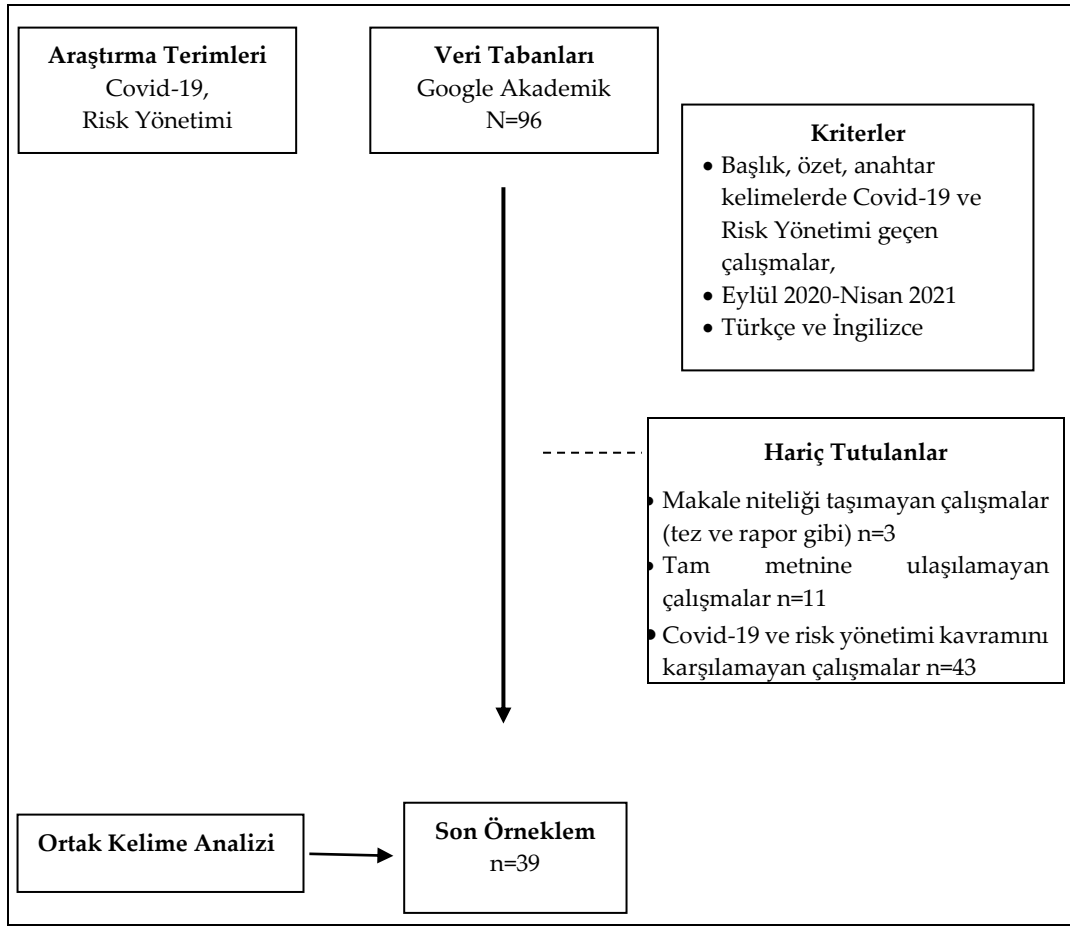
3.1. Araştırmanın Amacı

Bu çalışmanın amacı Covid-19 ve risk yönetimi ilişkisini inceleyen çalışmaların analiz edilerek mevcut durumun ortaya çıkarılmasıdır. Bu amaçla Eylül 2020 – Nisan 2021 tarihleri arasında Google Akademik veri tabanı üzerinden ulusal ve uluslararası yazında Covid-19 ve risk yönetimi konularının birlikte incelendiği çalışmalar taranmıştır. Araştırma kapsamında incelenecek çalışmaları belirlemek amacıyla anahtar kelimeler oluşturulmuş, araştırmanın dahil ve harici kriterleri belirlenerek incelenecek çalışmalar sınırlandırılmıştır. Ayrıca incelenen çalışmaların sonuçları doğrultusunda Covid-19'un risk yönetimine yönelik önerilerin sunulması amaçlanmıştır.

3.2. Araştırmanın Yöntemi

Bu çalışmada, nitel araştırma yöntemi tercih edilmiştir. Çalışmada, 'Covid-19 ve Risk Yönetimi' ilişkisini inceleyen çalışmaların durumunu ortaya koyabilmek ve kavramlar arasındaki ilişkinin özelliklerini belgeleyip sentezini yapabilmek için Google Akademik veri tabanında sistematiK yazın taraması gerçekleştirilmiştir. Çalışmada bibliyometrik analiz yöntemine dayanan bilimsel haritalama yaklaşımı kullanılmıştır. Bilimsel haritalama yaklaşımı konunun eğilim, gelişim ve kapsamını değerlendirmede geleneksel yazın incelemelerine nazaran özneliği en aza indirgemekte ve daha bütüncül bir yaklaşım sunmaktadır (Verma ve Gustafsson, 2020: 12). Bilimsel haritalama yaklaşımı incelemesi ile elde edilen bulgular, geleceğe yönelik bilgi üretimini güçlendirmekte ve yeni yönler belirlemeyi amaçlamaktadır (Yoopetch ve Nimsai, 2019: 11).

Bilimsel haritalama yöntemiyle Covid-19 salgını sürecinde risk yönetimi yazınının ele alınış sürecinin belirlenebilmesi adına bu çalışmada ilişkisel bibliyometrik tekniklerden ortak kelime analizi yöntemi kullanılmıştır. Bu teknik ile özet, makale başlığı ve anahtar kelimeler incelenmektedir (Van Raan, 2006:57). Bahse konu analiz yöntemi ile kelimelerin veya kavramların birlikte kullanım sıklığı ortaya çıkmaktadır. Çalışma kapsamında oluşturulan araştırma deseni şekil 1'de verilmiştir.

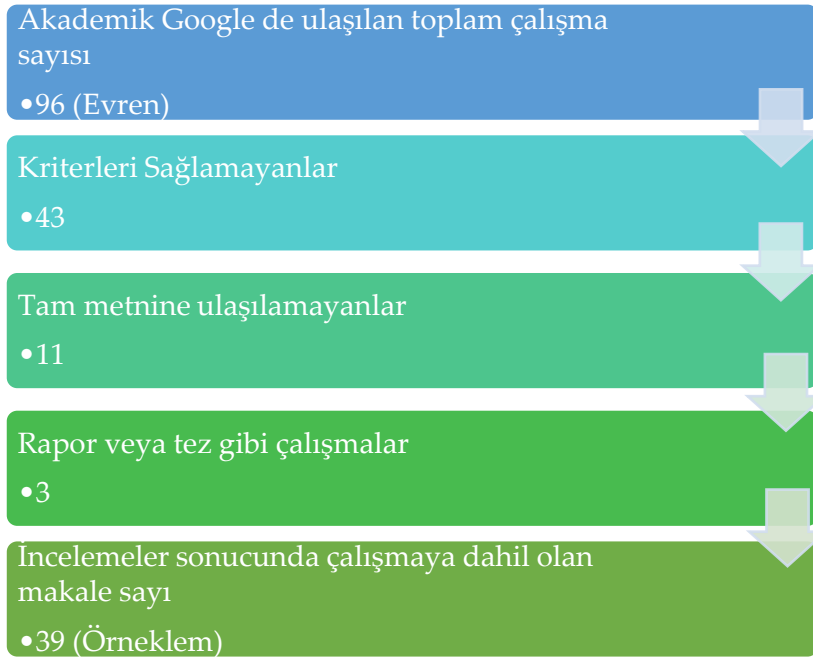


Şekil 1. Araştırma Deseni

Eylül 2020–Nisan 2021 tarihleri arasında ulusal ve uluslararası yazında makale başlığında “Covid-19” ve “risk yönetimi” kavramlarının birlikte yer aldığı çalışmalar sistematik olarak incelenmiştir. Anahtar kelimeler ışığında Google Akademik veri tabanında 96 adet çalışma olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Rapor ve tez tipindeki çalışmalar analiz dışında tutulmuştur. Çalışmaların Covid-19 ve risk yönetimini tam anlamıyla karşılayıp karşılamadığını tespit edebilmek için başlık, özet, yöntem ve sonuç bölümleri okunarak değerlendirmeler yapılmıştır.

3.3. Araştırmanın Evreni ve Örnekleme

Google Akademik veri tabanı kullanılarak makale başlıklarında “Covid-19” ve “risk yönetimi” anahtar kelimeleri geçen çalışmalar taranmıştır. Konuyla ilgili raporlar ve tezler analiz dışında tutulmakla birlikte tam metnine ulaşamayan çalışmalar da analize dahil edilmemiştir. Şekil 2’de araştırmanın evreni ve örnekleme ait bilgiler yer almaktadır.



şekil 2. Evren ve Örnekleme

şekil 2’de görüldüğü gibi Akademik Google’deki tarama sonucunda toplam 96 adet çalışmaya ulaşılmış ve bunların içerisinden 11 çalışmanın tam metnine ulaşılamamış, makale başlıklarının değerlendirilmesi sonucunda Covid-19 ve risk yönetimi geçen ancak başlığında, özetinde, içeriğinde veya sonucunda Covid-19 sürecinde risk yönetimi anlamı taşımayan 43 çalışmanın arama kriterlerine uymadığı görülmüş ve 3 adet çalışmanın da rapor veya tez olduğu tespit edilip çalışmaya dahil edilmemiştir. Sonuç olarak kriterlere uyan 39 adet çalışma analiz kapsamında incelenmiştir.

3.4. Araştırmanın Sınırlılıkları

Araştırmada tek bir veri tabanının incelenmesi bir sınırlılık olarak belirtilebilir. Ayrıca araştırmaların belirli tarih aralığına göre yapılması ve hem Covid-19 hem de risk yönetimini bir arada içeren çalışmaların taranması da sınırlılık olarak düşünülebilir.

4. BULGULAR

Araştırmanın örneklemini oluşturan 39 çalışmanın değerlendirme sonuçları yer almaktadır. alışmalar, başlıkları, yazar sayıları, aylara göre dağılımı, araştırma yöntemi, araştırmada kullanılan veri toplama teknikleri ve örneklemleri açısından incelenmiştir. Ayrıca çalışmalarda sıklıkla kullanılan anahtar kelimeler belirlenmiştir.

Eylül 2020 – Nisan 2021 tarihleri arasında yayınlanan 39 çalışmanın tümünün yabancı yazına ait olduğu görülmüş olup ilgi çalışmaların başlıkları Tablo 1’de yer almaktadır.

Tablo 1. Araştırmannın Örneklemini Oluşturan Makaleler

	Makale adı
1	Covid-19 Risk Management at the Workplace, Fear of Infection and Fear of Transmission of Infection among Frontline Employees.
2	Tackling Covid-19 Risk in Hong Kong: Examining Distrust, Compliance and Risk Management.
3	Covid-19 Risk Management and Emotional Reactions to Covid-19 among School Teachers in Denmark: Results from the Class Study.
4	Risk Management and Treatment of Coagulation Disorders Related to Covid-19 Infection.
5	Can Supply Chain Risk Management Practices Mitigate the Disruption Impacts on Supply Chains' Resilience and Robustness? Evidence from an Empirical Survey in a Covid-19 Outbreak
6	Lessons Learned from Covid-19 Response for Disaster Risk Management.
7	Risk Management during Covid-19: Safety Procedures for Otolaryngologists.
8	Covid-19 Risk Management in Dental Practice Part 2: The Infection Chain Pathway Of SARS-Cov-2.
9	Teaching Supply Chain Risk Management in the Covid-19 Age: A Review and Classroom Exercise.
10	A Semi-Quantitative Risk Assessment and Management Strategies on Covid-19 Infection to Outpatient Health Care Workers in the Post-Pandemic Period.
11	Mitigating Arrhythmia Risk in Hydroxychloroquine and Azithromycin Treated Covid-19 Patients Using Arrhythmia Risk Management Plan.
12	The Effects of the Covid-19 Pandemic on Risk Management Practice: A Report from the Epicenter of the Epicenter in New York City.
13	Risk Management in Response to Covid-19: Comparative Case Study.
14	Importance of Enterprise Risk Management and Technology for Micro Small Medium Enterprises during 'Covid-19' Scenario in Tamil Nadu
15	Counterparty Risk Management Framework: Theoretical Approach in Covid-19 Environment.
16	Understanding Risk Management of Supply Chain for Risk Mitigation and Risk Recovery during Covid-19.
17	Risk Assessment and Management among Frontline Nurses in the Context of the Covid-19 Virus in the Northern Region of the Kingdom of Saudi Arabia.
18	Analysis of Patient Safety Risk Management Call Data during the Covid-19 Pandemic.
19	Risk Management Maturity Assessment Based on ISO 31000 - A Pathway Toward the Organization's Resilience and Sustainability Post Covid-19: The Case Study of SOE Company in Indonesia
20	Practice and Exploration of Infection Prevention and Control Measures Based on Risk Management of Surgical Patients during the Epidemic of Covid-19.
21	Risk and Resilience Management as a Response to Covid-19 Pandemic Outbreak. Towards a New and Refreshing Approach.
22	A Social Network under Social Distancing: Risk-Driven Backbone Management during Covid-19 and Beyond.
23	Covid-19: Implications for Insurer Risk Management and the Insurability of Pandemic Risk.
24	Covid-19 Risk Management and Screening in the Penitentiary Facilities of the Salerno Province in Southern Italy.
25	Expression of ACE2 in Airways: Implication for Covid-19 Risk and Disease Management in Patients with Chronic Inflammatory Respiratory Diseases.
26	Impacts and Risk Management of Covid-19 Pandemic on Real Estate Supply Chain.
27	Dentistry and Risk Management – A Challenging Balance in an Era of Covid-19.

Tablo 1. Araştırmanın Örneklemi Oluşturan Makaleler (Devamı)

	Makale adı
28	Covid-19, Black Swan Events and the Future of Disaster Risk Management in India.
29	Legal Risk Management: Can the Covid-19 Pandemic Be Included as a Force Majeure Clause in a Contract?
30	What We Can Learn from Environmental and Outdoor Education during Covid-19: A Lesson in Participatory Risk Management.
31	Covid-19 Risk Management and Technical Efficiency of Farmers Post Migration of Agricultural Labour in India.
32	Risk Management in the Middle of a Sustainable Covid-19 Pandemic.
33	Supply Chain Risk Management under Covid-19: A Review and Research Agenda.
34	The Use of Social Media Analytics to Investigate Consumer Behavior and Build Marketing Strategies. Sentimental Analysis Used to Mitigate Risk Management during the Covid-19 Pandemic.
35	Crisis Management and Operational Risk Management in the Financial Sector in the Shadow of Covid-19.
36	Brain Natriuretic Peptide is an Indicator for Early Risk-Stratification and Management for Covid-19 Patients.
37	Epidemiology, Risk, Myths, Pharmacotherapeutic Management and Socio-Economic Burden due to Novel Covid-19: A Recent Update.
38	Choice of Hospital Risk Management Strategy-Comparison Between SARS and Covid-19.
39	Community-Based Disaster Risk Management Model for Covid-19 in Tembi Hamlet.

Tablo 2'ye göre en fazla yayının 2021 yılı Şubat ayında %20.5 olduğu, en az yayın ise 2020 Kasım ve Aralık aylarında %5.2 olduğu görülmüştür. Tablo 2'de 39 makalenin araştırma türlerine göre dağılımlarına baktığımızda makalelerin %66.7 nitel, %28.2 nicel ve %5.1' inde ise karma yöntem kullanılmıştır. Makalelerde kullanılan veri toplama yöntemlerine göre dağılımına baktığımızda makalelerin %64.1'i ikincil veri, % 12.82'i anket, % 7.7'si yapılandırılmış veya yarı yapılandırılmış görüşme, % 12.8'i gözlemsel, %2.6'sı ise karma veri toplama yöntemi kullanmıştır. Toplamda 39 makale için 215 yazar katkıda bulunmuştur. Makalenin yazar sayılarının dağılımı %23.1'i tek yazarlı, %25.46'sı 2 yazarlı, %5.1'i 3 yazarlı, %7.7'si 4 yazarlı, %10.2'ü 5 yazarlı olarak dağılım göstermiştir.

Çalışmaların çalışma alanlarına göre dağılımlarına yer verilmiştir. Sağlık alanı ile ilgili alanda %38.5 en fazla makale yayınlanmıştır. Sağlık alanından sonra ise en fazla makalenin yayınlandığı alan İşletme %12.8 ardından ise Afet Yönetimi % 7.7, Lojistik % 7.7 ve Eğitim %7.7 alanları gelmektedir.

Tablo 2. Çalışmaların Yöntem, Veri Toplama Tekniği, Yazar Sayısı, Aylara ve Çalışma Alanlarına Göre Dağılımı

Yazar sayısı	n	%	Araştırma yöntemi	n	%
Tek yazar	9	23.1	Nitel	26	66.7
2 yazar	10	25.6	Nicel	11	28.2
3 yazar	2	5.1	Karma	2	5.1
4 yazar	3	7.7	Veri toplama tekniği	n	%
5 yazar	4	10.2	Anket	5	12.8
6 yazar	1	2.6	Yapılandırılmış veya Yarı Yapılandırılmış Görüşme	3	7.7
7 yazar ve üzeri	10	25.8	Gözlem	5	12.8
Çalışma alanı	n	%	İkincil Veri	25	64.1
Afet Yönetimi	3	7.7	Karma	1	2.6
Eğitim	3	7.7	Çalışmaların aylara göre dağılım	n	%
Ekonomi	2	5.1	Eylül 2020	6	15.4
Emlak	2	5.1	Ekim 2020	7	17.9
Hukuk	1	2.6	Kasım 2020	2	5.1
İşletme	5	12.8	Aralık 2020	2	5.1
Kamu Yönetimi	1	2.6	Ocak 2021	4	10.3
Lojistik	3	7.7	Şubat 2021	8	20.5
Pazarlama	1	2.6	Mart 2021	6	15.4
Politika	1	2.6	Nisan 2021	4	10.3
Sağlık	15	38.5			
Sosyoloji	1	2.6			
Ziraat	1	2.6			

Tablo 3'te araştırma türü nicel ve karma olan 13 makalenin veri toplama teknikleri ve örneklem dağılımları verilmiştir. Bu verilere göre nicel ve karma çalışmalarda en fazla %45'lik bir oranla hasta bireyler örneklem seçilmiştir. Ardından ise %19 oranında sağlık çalışanları, %18.7 ile Öğretmenler, %7 ile işçiler, %4.1 ile yöneticiler, %3.4 mahkûmlar ve hapisane çalışanları ile %1.4 çiftçiler örneklem olarak belirlenmiştir.

Tablo 3. Araştırma Türü Nicel ve Karma Olan Makalelerin Örneklemeleri ve Veri Toplama Tekniklerine Göre Dağılımı

	Anket	Görüşme	Gözlem	Karma	n	%
Sağlık Çalışanı	2703	X	X	X	2.703	19
Covid-19 Hastaları	2623	764	3.145	X	6.532	45.9
Çiftçi	200	X	X	X	200	1.4
Mahkûm ve hapisane çalışanı	X	X	485	X	485	3.4
Yönetici	400	186	X	X	586	4.1
Öğretmen	2665	X	X	X	2.665	18.7
İşçi	X	X	X	1000	1.000	7
Toplam					14.236	100

Tablo 4'te çalışma kapsamında incelenen 39 çalışmada kullanılan anahtar kelime sıklığının dağılımı verilmiştir. Şekil 3'te anahtar kelimelerin dağılımını gösteren kelime bulutu yer almaktadır.

Tablo 4. Makalede Kullanılan Anahtar Kelime Sıklığı

Anahtar Kelimeler	n
Covid-19	30
Risk Yönetimi	12
Sars-Cov2	4
Yönetim	3
Risk Değerlendirmesi	3
Dayanıklılık	3
Tehlike	2
Tedarik Zinciri Yönetimi	2
Tedarik Zinciri	2
Pandemi	2
Risk	2
Diğer	99
Toplam	174



Şekil 3. Anahtar Kelimelerin Kelime Bulutu

Tablo 4'e ve Şekil 3'e göre; çalışmalarda en çok Covid-19 kelimesi kullanılmıştır. Covid-19 kelimesinin ardından en çok risk yönetimi, SARS-COV2 kelimelerinin kullanıldığı görülmektedir. Ayrıca pandemi, risk, risk değerlendirme, yönetim, tehlike gibi kelimelerin de kullanıldığı görülmektedir.

SONUÇ ve ÖNERİLER

Covid-19 ve risk yönetimini birlikte inceleyen çalışmaların mevcut durumunu ortaya çıkarmanın amaçlandığı bu çalışma bibliyometrik analiz yöntemi ile gerçekleştirilmiştir. Covid-19 ve risk yönetimi anahtar kelimeler olarak belirlenmiştir. Google Akademik veritabanı kullanılarak 2020 Eylül – 2021 Nisan ayları arasında yayınlanan 96 çalışmaya ulaşılmıştır. Hariç kriterler çıkarıldıktan sonra kalan 39 çalışmanın başlıkları, yazar sayıları, çalışma alanlarına göre dağılımları, araştırma yöntemleri, veri toplama teknikleri, örneklem dağılımları ve kullanılan anahtar kelime sıklığı incelenmiş ve araştırma sonuçları paylaşılmıştır.

Analizler sonucunda risk yönetimi yazınında Covid-19'u konu alan çalışmaların alanlara göre afet yönetimi, eğitim, ekonomi, emlak, hukuk, işletme, kamu yönetimi, lojistik, pazarlama, politika, sağlık, sosyoloji ve ziraat alanlarına odaklandıkları görülmüştür. En fazla çalışmanın ise %38.5 ile sağlık alanında olduğu görülmüştür. Araştırmaya konu olan 39 makaleye toplam 215 yazar katkı sağlarken %25 ile en fazla 2 yazarlı çalışmalar katkı sağlamıştır. Ayrıca bu makalelerin %66.7 nitel, %28.2 nicel ve %5.1' karma araştırma türü kullanılmıştır. Veri toplama yöntemlerin de ise makalelerin %64.1'i ikincil veri kullanmıştır. Nicel ve karma toplam 13 makalenin örneklemelerini incelediğinde %45'le en fazla hasta bireyler oluşturmuştur. Anahtar kelime sıklığına baktığımızda ise Covid-19 ve risk yönetimi kavramları en fazla kullanılan anahtar kelimelerdir.

İnsanlar doğası gereği kendisine zarar verecek veya tehdit oluşturacak durumları tanımlamak ve değerlendirmek için uğraş gösterir. Covid-19 insanların sağlığını tehdit ederek bedensel bütünlüğüne ve mental iyi oluşlarına zarar veren dünya genelini etkisi altına alarak pandemiye neden olan bir virüs salgınıdır. Covid-19'un yüksek risk seviyesinde olduğu düşünüldüğünde durumu anlamak, tanımlamak için risk yönetim süreçlerinin kullanması önemli görülmektedir. Araştırma kapsamında incelenen çalışmalar ışığında Covid-19'un risk yönetimine ilişkin öneriler şu şekildedir:

- Sağlık çalışanlarında enfeksiyon korkusunun gelişmemesi için kişisel koruyucu ekipmanların yeterli sayıda ve zamanında tedariki sağlanmalıdır (Nabe-Neilsen vd., 2021: 78, Frezza, 2021: 92).
- Özellikle asemptomatik belirti gösteren hastaların belirlenmesi için hızlı tanı kitleri artırılmalıdır (Hartshorne ve Van Zyl, 2021: 11).
- Ayaktan tedavilerde risk değerlendirme modelleri oluşturulmalıdır (Wang vd., 2021: 14).
- Her dala göre anlaşılır pratik rehberler, kılavuzlar ve yönetmelikler oluşturulmalıdır (Sultan vd., 2020: 12).
- Telesekreter ya da çağrı merkezleriyle hastaneye gitmeden insanlar yönlendirilmeli veya bilgilendirilmelidir (Wessel ve McCorkle 2021: 40).
- Covid-19 hastalığının tedavisi için oluşturulan aşılarda güvenirliliği tekrar gözden geçirilmeli, yine ilaç uygulamalarında deney hayvanlarının sayıları artırılmalı ve süreçler tekrar gözden geçirilmelidir (Ahmad vd., 2020: 13).
- Covid-19 sürecinde özellikle finans ve enerji işletmelerinde karşı taraf riskinde yüksek artışların olduğu ve bu risklere karşı kısa, orta ve uzun vadede önlemler alınmalıdır (Teresiene vd., 2021: 17).
- Risk yönetim stratejisi olan firmaların Covid-19 gibi pandemilerde ayakta kaldığı bu yüzden diğer firmalarında ISO 31000 gibi risk yönetim stratejileri olmalıdır (Muthukrisnan, 2021, Alisovo ve Norimarna, 2021: 3).
- Covid-19 gibi hayatı durma noktasına getiren durumlarda şirketlerin iflas riskini azaltmaları için satış ve hizmet stratejilerini çeşitlendirmeli ve daha fazla mesai harcayarak sürdürülebilir ve dayanıklı şirketler oluşturmalıdır (Fpumo ve Moriera, 2020: 1; Pessina, 2021: 12).
- Siber risklere karşı özel önlemler alınmalıdır (Tamásné Vőneki, 2020: 7).
- Sigortacılık sistemlerinde bu sınırlamalardan oluşan zararların karşılanabilmesi için sistem yeniden gözden geçirilmeli ve finansman hakkında yeni düzenlemeler yapılmalıdır (Tamásné Vőneki, 2020: 7).

- Geleneksel tedarik zinciri yerine yeni kanallar bulunmalı ve iş modelleri geliştirilmelidir (Danish vd., 2021: 58).
- Covid-19 sürecinde tedarik zinciri esnek, istikrarlı, sağlam, uygulanabilir ve kırılabilirlik döngüsüne hazır olmalıdır (Shahin, 2020; El Baz ve Ruel, 2021: 233).
- Kiracılar Covid-19 gibi finans sektörüne zarar verebilecek durumlar için sözleşmelerine mücbir sebep maddesini eklemelidir (Uchehara vd., 2020: 14).
- Covid-19 salgınına etkin müdahalelerde bulunabilmek için yeni bütünsel yaklaşımlar belirlenmelidir (Ashraf, 2021: 1-6).

Covid-19 nedeniyle aksayan eğitim sürecinde uzaktan eğitim modeli geliştirilmiş ancak verimliliği tartışılmaktadır. Bu yüzden kişisel koruyucu ekipman, sosyal mesafe ve hijyen kurallarına uyularak örgün eğitime devam edilmeli (Ferguson ve Drake, 2021: 19) ya da açık hava alanlarında eğitim sürdürülmelidir (Beery, 2020: 12).

Salgın hastalıklar ile mücadelede sağlık sistemi en başta görev yapmaktadır. Sağlık personelleri salgının yayılımının önlenmesi ve hastaların tedavisinde kilit rol oynamaktadır. Dolayısıyla sağlık sektörü en fazla risk ile karşı karşıya kalabilecek sektörlerin başında gelmektedir. Bu nedenle Covid-19 salgını gibi yaşanan ve yaşanmış tüm salgınların iyi analiz edilmesi ve olası salgınlara karşı hazırlıklı olunması önemli görülmektedir. Bu doğrultuda doğru zamanda doğru kararlar alabilmek, hemen eyleme geçebilmek, riskleri önceden belirleyip önlem alabilmek adına kriz ve risk yönetimi konusunda farkındalık yaratılmasının önemli olduğu söylenebilir. Sağlık personellerinin hizmet içi eğitimlerle, sağlık alanında eğitim gören öğrencilerin lisans, lisansüstü düzeydeki derslerle salgın hastalıklarla mücadele ana başlığı altında kriz anında nasıl davranılması, karar alınması ve ortaya çıkabilecek risklerin nasıl yönetilebileceği hususlarında bilgilendirilmesi ve farkındalıklarının artırılması sağlanabilir. Sektörel düzeyde oluşturulacak risk yönetim stratejileri ile sağlık sektöründeki tüm kurumların risk planlarını hazırlamaları sağlanabilir.

Ayrıca pandemi sürecinde insanların hastane yerine daha az yoğunluğu olan aile hekimliklerini tercih etmek istemesi, yine hastaneye gitmek yerine dijital ortamlardan hastanelere ulaşmak istemesi sağlıkta dijitalleşme için bir fırsat olarak görülebilir. Dolayısıyla bu sayede sağlık kuruluşlarında salgın döneminde oluşabilecek risklerin önüne geçilebilir. Ayrıca bu ortamda Covid-19 etkisi düştükçe insanlar erteledikleri hastalık veya ameliyatları için hastanelere olan talepleri artacaktır. Bu durum hastanelerin doluluk oranlarını artırabilir. Bu sebeple yoğunluk riskini azaltmak için sevk zinciri sisteminin etkin bir şekilde kullanılması önerilmektedir.

Covid-19 sadece sağlık sektörünü değil diğer tüm sektörleri de derinden etkilemiştir. Bu nedenle risk yönetimi çalışmalarının tüm sektörler yayılması gerektiği söylenebilir. Eğitim, finans, gıda gibi tüm sektörlerin olası salgın hastalıklara yönelik olarak karşılaşabilecekleri riskleri tespit ederek eylem planları oluşturması gerekmektedir. Karşılaşılacak salgınların kısa, orta ve uzun vadeli riskleri ve bu riskleri önlemek için nelerin yapılması gerektiğine yönelik planlar oluşturulmalıdır. Üst yönetimler tarafından katılımcı yaklaşımlar ile belirlenecek risk yönetim stratejileri makro ve mikro düzeylerde tüm çalışanlar ile paylaşılmalı ve farkındalık yaratılmalıdır.

KAYNAKÇA

- Ahmad, S., Shoaib, A., Ali, S., Alam, S., Alam, N., Ali, M. and Ali, D. (2020). Epidemiology, Risk, Myths, Pharmacotherapeutic Management and Socio-Economic Burden due to Novel COVID-19: A Recent Update, *Research Journal of Pharmacy and Technology*, 13 (9), 4435-4442.
- Alijoyo, F.A. and Norimarna, S. (2021). Risk Management Maturity Assessment Based on ISO 31000-A Pathway Toward the Organization's Resilience and Sustainability Post COVID-19: The Case Study of Soe Company in Indonesia, *3rd International Conference on Business, Management and Finance*. Oxford, United Kingdom, 3, 125-142.
- Ashraf, A. (2021). Lessons Learned from COVID-19 Response for Disaster Risk Management, *Natural Hazards*, 1-6.
- Aydan, M. ve Kaya S. (2017). Hata Türü ve Etkileri Analizi (HTEA): Üniversite Hastanesinde Bir Uygulama, *Hacettepe Sağlık İdaresi Dergisi*, 20 (4), 475-502.
- Beery, T. (2020). What We Can Learn from Environmental and Outdoor Education during COVID19: A Lesson in Participatory Risk Management, *Sustainability*, 12 (21), 90-96.
- Danish, R.Q., Mehta, A.M., Ali, M., Cheema, A.U. and Arshad, A. (2021). Understanding Risk Management of Supply Chain for Risk Mitigation and Risk Recovery during COVID19, *Psychology and Education Journal*, 58 (2), 4141-4147
- El Baz, J. and Ruel, S. (2021). Can Supply Chain Risk Management Practices Mitigate the Disruption Impacts on Supply Chains' Resilience and Robustness? Evidence from an Empirica Survey in A COVID-19 Outbreak Era, *International Journal of Production Economics*. 233, 107972.
- Ferguson, M.E. and Drake, M.J. (2021). Teaching Supply Chain Risk Management in the COVID-19 Age: A Review and Classroom Exercise, *Decision Sciences Journal of Innovative Education*, 19 (1), 5-14.
- Fpumo, W. and Moriera, B. (2020). Risk Management in the Middle of a Sustainable Covid-19 Pandemic, *Journal Dimensie Management and Public Sector*, 1 (1), 17-19.
- Frezza, D. (2021). Risk Management during COVID-19: Safety Procedures for Otolaryngologists, *Acta Bio Medica: Ateneo Parmensis* 92 (1).
- Gilchrist, W. (1993). Modelling Failure Modes and Effect Analysis, *International Journal of Quality and Reliability Management*, 10.
- Gül, B. (2001). Kalite Yönetiminde Hata Türü ve Etkileri Analizi. (Basılmamış Yüksek Lisans Tezi). Ankara: Gazi Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü.
- Hartshorne, J. and Van Zyl, A. (2021). COVID-19 Risk Management in Dental Practice Part 2: The Infection Chain Pathway of SARS-CoV-2, *International Dentistry – African Edition*, 11 (2).
- İnanđı, T., Sakarya, S., Ünal, B., ve Ergin, I. (2020). COVID-19 Salgını Özelinde Karar Vericiler İçin Risk Değerlendirme Yaklaşımı, *Sağlık ve Toplum Dergisi*, Özel Sayı, 27-38.
- Muthukrishnan, M. N. (2021). Importance of Enterprise Risk Management and Technology for Micro Small Medium Enterprises during Covid 19 Scenario in Tamil Nadu, *UGC Care Journal*, 44 (1), 181-188.
- Nabe-Nielsen, K., Nilsson, C.J., Juul-Madsen, M., Bredal, C., Hansen, L.O.P. and Hansen Å.M. (2021). COVID-19 Risk Management at the Workplace, Fear of Infection and Fear of Transmission of Infection among Frontline Employees, *Occupational and Environmental Medicine*, 78 (4), 248-254.
- Pessina, I. (2021). Risk and Resilience Management as a Response to COVID-19 Pandemic Outbreak: Towards a New and Refreshing Approach, *Economia Aziendale Online*-, 12 (1), 27-37.
- Rejda, G.E. (2005). Risk Management and Insurance, *Person Education Inc*, 13, 44-55.
- Sankar, N. R. and Prabhu, B. S. (2001). Modified Approach for Prioritization of Failures in a System Failure Mode and Effects Analysis, *International Journal of Quality & Reliability Management*. 324-335

- Shahin, A. (2020). Supply Chain Risk Management under Covid-19: A Review and Research Agenda, *Second International Conference on Innovations in Business Administration and Economics*, Iran, 9 September, 1-24.
- Sibony, A.L. (2020). The UK COVID-19 Response: A Behavioural Irony?, *European Journal of Risk Regulation*, 11/2, 350-357.
- Soykan, Y., Kurnaz, N. ve Kayık M. (2014). Sağlık İşletmelerinde Hata Türü ve Etkileri Analizi ile Bulaşıcı Hastalık Risklerinin Derecelendirilmesi” *Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi*, 6(1), 172-183.
- Sultan, A., Singh, N. and Juneja, A. (2020). Dentistry and Risk Management—A Challenging Balance in an Era of COVID-19, *Journal of the International Clinical Dental Research Organization*, 12 (2), 94.
- Tamásné Vóneki, Z. (2020). Crisis Management and Operational Risk Management in the Financial Sector in the Shadow of COVID-19, *Economy and Finance: English-Language Edition Of Gazdaság És Pénzügy*, 7 (3), 309-325.
- Teresiene, D. and Gudaviciute, B. (2021). Counterparty Risk Management Framework: Theoretical Approach in COVID-19 Environment, *Technium Soc. Sci. J.*, 17, 184.
- Uchegara, I., Hamma-Adama, M., Obiri, K.A., Jafarifar, N. and Moore, D. (2020). Impacts and Risk Management of COVID-19 Pandemic on Real Estate Supply Chain, *International Journal of Real Estate Studies*, 14 (1).
- Van Raan, A. F. (2006). Statistical Properties of Bibliometric Indicators: Research Group Indicator Distributions and Correlations, *Journal of the American Society for Information Science and Technology*, 57 (3), 408-430.
- Verma, S. and Gustafsson, A. (2020). Investigating the Emerging COVID-19 Research Trends in the Field of Business and Management: A Bibliometric Analysis Approach. *Journal of Business Research*, 118, 253-261.
- Yoopetch, C. and Nimsai, S. (2019). Science Mapping the Knowledge Base on Sustainable Tourism Development, 1990–2018. *Sustainability*, 11 (13), 3631.
- Wang, Y., Wang, L., Zhao, X., Zhang, J., Ma, W., Zhao, H. and Han, X. (2021). Semi-Quantitative Risk Assessment and Management Strategies on COVID-19 Infection to Outpatient Health Care Workers in the Post-Pandemic Period. *Risk Management and Healthcare Policy*, 14, 815.
- Wessels, R. and McCorkle, L.M. (2021). Analysis of Patient Safety Risk Management Call Data during the COVID-19 Pandemic, *Journal of Healthcare Risk Management*, 40 (4), 30-37.
- WHO (2018). *Managing Epidemics: Key Facts about Major Deadly Diseases*. World Health Organization.
- WHO (2020). *Coronavirus disease (Covid-19)*. (02.06.2021). <https://www.who.int/emergencies/diseases/novel-coronavirus-2019/question-and-answers-hub/q-a-detail/coronavirus-disease-covid-19>.



Destinasyon Çekicilik Unsuru Olarak Mimari Yapıların İncelenmesi: İzmir Örneği*

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

Cenk Murat KOÇOĞLU¹, Nazlı SİPAHİ²

Özet

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

Anahtar Sözcükler: Destinasyon, Destinasyon Çekicilik Unsurları, Mimari Yapılar

Abstract

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

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

ORCID:

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

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

Corresponding Author:

Cenk Murat KOÇOĞLU

Email:

cenk-murat@hotmail.com

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

Submitted: 19.08.2021

Accepted: 08.09.2021

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

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

Keywords: Destination, Destination Attraction Elements, Architectural Buildings

1. GİRİŞ

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

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

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

2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

2.1. Destinasyon ve Destinasyon Çekiciliği Kavramı

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

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

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

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

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

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

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

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

2.2. İzmir İli ve Mimari Yapıları

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

2.3. İlgili Araştırmalar

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

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

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

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

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

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

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

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

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

3. YÖNTEM

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

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

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

4. BULGULAR

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

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

Tablo 1. Mimari Yapıların İsmi ve İncelenen Yorum Sayısı

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

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

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

Tablo 2. Birgi Çakırağa Konağı’na Yönelik Yorumlar

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Tablo 3. Saint Polycarp Kilisesi'ne Yönelik Yorumlar

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Tablo 4. Fatih Camii'ne Yönelik Yorumlar

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Tablo 5. Beth Israel Sinagogu'na Yönelik Yorumlar

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

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

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

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

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

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

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

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

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

- İlgisi olanlar için görülmeden geçilmez.
- Gezmenizi öneririm.

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

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

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

Tablo 6. Uşakzade Köşkü'ne Yönelik Yorumlar

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

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

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

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

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

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

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

- Konak çok güzel korunmuş.
- Tarihi doku tertemiz.

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

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

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

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

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

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

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

Tablo 7. Abacıoğlu Han'a Yönelik Yorumlar

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

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

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

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

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

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

Tavsiye temasını %35 ile oluşturan yorumlara örnekler şu şekildedir;

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

Destinasyon temasını %20 ile oluşturan yorumlara örnekler şu şekildedir;

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

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

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

5. SONUÇ ve ÖNERİLER

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

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

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

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

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

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

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

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

KAYNAKÇA

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

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

Destinasyon Çekicilik Unsuru Olarak Mimari Yapıların İncelenmesi: İzmir Örneği

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

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



The Connection between the Bystander Effect and Workplace Bullying in Organizations and the Ways to Overcome its Major Negative Outcomes

Örgütlerde İzleyici Etkisi ve İşyeri Zorbalığı Arasındaki İlişki ve Olumsuz Sonuçlarının Üstesinden Gelmenin Yolları

Can BİÇER

Abstract

This study focuses on to outline the bystander behavior and its effects including bystander decisions, actions and outcomes within the concept of workplace bullying and to describe the correlation between them and its main outcomes in organizations. There is a phenomenon called the bystander effect in social psychology and it is mainly deal with the individuals who are less likely to offer help to a victim when another individual is present and watching the scene. The question is to explain the behavior of employees who watch workplace bullying but fail to intervene, often don't ignore, or even sometimes join the perpetrator. It can be assumed that bystanders witnessing bullying will restore justice; it has been underlined in previous studies that they might also behave in ways that continue or worsen its progression. So, it can be argued that there is a threesome influence between bystanders, victims, and the perpetrator of the bullying in the organizations. In sum, the goal of this conceptual study is to focus on the connection with the workplace bullying and the bystander effect in organizations and to outline the reasons of the employees who choose to be remaining silent and pretend not to see or hear and prefer not to do anything instead of acting against bullying. Then, in conclusion section, the recommendations will be made to decrease the negative consequences of the workplace bullying and bystander effects in organizations.

Keywords: Workplace Bullying, Bystander Effect, Diffusion of Responsibility

Özet

Bu çalışma izleyici davranışı ve işyeri zorbalığı kapsamında, izleyici kararlarını, hareketlerini ve sonuçlarını irdelemeye ve izleyici etkisinin işyeri zorbalığı arasındaki bağlantının sonuçlarını açıklamaya odaklanmaktadır. Sosyal psikolojide izleyici etkisi denilen bir olgu vardır ve bu da özellikle olay anında orada bulunan ve olanları izleyen bireylerin yardımcı olmaya istekli olmamalarıyla ilgilidir. Sorun ise işyeri zorbalığını izleyen ama müdahale etmede yetersiz olan, sıklıkla görmezden gelen ve hatta bazen zorbalığı yapanın yanında olan diğer çalışan davranışlarını açıklamaktır. Zorbalığa şahit olan izleyicilerin araya girip huzuru sağlayacağı varsayılrsa da, izleyicilerin zorbalığın devam etmesine yönelik davranış sergiledikleri ve hatta mevcut durumu daha da kötüleştirdikleri önceki çalışmalarda vurgulanmıştır. Bu yüzden örgütlerde izleyiciler, kurbanlar ve zorbalığı yapanlar

¹Karabük Üniversitesi, Safranbolu Şefik Dizdar Meslek Yüksekokulu, Karabük, Türkiye

ORCID:

C.B.: 0000-0001-7270-7417

Corresponding Author:

Can BİÇER

Email:

canbicer@karabuk.edu.tr

Citation: Biçer, C. (2022). The connection between the bystander effect and workplace bullying in organizations and the ways to overcome its major negative outcomes. *Journal of Humanities and Tourism Research*, 12 (1): 204-217.

Submitted: 21.01.2022

Accepted: 20.03.2022

The Connection Between The Bystander Effect and Workplace Bullying in Organizations and The Ways to Overcome Its Major Negative Outcomes

arasında üçlü bir ilişki olduğu söylenebilir. Özetle, bu araştırmanın amacı, örgütlerde işyeri zorbası ve izleyiciler arasındaki ilişkiye odaklanarak, zorbalığa karşı harekete geçmektense çalışanların niçin sessiz kalarak görmezden ve duymazdan geldiklerinin nedenlerini ve sonuçlarını ortaya koymaktır. Daha sonra, sonuç bölümünde, örgütlerde işyeri zorbalığının ve buna olan izleyici etkisinin olumsuz etkilerini azaltmak için önerilerde bulunulacaktır.

Anahtar Sözcükler: İşyeri Zorbalığı, İzleyici Etkisi, Sorumluluğun Dağılması

1. INTRODUCTION

Workplace bullying takes place nearly in all kinds of jobs and working environment and workplace bullying can easily be differentiated from other conflicts in that a nonequal power appears between the bully and the victim, which makes it hard for the victim to converse the conflict to an accomplished solution (Johnson and Rea, 2009: 84-85). Workplace bullying, which usually covers verbal, nonverbal, psychological, physical abuse and humiliation and causes either physical or emotional harm in organizations, is commonly repeated forms of uncivil behaviors or mistreatment from individuals toward victims at the workplace. Additionally, workplace bullying is a persistent pattern of mistreatment and it often mentally hurts or isolate individuals in the workplace and it may even cover negative physical contact too. Workplace bullying often refers to repetitive actions or a form of behavior that is intended to intimidate, offend, degrade, or humiliate a particular an individual or a group of individuals and it can also be expressed as the exercise of power via aggression. Individuals who see or know about workplace bullying are usually sympathetic and kind when they offer support and listen to the victims at workplaces, but they usually don't go out of their way to end the mistreatment or aggression, because they are often concern about their own job security and this state is described as the bystander effect in action.

The bystander effect phenomenon has been first coined and outlined by social psychologists John M. Darley and Bibb Latané in 1968 soon after the two psychologists focused on the unfortunate murder of Kitty Genovese in the U.S.A, in 1964. By and large, the bystander effect refers to the fact that individuals are reluctant to act or help to a victim on the scene when there are other people during that time, especially when there are greater number of bystanders, they tend less to act or help the victim with the sense of "anybody apart from me will naturally act or help whatsoever" (Liu, 2006: 2-5). The bystander effect always comes with the murder of Kitty Genovese because many psychologists have studied and argued the matter and the attitude of the witnesses of the crime since 38 beholders exactly did nothing but to watch the crime scene from their windows with the thought of anybody else has already called the police for help. But nobody of them called for help! Kassin (2017) stated in his study that not one of an alleged 38 bystanders called the police for help until it was too late for Kitty Genovese who was murdered brutally in New York, in 1964. Her neighbors were unheeded to her desperate screams somehow although Winston Moseley went on his two-phased, 35-minute barbarian assault against her.

Although it has been thought that concerning the number of bystanders who actually saw or heard all or part of the attack, they were reluctant to act or help, instead they only watched and pulled the curtains and this have attracted the social psychologists attention and it inspired the study of bystander intervention in social psychology as people are less prone to offer help in a troublesome incident when in the presence of others than especially when alone.

So, in organizations, individuals usually abstain from involving themselves in conflict situations and they are usually reluctant to intervene and help a victim or at-risk individual at workplaces. Moreover, similar hesitant attitudes in response to workplace bullying, uncivil behaviors, discourteousness, rudeness, humiliation, harassment, and discrimination in organizations are often regarded as the results of the bystander effect. In sum, although many employees witness or even experience workplace bullying that includes uncivil, inappropriate,

and harmful behaviors and acts toward themselves in the workplace, majority of onlookers don't want to involve in the unwanted situations, instead they often tend to play ostrich. In short, when an individual needs help or is at risk, majority of the bystanders only stand by without doing nothing but watching the scene. And the real problem is why does this phenomenon occur? In the light of this information above, the bystander effect in organizations will be studied and the ways of overcoming its major negative outcomes will be clarified and in conclusion section, the recommendations will be made in detail.

2. WORKPLACE BULLYING AND THE BYSTANDER EFFECT IN ORGANIZATIONS

We the people are always prepared to prevent from threatening situations innately and if we experience such behaviors in others, we often get ready to unwanted situations due to feelings of uncertainty since we cannot predict another's behavior beforehand. Besides, the bystander effect can be observed because of this desire to avoid harm, while also being able to rationalize the decision not to intervene by diffusing responsibility to others and it often occurs especially when the more witnesses, the more people to feel the responsibility to intervene. However, it's obvious that most of the bullying incidents cover a lot of employees comprising of bystanders and partners in crime apart from the bully and the victim so, witnesses play a vital role in in the accruing, escalation or diminishment of workplace bullying and in spotting bullying in organizations and helping victims take reprisals. Then, bystanders come into play in curbing bullying because they tend to outnumber supervisors have the ability to react quickly to bullying actions as employees often trust more to themselves in organizations. To sum up, workplace bullying and the bystander effect will be defined and described by the conceptual framework in this section.

2.1. Workplace Bullying in Organizations

Workplace bullying, which was first defined by Swedish psychologist Leymann in the 1980s, is identified as a persistent conflict in which the victim is exposed to 2 or more negative incidents on at least a weekly basis over at least a 6-month period (Johnson and Rea, 2009: 84-85). Workplace bullying is identified as continuous negative acts happen repeatedly and that is certainly unwanted by the victim and that lead to humiliation, offence, and distress which can affect job commitment and performance negatively or deteriorate workflow and cause an undesirable working environment. However, bullying is about repeated and permanent behavior and a power imbalance which refers to that the target for one reason or another has troubles defending him or herself and coping with the uncivil behaviors. Hence, it can be inferred from that definition that a conflict might not be described as bullying if the situation is viewed in an isolated event or if the two parties are of nearly equal power are in the conflict in organizations (Salin et al.,2019: 204-205).

Niven et al. (2020) stated in their study that workplace bullying hardly ever happens in complete isolation and it has been emphasized that over half of the unwanted, uncivil behaviors occur in the presence of other individuals and it has also been underlined that workplace bullying so common that after conducting a large-scale questionnaire by British national survey, nearly half of the respondents (47%) stated that they had witnessed bullying in their workplace within the last five years. Moreover, according to Peng et al. (2016), bullying, which is so prevalent in organizations, has been an important social problem as well and bullying in an organization should not be overlooked since it may lead to huge hidden costs like physical and psychological damage to employees that result in high costs and big profit loss to the organization and higher levels of employee burnout, employee turnover and eventually loss of organizational reputation. Again, it has been outlined in their study that workplace bullying is aggressive action is repeated and health-harming and it can be characterized by four main features as:

The Connection Between The Bystander Effect and Workplace Bullying in Organizations and The Ways to Overcome Its Major Negative Outcomes

- Frequency: It describes the intervals weekly that the bullying behaviors are showed, for example the minimum numbers of incidents must be one or two per week and approximately six months' period,
- Persistency: It points out the how long it lasts, for which the uncivil behaviors are encountered by the victim,
- Hostility: It describes the underlying reasons of the roots of the evil, uncivil behaviors,
- Power imbalance: It displays the inequality in perceived power between the target and the perpetrator. This power may take various forms, for instance, physical, social-peer groups so in just not restricted to hierarchical power in organizations.

Moreover, Cowie et al. (2002) maintained in their study that bullying is now being defined as a real problem in the organizational concept and most countries, professional organizations, trade unions, and human resources (HR) departments have recently realized that uncivil behaviors, for example intimidation, overly harsh and unjust criticism publicly, public humiliation, offensive name-calling, social exclusion, and undesired physical interaction has the role to deteriorate the unity among them and confidence of employees and decrease their efficiency significantly. It has also been argued that individuals who have been bullied stated that it influenced them physically and mentally, with stress, depression, and lowered self-esteem and in extraordinary cases, bullied employees might even need counseling or psychiatric examination as well. Table 1 displays the main types of bullying in organizations:

Table 1. Types of Bullying

Types of bullying	
1	threat to professional status (e.g., belittling opinion, public professional humiliation, and accusation regarding lack of effort);
2	threat to personal standing (e.g., name-calling, insults, intimidation, and devaluing with reference to age);
3	isolation (e.g., preventing access to opportunities, physical or social isolation, and withholding of information);
4	overwork (e.g., undue pressure, impossible deadlines, and unnecessary disruptions)
5	destabilization (e.g., failure to give credit when due, meaningless tasks, removal of responsibility, repeated reminders of blunders, and setting up to fail).

Source: Cowie, H., Naylor, P., Rivers, I., Smith, P. K., & Pereira, B. (2002). Measuring workplace bullying. *Aggression and violent behavior*, 7(1), pp. 33-51.

According to Saunders et al. (2007) workplace bullying, which refers to psychological, emotional or physical harm, in which the victim is exposed to the negative verbal or non-verbal behavior and workplace bullying has usually negative, often devastating consequences on both the employees who are targeted and on the organization and workplace bullying includes some uncivil behaviors such as the covert and subtle, for instance overt and veiled threats, a dirty stare or a criticizing an employee persistently and constantly, to the extreme aggressive, such as a physical attack or a physically abusing and threatening abuse. Figure 1 shows the main negative effects of the workplace bullying on employee mood or employee work behaviors:



Figure 1. Main Negative Effects of The Workplace Bullying on Employee Mood or Employee Work Behaviors

Reference: Peng, Y.-C., Chen, L.-J., Chang, C.-C. and Zhuang, W.-L. (2016), "Workplace bullying and workplace deviance: The mediating effect of emotional exhaustion and the moderating effect of core self-evaluations", *Employee Relations*, Vol. 38 No. 5, pp. 755-769.

In addition, Hoel and Salin (2002) argued in their study that poor working environment can directly or indirectly cause workplace bullying and anxious or depressed employees may also give rise to workplace bullying by creating tension and eliciting negative reactions from coworkers and supervisors or managers. Moreover, it has been underlined that bullying itself has negative impact on the working environment by negatively influencing internal organizational communication and causing more stress among employees that lead to organizational problems. Plus, it has been concluded in the study that the underlying effects and antecedents of workplace bullying depends highly on the characteristics of the individuals involved in the conflict, gender, age, and ethnicity of the people and organizational contexts and demographic features of the individuals as well.

Last but not least, Nielsen and Einarsen (2012) argued in their study that workplace bullying is often related with the mental and physical health and welfare of targeted individuals in organizations and in workplace bullying, it is the usual state that a victim is determined beforehand and abused by a range of perpetrators. Moreover, since workplace bullying is described as an even in which one or a few employees continuously, and periodically, assume themselves as being on the receiving end of negative actions from supervisors or coworkers, and where the target of the bullying thinks that it is difficult to defend himself or herself against these uncivil actions. Theoretically, workplace bullying is associated with the whole health and happiness of targeted employees and it can be categorized into seven categories: work related bullying, social isolation, attacking the private sphere, verbal aggression, the spreading of rumors, physical intimidation, and attacking personal attitudes and values. To sum up, these incidents might be viewed as merely mildly offensive, or at least tolerable, on the other hand, in total; these can be viewed as destabilizing, highly distressing and even traumatic by the employees whatsoever in organizations.

2.2. The Bystander Effect in Organizations

In today's world, it can easily be inferred that individuals may think that it's easier to not get involved in anyone's own business. Besides, it has often been argued that people are usually abstain from providing help especially in the presence of other bystanders because of diffusion of responsibility and sometimes they think that they are not for sure whether they are worsening the situation or not. However, there's a saying that the more evil is tolerated the more it will get inflamed. It might be certain that if you witnessed or notice an emergency event happening right before your eyes, you would definitely take some sort of action to help the victim having trouble but psychologists claim that whether or not you intervene may depend on the number of other witnesses present at the scene. Besides, witnesses of bad workplace behaviours are regarded as

secondary victims or co-victims who empathise with how the target is feeling and experience some of the impact or exhibit concerns about being the following target.

First of all, Pouwelse et al. (2018) stated in their study that there are three main actors involved in workplace bullying as the bystander, somebody that witnesses the bullying and interacts with the other actors in various ways. It's clear that there are usually more bystanders in the real bullying incidents than bullies and targets. By the way, the bystanders are the real part of a dynamic context. In addition, apart from assuming workplace bullying as comprising of the perpetrator–target dyad, it can be considered as a triadic phenomenon comprising of three actors, the perpetrator, the target and the bystander and it can be assumed that the bystanders may exhibit various behaviors in the bullying process, such as either providing help the bully or providing help to the victim. The term of bystander has been identified as focusing on the individuals who are the part of the bullying environment but who are not yet targeted and don't yet show mobbing behavior themselves and it has been outlined that the main types of bystanders of workplace bullying are the constructive–destructive and active–passive continua, such as the instigating bystander, who creates the situation; the collaborating bystander, who helps the bully and actively joins in; the abdicating bystander, who stands still and remains passive in the bullying incident; the intervening bystander and the defusing bystander, who either show behaviors to stop the bullying or prevent escalation by involving themselves in the situation; the defending bystander, who defends the target; and the last one, the sympathizing bystander, who offers support in private yet remains passive in bullying situations. Nonetheless, Karakashian et al. (2006) maintained in their study that the prevalence and the intensity of helping behaviors of the individuals mainly depend on the shyness and the fear of negative evaluation of the unwanted situation that the victim experiences.

Furthermore, Fredricks et al (2011) argued in their study that the phenomenon, the bystander effect, might cause disastrous consequences because in many cases bystander effect might easily be turned into a continuum from innocent bystander to guilty perpetrator since allowing harm to occur or remaining silent may cause get things worse because they tend to think that feel that it is not part of their job and finally the perpetrator thinks that he's got the power and whatever he does gets by with his/her boorish acts. However, Rowe (2018) argued in her study that although bystanders are usually emphasized as “do-nothings,” in the literature, helpful bystander actions are also common in daily life as well. For instance, a lot of bystanders report a wide variety of constructive initiatives, including private, informal interventions like lost items are returned to their owners, though they are strangers, they warn people when they drop something on the street or pavement. In addition, it has been maintained that a number of public and private institutions, including the armed services, now train employees to encourage responsible bystander behavior in order to prevent from safety problems, errors, and accidents, uncivil behaviors in organizations and multiple sectors emphasizes the importance of bystander action and some slogans have been generated in order to flourish helpful bystander effect such as “Friends don't let friends drive drunk” or “See something, say something”.

For instance, Cherry (2020) reported that bystander effect is the phenomenon which refers the greater the number of individuals present; the less likely individuals are to help a person in tension and observers are more likely to act if there are few or no other witnesses when an emergency even takes place. Plus, it has been underlined that there are two main factors that trigger the bystander effect. First, the presence of other individuals creates a diffusion of responsibility since there are other witnesses, individuals don't think as much pressure to take action and the responsibility to act is thought to be shared among all of other observers present.

The second one is the urge to act in correct and socially acceptable ways. That is to say, when other observers are reluctant or fail to react, people usually think it as a signal that a response is not needed or not appropriate. For example, in the case of Kitty Genovese, many of the 38 witnesses justified that they thought that they were witnessing a "lover's quarrel," and didn't think that the young woman was really being murdered at that time.

What's more, Coyne et al. (2019) maintained in their study that the witnesses of workplace bullying are regarded as secondary victims or co-victims especially the ones who empathize with how the victim is feeling and experience some of the effect or being stressful about being the next target as they put themselves psychologically in the position of the target and eventually feel some of the concerns of the victim. Thus, it has been emphasized in their study that the empathy with the target is essential in creating this felt bad experience, and empathy has been emphasized as the type of schema a witness of traditional workplace bullying adopts. Indeed, bystander perceptions of the fairness of bullying often depend on the level of empathy with the target and the resultant co-victimization they see. Consequently, it has been argued that the more an individual empathizes with a victim, the more likely they will become a secondary victim and the stronger the need to act and perceptions of injustice and empathic understanding may therefore be moderated by characteristics of the workplace bullying situation in organizations.

Additionally, Madden and Loh (2018) claimed in their study that the bystander effect can be described by a five-step psychological process model in which the model proposes for bystander intervention to occur, yet bystanders won't intervene if any of the five steps is missed in the model. The other factor that is thought to prevent the completion of the five-step model is the presence of others because when others are present at the scene, a diffusion of responsibility occurs that the individual mentally shifts the responsibility for intervention to other bystanders and in doing so, reduces the psychological cost associated with non-intervention. Figure 2 displays the five-step psychological process for bystander intervention to occur if any of the five steps is not missed in the model upon workplace bullying:

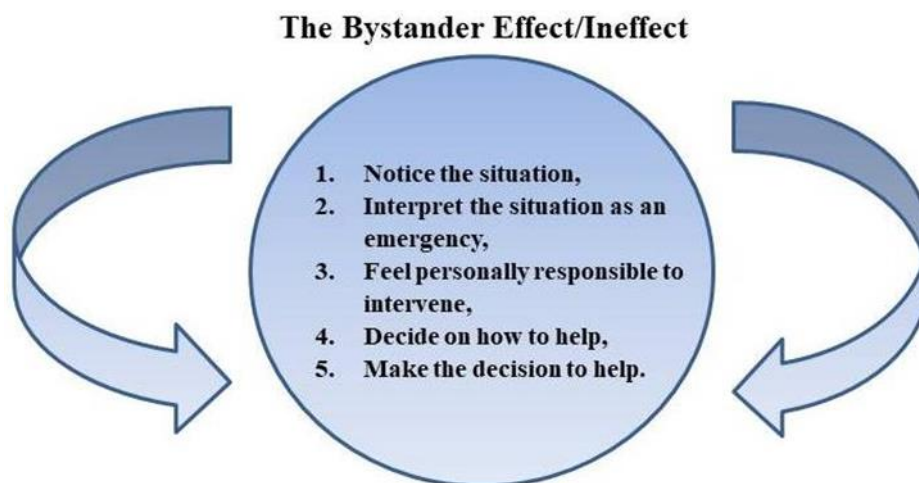


Figure 2. The Five-Step Psychological Process for Bystander Intervention to Occur

Source: Madden, C., & Loh, J. (2018). Workplace cyberbullying and bystander helping behaviour. *The International Journal of Human Resource Management*, pp. 1-25.

Plötner et al. (2015) have also outlined in their study that the bystander effect can be focused on a five-step model of intervention in an bullying incident: An actor has to realize the case (Step 1), thinks and interprets it as an emergency (Step 2), takes responsibility for providing help (Step 3), and know how to help (Step 4) before he or she can provide help (Step 5). Moreover, it has been asserted that the presence of bystanders interferes with the successful completion of these steps

through three processes; it has been referred to as social referencing, diffusion of responsibility, and shyness to act in front of others. Social referencing, or noting bystanders' passivity, interferes with Step 2; diffusion of responsibility interferes with Step 3; and shyness is most likely to interfere with Step 5.

To be concluded, bystanders are the observers who usually prefer to remain silent by when an individual needs help especially within a bullying scene. It can easily be inferred from the information above, the more bystanders there are, the less likely they are to help, because of the concept known as diffusion of responsibility for example with the thinking that someone else will certainly take care of it. It's also clear that most of the workplace bullies are managers or supervisors and they usually abuse their subordinates verbally, even sexually seeking for craving power and control, and usually struggle with emotional instability in the organization. On the other hand, the most important issue with workplace bullying is usually that individuals know very well that workplace bullying exist, but they often do nothing to stop it for their own security reasons about their jobs.

3. THE LINK BETWEEN WORKPLACE BULLYING AND THE BYSTANDER EFFECT IN ORGANIZATIONS

Initially, in this study, a conceptual overview is given focusing on issues related to bystanders in workplace bullying to fill the gap in the literature since the early studies have often focused on the types and the prevalence workplace bullying. However, it's so obvious that there is a correlation between workplace bullying and bystanders, and it can be assumed that bystanders are the part of the problem and therefore they are likely to be the part of the solution in organizations. Therefore, it has been aimed in this study that possible interventions from bystanders can be encouraged to vanish the workplace bullying and this study presents promising and consistent framework on the effect of the bastanders on workplace bullying and concludes with practical implications and solutions for future researches.

Individuals at work often remain silent in order to feel more secured especially when it's time to speak up to managers with work-related ideas, concerns, and opinions or observing workplace bullying, organizational corruption and unfair treatments from their coworkers or supervisors. Then, the management department may fail to get the accurate and instant information for the right decision-making process and it can deteriorate the work flow and work group cohesion in organizations and it will be very hard to get the feedback and solve the organizational problems. However, if the bystanders are brave enough and confident to take promising and effective action to help the victims, it will likely that bullying can stop and the victim who is bullied can recover and workplace bullying might not be observed again in the organizations. According to Emdad et al. (2012) it has been maintained that bully-victim-bystanders who are usually involved in bullying process as a triadic interaction workplace bullying is not only a matter dealing with the individual level but also is an organizational dynamic that effects on every employee who are experienced whether primarily or secondarily and it has also been defined that too much negative feelings and tension may influence on both the victim of the bullying behavior and bystanders to the bullying as well. So, it's clear that the findings outlined that individuals who are exposed to bullying in the workplace face various negative psychological health problems such as depression especially bystanding to bullying behavior also leads to frustration and depression and most of the bystanders can eventually quit their jobs because of witnessing bullying.

Van Heugten (2011) stated that the bystanders are usually described as passive and silent when they encounter workplace conflict and uncivil and destructive behaviors of bullies and the

bystander effect depends on the diffusion of responsibility which refers to the witnesses expect others to take action and wait for signals to best behavior from those others at the scene. On the other hand, it has been pointed out that when the bystander support lacks, it will cause uncertainty, loss of trust, and isolation at workplace and it will also lead to huge hidden costs such as increased staff turnover, absenteeism, and poisoned working environment and loss of organizational reputation. Paull et al. (2012) argued in their study that the bystanders usually act either actively or passively on the side of bully or victim, yet they are not often detached third parties and such behaviors have been defined as from active involvement, for instance, motivating or affecting the bully's actions, to passive involvement, where the bystander begins to think or act as a fellow victim in a bullying incident in organizations. Plus, the bystander is defined with the bully or victim at the two extremes through varying degrees of identification with either position and these roles might be undertaken actively or passively – for instance, through the preventing from speaking out. It has also mentioned that educating organizational members on the nature of bystanders, along with other types of the bullying incident will certainly help decrease or minimize bullying in organizations.

According to MacCurtain et al. (2018), the main bystander actions may differ within a range from active to passive and constructive or destructive and bystanders might think to intervene-or not-for a variety of reasons, and their motives might be altruistic or more hedonistic—acting to ease crime or to look fine and bystander action can be categorized as;

- high involvement, addressing the perpetrator directly,
- low involvement, passively watching,
- high immediacy, acting when the incident is happening,
- low immediacy, taking action after the incident.

Moreover, bystander behaviors seem to be affected by different variables in organizations and if there are a lot of bystanders compared with the fewer bystanders, their intention of acting more responsible and then certainly deters bystander intervention directly. Table 2 shows the main roles of the bystanders and equating them to the types of bystander reactions:

The Connection Between The Bystander Effect and Workplace Bullying in Organizations and The Ways to Overcome Its Major Negative Outcomes

Table 2. The Descriptions and Main Role Types of Bystanders in Organizations

	Label	Description	Position	Type
1	Instigating Bystander	Sets up actions of bully; initiator, creates situation		Bully (aggressive) bystander; Puppet-master
2	Manipulating Bystander	Seeks to influence actions of bully, takes advantage of existing situation		Bully (aggressive) bystander; Puppet-master
3	Collaborating Bystander	Actively joins in, assists bully	Assistant	Bully (aggressive) bystander
4	Facilitating Bystander	Provides audience (fine line to joining in), can be inadvertent	Reinforce	Bully (aggressive) bystander
5	Abdicating Bystander	Silently allows bullying to continue by doing nothing despite being in position to do so		Abdicating bystander
6	Avoiding Bystander	Walks away	Outsider	Avoidant bystander; Abdicating bystander
7	Intervening Bystander	Takes action to halt bullying or prevent retaliation		
8	Defusing Bystander	Involves themselves in preventing escalation of the situation		
9	Defending Bystander	Stands up for victim	Defender	Helpful (altruistic) bystander
10	Empathising Bystander	Identifies with the victim – says/does nothing		Avoidant bystander
11	Sympathising Bystander	Identifies with the victim – remains silent for fear of becoming target, offers comfort and support in private		Helpful (altruistic) bystander
12	Succumbing Bystander	Becomes fellow victim		Victim (passive) bystander
13	Submitting Bystander	Substitute victim		

Source: Paull, M., Omari, M., & Standen, P. (2012). When is a bystander not a bystander? A typology of the roles of bystanders in workplace bullying. *Asia Pacific Journal of Human Resources*, 50(3), pp. 351-366.

In short, Ng et al (2019) stated in their study that there is a common sense that witnesses are usually prone to intervene either to help victims or punish perpetrators of the bullying, but the usual reaction of the bystanders is usually responding with apathy and overlooking the mistreatments that they observe in organizations, though they might involve in bullying they observe to the extent they think that injustice or unfair treatment has happened after observation of mistreatment or bullying at workplaces. To be concluded, as Mazzone (2020) asserted that the behaviors of passive bystanders to enhance the prevalence and the level of bullying since such behaviors might be perceived as signal of silent assent by the perpetrators. Hence, it has been underlined that the presence of bystander is common not only in organizations but also at schools and it has been found out that bystanders exist at 88% of workplace bullying incidents, but they involve in 19% of them and approximately 30% of individuals have observed bullying at workplaces and nearly 76% of younger employees had been bystanders at least once.

CONCLUSION

This conceptual research study aims to fill the gap by focusing on the behaviors of bystanders that they exhibit to workplace bullying and the facts that affect their behaviors by the bystanders and the purpose of this conceptual research article has been to display the role of bystanders in the workplace through bullying actions by creating fundamental definitions, research findings and approaches, and to develop a conceptual framework that both synthesizes and provides guidance for future researches. Although the destructive effects of workplace bullying have been searched in previous studies very much, fewer studies have been done on the relationship between bullies and bystanders in organizations. As there has been a growing interest

in research around the role of bystanders in bullying recently, this study provides an insight into this matter by investigating the role of bystander behaviors and effects on workplace bullying within the concept of bystander effect.

Drawing on this linkage, on the one hand workplace bullying covers harmful, targeted behaviors which especially occurs at work and since it can be spiteful, offensive, mocking, or intimidating it is usually directed at one person or a group of people in organizations and it often forms some patterns such as extreme harsh or unjust criticism or yelling or using profanity in front of other individuals and threats, criticizing an employee persistently or constantly, humiliation, physically abusing or threatening abuse, behaving aggressively, forcing someone to behave inappropriately and other verbal abuse or even excluding or isolating someone socially in organizations. On the other hand, it is very vital for organizations to evaluate such outcomes of behaviors and negative psychology in organizations and so, to stop the destructive behaviors and mitigate the risks dealing with observed uncivil, bullying, harassment or discrimination at workplaces, bosses or managers must take action to encourage their employees to take action immediately. As some of the advice can be given when a type of bullying or unwanted-uncivil behaviors happened has happened at workplace, individuals should take actions such as they can report it to a supervisor or manager, a health and safety representative or the human resources department, even a representative of an authorized union or visit the Unions and fill a form as a complaint on company's employer relations webpage to find contact with registered unions related with the organization.

According to Kim (2020), the notion of moral courage has often been mentioned as a means of erasing workplace bullying and its roots out of organizations because it has been claimed in the literature that establishing and flourishing moral courage among employees and empowering them to take a stance against would reduce the evolution of bullying since moral courage depends on moral and ethical values that are directly against evil thoughts and behaviors and refer to good and moral, ethical values. Therefore, as workplace can be regarded as a certain form of moral violation and anti-humane, employees don't fear of these costs inhibits personal involvement against bullying anymore if they have more moral courage because they would possibly interpret and recognize when something terrible is happening such as workplace bullying and think to intervene directly to help the victim.

Desrumaux et al. Also (2018) maintained in their study that the bystander effect is both confusing and surprising since the witnesses often know the victims and the perpetrators as coworkers, and it has been argued that the bystanders are not only incidental but also they are an integral part of the concept of bullying since the concept is due to the judgements, thoughts, words, and intentions of bystanders. Besides, it has been discussed that their non-intervention can be identified by their emotions, for instance, intense fear and vulnerability. It has also been concluded that number of the workplace bullying events can be reduced if the management department tries to create a positive workplace environment by promoting a cooperative and helpful working climate, organizational citizenship, or pro-sociability and providing a healthy workplace environment which involves the physical environment of the office or workshop and the occupational health and safety of the employees. And, it has also been claimed that bystander intervention against workplace bullying can be improved if the employees are educated on workplace bullying and make them realize the negative influences of passivity and help them to become active peer supporters in overcoming the serious psychological outcomes and risks of unwanted hostile behaviors.

There is a famous saying that as Albert Einstein pointed out "The world will not be destroyed by those who do evil, but by those who watch them without doing anything" (Hussein

The Connection Between The Bystander Effect and Workplace Bullying in Organizations and The Ways to Overcome Its Major Negative Outcomes

et al., 2019: 829) so something must be done in order not to be some kind of partner in an ugly crime and reduce the diffusion of responsibility factor in organizations. Some recommendations can be made to increase the rate of intervention among bystanders and some preemptive precautions can be taken about not being a bystander at a workplace bullying scene as follows:

If you observe bullying at workplace taking notes about the incident will be an efficient action about not being a bystander and not being a partner in crime as well. For example, keeping a journal of the who, what, when, where, why of things that happened at that time. In this way, if you have witnessed the bullying occurred in front of you, then go back to your office and sit down at your desk and write down who else was observing the uncivil incident and what has been said, why has it been done or said, and try write down as much detail as you can around kind of the facts of the event just like writing a page in your diary. If you think of reporting the workplace bullying later, then you can present concrete clues or examples of the behaviors you're talking about.

It's very important that if the organization has a policy about workplace bullying because it's obvious that bullying is illegal in many countries dealing with the labor act or regulations so companies should have a formal policy against it and make efforts about printing handbook or any other documents that display the organization's norms values and expectations from the employees. Then, it's required to inform the employees about the policy and the principles of the company well and employees should be encouraged to read, learn and obey the organizational rules and file a formal complaint if they witness mistreatment, verbal abuse and workplace bullying at workplace.

If ten of you witness the workplace bullying and ten of your coworkers document the workplace bullying well about what time and where happened then it will be easier you build a case to which HRM and your management will act accurately with documented details. Last but not least, HRM or management department will take actions more efficiently if they think that they have concrete evidence and real witnesses of the bullying.

REFERENCES

- Cherry, K. (2020). How psychology explains the bystander effect. *Theories. Social Psychology*. <https://www.verywellmind.com/the-bystander-effect-2795899>.
- Coyne, I., Gopaul, A. M., Campbell, M., Pankász, A., Garland, R., & Cousans, F. (2019). Bystander responses to bullying at work: The role of mode, type and relationship to target. *Journal of Business Ethics*, 157(3), 813-827.
- Cowie, H., Naylor, P., Rivers, I., Smith, P. K., & Pereira, B. (2002). Measuring workplace bullying. *Aggression and violent behavior*, 7(1), 33-51.
- Desrumaux, P., Jeoffrion, C., Bouterfas, N., De Bosscher, S., & Boudenghan, M. C. (2018). Workplace bullying: How do bystanders' emotions and the type of bullying influence their willingness to help? *Nordic Psychology*, 70(4), 259-277.
- Emdad, R., Alipour, A., Hagberg, J., & Jensen, I. B. (2013). The impact of bystanding to workplace bullying on symptoms of depression among women and men in industry in Sweden: an empirical and theoretical longitudinal study. *International archives of occupational and environmental health*, 86(6), 709-716.
- Fredricks, S., Ramsey, M., & Hornett, A. (2011). Kinship and bystander effect: The role of others in ethical decisions. *Journal of Religion and Business Ethics*, 2(1), 2.
- Johnson, S. L., & Rea, R. E. (2009). Workplace bullying: concerns for nurse leaders. *JONA: The Journal of Nursing Administration*, 39(2), 84-90.

- Hoel, H. & Salin, D. (2002). Organisational antecedents of workplace bullying. In *Bullying and emotional abuse in the workplace*, Einarsen, S., Hoel, H., Zapf, D., Cooper, C. L. (Eds.), (pp. 221-236). CRC Press. Taylor Francis Inc. New York, U.S.A.
- Hussain, I., Shu, R., Tangirala, S., & Ekkirala, S. (2019). The voice bystander effect: How information redundancy inhibits employee voice. *Academy of Management Journal*, 62(3), 828-849.
- Karakashian, L. M., Walter, M. I., Christopher, A. N., & Lucas, T. (2006). Fear of negative evaluation affects helping behavior: The bystander effect revisited. *North American Journal of Psychology*, 8(1), 13-32.
- Kassin, S. M. (2017). The killing of Kitty Genovese: what else does this case tell us? *Perspectives on psychological science*, 12(3), 374-381.
- Kim, K. (2020). Exploring the influence of workplace violence and bystander behaviour on patient safety in Korea: A pilot study. *Journal of Nursing Management*, 28(3), 735-743.
- Liu, K. C. (2016). Factors Associated with Intervention by Bystanders in Sexual Violence Crimes, MPA/MPP Capstone Projects. 256, https://uknowledge.uky.edu/mpampm_etds/256.
- MacCurtain, S., Murphy, C., O'Sullivan, M., MacMahon, J., & Turner, T. (2018). To stand back or step in? Exploring the responses of employees who observe workplace bullying. *Nursing inquiry*, 25(1), e12207.
- Madden, C., & Loh, J. (2018). Workplace cyberbullying and bystander helping behaviour. *The International Journal of Human Resource Management*, 1-25.
- Mazzone, A. (2020). Bystanders to Bullying: An Introduction to the Special Issue. *International Journal of Bullying Prevention*, 2:1-5.
- Ng, K., Niven, K., & Hoel, H. (2019). 'I could help, but...': A dynamic sensemaking model of workplace bullying bystanders. *Human Relations*, 0018726719884617.
- Nielsen, M. B., & Einarsen, S. (2012). Outcomes of exposure to workplace bullying: A meta-analytic review. *Work & Stress*, 26(4), 309-332.
- Niven, K., Ng, K., & Hoel, H. (2020). *Bullying and Harassment in the Workplace: Theory, Research and Practice*. Einarsen, S. V., Hoel, H., Zapf, D., & Cooper, C. L. (Eds.), CRC Press, Boca Raton, FL.
- Paull, M., Omari, M., & Standen, P. (2012). When is a bystander not a bystander? A typology of the roles of bystanders in workplace bullying. *Asia Pacific Journal of Human Resources*, 50(3), 351-366.
- Peng, Y.-C., Chen, L.-J., Chang, C.-C. and Zhuang, W.-L. (2016), "Workplace bullying and workplace deviance: The mediating effect of emotional exhaustion and the moderating effect of core self-evaluations", *Employee Relations*, Vol. 38 No. 5, 755-769.
- Plötner, M., Over, H., Carpenter, M., & Tomasello, M. (2015). Young children show the bystander effect in helping situations. *Psychological science*, 26(4), 499-506.
- Pouwelse, M., Mulder, R., & Mikkelsen, E. G. (2018). The role of bystanders in workplace bullying: An overview of theories and empirical research. In *Pathways of Job-related Negative Behavior*. Springer.
- Rowe, M. (2018). Fostering constructive action by peers and bystanders in organizations and communities. *Negotiation Journal*, 34(2), 137-163.
- Salin, D., Cowan, R., Adewumi, O., Apospori, E., Bochantin, J., D'Cruz, P., Djurkovic, N., Durniat, K., Escartín, J., Guo, J., Išik, I., Koeszegi, S.T., McCormack, D., Monserrat, S.I. and Zedlacher, E. (2019), "Workplace bullying across the globe: a cross-cultural comparison", *Personnel Review*, Vol. 48 No. 1, pp. 204-219. <https://doi.org/10.1108/PR-03-2017-0092>.
- Saunders, P., Huynh, A., & Goodman-Delahunty, J. (2007). Defining workplace bullying behaviour professional lay definitions of workplace bullying. *International journal of law and psychiatry*, 30(4-5), 340-354.

The Connection Between The Bystander Effect and Workplace Bullying in Organizations and The Ways to Overcome Its Major Negative Outcomes

Van Heugten, K. (2011). Theorizing active bystanders as change agents in workplace bullying of social workers. *Families in Society*, 92(2), 219-224.



Kültürel Miras Turizmi Araştırmalarının Görsel Haritalama Tekniği ile Bibliyometrik Analizi*

Bibliometric Analysis of Cultural Heritage Tourism Studies with Visual Mapping Technique

Hatice SARI GÖK¹

¹Isparta Uygulama Bilimler
Üniversitesi, Yalvaç Meslek
Yüksekokulu, Isparta, Türkiye

ORCID:

H.S.G.: 0000-0003-0949-2593

Corresponding Author:

Hatice SARI GÖK

Email:

haticesarigok@gmail.com.tr

Citation: Sarı-Gök, H. (2022).
Kültürel miras turizmi
araştırmalarının görsel haritalama
tekniki ile bibliyometrik analizi.
*Journal of Humanities and Tourism
Research*, 12 (1): 218-234.

Submitted: 15.08.2021

Accepted: 07.03.2022

Özet

Bu çalışmanın amacı, Scopus veri tabanında yer alan "kültürel miras turizmi" ile ilgili mevcut bilimsel araştırmaların durumunu sistematik bir literatür taraması ile ortaya koymaktır. Bu amaçla araştırmada Vosviewer ve R yazılımları kullanılarak 1980-2021 (Şubat) yılları arasında sosyal bilimler alanında yazılmış kültürel miras turizmi ile ilgili makaleler bibliyometrik yöntemlerle analiz edilmiştir. Araştırmanın örneklemini Scopus veri tabanında taranan dergilerde yer alan makaleler başlık, özet ve anahtar kelimelerinde "kültürel miras turizmi" geçen 755 makale oluşturmaktadır. Tespit edilen yayımlarla ilgili genel bilgiler, eş birliktelik (co-occurrence) analizleri, birlikte atf (co-citation) analizleri ve betimsel veri analizleri yapılmıştır. Yapılan analiz sonucunda, konu ile ilgili en fazla çalışmanın 2019 yılında (105 makale) yapılmış olduğu ve bu konuda en fazla sayıda (165) çalışmaya yer veren Sustainability dergisi olduğu saptanmıştır. Ayrıca konu ile ilgili anahtar kelime ağı, ortak atf iş birliği ağı ve ülkeler arası işbirliği ağı ile eğilimler görselleştirilmiştir. Araştırma sonuçlarının turizm alanında çalışma yapan araştırmacılara konu ile ilgili eğilimleri ve konunun ana hatlarını göstermesi açısından faydalı olacağı düşünülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Turizm, Miras, Kültürel Miras Turizmi, Bibliyometrik Analiz

Abstract

The aim of this study is to reveal the current scientific status of research on "cultural heritage tourism" in the Scopus database with a systematic literature review. For this purpose, articles on cultural heritage tourism written in the field of social sciences between 1980-2021 (February) were analyzed using bibliometric methods, using Vosviewer and R software. The sample of the research consists of 755 articles with "cultural heritage tourism" in the title, abstract and keywords of the articles in the journals scanned in the Scopus database. Co-occurrence analysis, co-citation analysis and descriptive data analysis about general information on the identified publication were made. As a result of the analysis, it was determined that the most studies on the subject were conducted in 2019 (105 articles) and that Sustainability journal included the highest number of studies (165) on this subject. In addition, the trends were visualized with the keyword network, co-citation collaboration network and cross-country cooperation network. It is thought that the results of the research will be useful for researchers working in the field of tourism in terms of showing the trends and the main lines of the subject.

Keywords: Tourism, Heritage, Cultural Heritage Tourism, Bibliometric Analysis

*Bu çalışma 2. Turizmde Mimarlık ve Kültürel Miras Kongresi (ITCAC'21)'nde sözlü bildiri olarak sunulmuş ve özet bildiri kitapçığında özeti yayınlanmıştır.

1. GİRİŞ

Kültür; *“toplumların tarihsel gelişim süreci içinde oluşturulan bütün maddi ve manevi değerler ile bunları oluşturmada, sonraki nesillere iletmede kullanılan, insanın doğal ve toplumsal çevresine egemenliğinin ölçüsünü gösteren araçların bütünü, hars, ekin”* (TDK, 2021) olarak tanımlanmaktadır. Hazar’a (2010:20) göre kültür, *“bir toplumun bireyleri tarafından oluşturulan değerlerin, gelenek ve göreneklerin, yaşantı ve düşünce sisteminin, sanatsal varlıklarının tümüdür”*. Geçmişten günümüze kalan şey olarak kısaca ifade edilen miras ise, karmaşık ve çok yönlü bir kavram olarak hem şimdiki zamanla hem de özellikle geçmiş zamanla, gelenek ve modernlikle, zaman ve mekan ile derinden ilişkili bir kavramdır. Miras; kültür, tarih, politika, ruhsal ve entelektüel anlamlar arasında değişen anlamları ile geniş kapsamlı bir anlamlar dizisi (Park, 2014:2) olarak açıklanabilir. Kültürel miras, *“geçmiş nesillerin meydana getirdikleri ve kuşaktan kuşağa aktardıkları maddi ve manevi kültürel ürünlerdir”* (Çetin, 2010: 183). Daha açıklayıcı bir şekilde kültürel miras; yapıtlar, binalar, kırsal alanlar, köyler, şehirler, sanat koleksiyonları, tarihi bahçeler, müze eserleri, el sanatları ve antik objeler gibi maddi unsurlar ile inançlar, adetler, gelenek ve görenekler, törenler, ritüeller, folklor gibi maddi olmayan unsurları içine alan hem somut hem somut olmayan elemanları kapsamaktadır (Timothy, 2011: 3). Kültür ve kültürel miras toplumlara mâl olmuş kaynaklar olmakla birlikte bir toplumun kültürünü yansıtan eserler olduğu için bu eserlerin gelecek nesillere aktarılması ve korunması gerekmektedir. Ev sahibi toplumun, kendi kültürünü farklı kültürlerden gelen ziyaretçilere gösterme ve tanıtma fırsatı ise turizm sayesinde gerçekleşebilmektedir. Kültürel miras, turizmin gelişmesi için bir temel oluşturmakla birlikte kültürel mirasa sahip çıkılarak toplumun bir parçası olduğunda ve fayda sağladığında anlam bulmaktadır (Köroğlu vd., 2018).

Kültür ve miras turizmi, turizmin en önemli bileşenlerinden biri olarak en hızlı değişen ve gelişen turizm türü olarak kabul edilmektedir (Poria vd., 2003). Bu hızlı değişim nedeniyle kültür ve miras turizminin, kitlesel turizm hareketlerinin neden olduğu kültürel deformasyonları önlemeyi amaçlayan bir turizm şekli olarak görülmektedir (Akoğlan Kozak ve Bahçe, 2012:152). Bununla birlikte, miras turizminin gelişmesinde ana odak noktaları; yerel ekonomileri canlandırma, destinasyona turist çekebilme, ev sahibi toplumun yaşam standardını artırma, kültürel miras hakkında yerel halkı bilinçlendirme ve kültürel mirasın korunmasını sağlama olarak sayılabilir. Bu nedenle kültürel miras turizmi genel turizmden ideolojik ve kurumsal kapsam açısından farklılık göstermektedir (Garrod ve Fyall, 2000).

Kültürel turizm veya kültürel miras turizmi (ya da yalnızca miras turizmi) destinasyonun kültürel mirasına yönelik bir turizm dalıdır. Kültürel miras kaynaklarının benzersiz doğası ile turistler tarafından ilgi çeken turistik yerler olarak tercih edilmesinde önemli rol oynamaktadır. Kültürel miras turizmi konusunda yapılan araştırmaların derinlemesine anlaşılması, üretilen teorik çerçeveler alandaki akademisyenler ve uygulayıcılar için faydalı olabilmesi açısından önem arz etmektedir. Kültürel miras turizm konulu bibliyometrik çalışmalar, yayınların belli özelliklerine göre analiz edilmesi için araştırma konusundaki literatürün incelenmesi, belirlenen kelimelerin incelenmesi, bilimsel ağlara ilişkin bulguları ile araştırma konusundaki eğilimleri ortaya çıkarması açısından önem arz etmektedir (Kasemodel vd., 2016). Buradan hareketle çalışmanın amacı kültürel miras turizmi konusunda yapılan çalışmaların sistematik olarak bibliyometrik yöntemlerle karşılaştırmak ve araştırmaların sosyal ve entelektüel yapısını tanımlamaktır. Bu sayede konu ile ilgili yapılan çalışmaların alana sağladığı katkılar incelenebilecektir. Bu doğrultuda turizm alanyazınında kültürel miras turizm ile ilgili çalışmaların kavramsal yapıları, sosyal ve entelektüel yapıları, çalışmaların sahip olduğu eğilimler ve yaklaşımlar hakkında daha bütüncül bir bakış açısı sunmaktadır. Araştırma sonuçları kültürel miras konusunda yapılmış çalışmaları tespit ederek ileride yapılabilecek çalışmalara fikir vermesi açısından önem arz etmektedir.

2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Kültürel miras, “geçmişten miras alınan ve geleceğe miras bırakılmak istenen, fiziksel olarak var olan, insanlar tarafından yapılmış her türlü eser ve bir topluma ait değerler bütünüdür” (Can, 2009: 3). Kültürel miras kendi içinde somut kültürel miras ve somut olmayan kültürel miras olarak iki kategoride ele alınmaktadır. Kısaca açıklamak gerekirse somut kültürel miras varlıkları; arkeolojik sit alanları, tarihi yapılar, binalar, kültürel peyzajlar ya da taşınabilir kültürel özellikteki öğeler gibi kültürel değeri olan somut, fiziksel yapıları içine alan gelecek nesillere aktarılmak üzere korunması gereken eserlerdir (Okuyucu, 2011: 20). Somut kültürel mirasın bir parçası olan doğal miras, uzun yıllar öncesinden var olan tabii güzellikleri ile cazibe merkezleri olan alanlardır (Can, 2009: 1). Somut olmayan kültürel miras ise; toplumların, grupların veya bireylerin kültürel miraslarının bir parçası olarak anımsandıkları gelenekler, inanışlar, anlatımlar, müzikler, şarkılar, danslar, uygulamalar, beceriler ve bunlara ilişkin araçlar, gereçler, kültürel mekânlardır (Arslan Kalay ve Yıldız, 2017: 124). Somut olmayan kültürel miras değerleri destinasyonların çekicilik unsuru olarak somut kültürel miras değerleri gibi kültür-tarih-miras-kültürel miras gibi kavramlar altında genellenmektedir (Juan ve McDonald, 1990; Jamrozy ve Uysal, 1994; Turnbull ve Uysal, 1995; Hançin ve Lam, 1999; Kozak, 2002; Jang ve Cai, 2002; Bogari vd., 2003).

Kültürel miras, geçmiş ile gelecek arasında bir köprü kuran nesiller arası iletişimin aktarılmasını sağlayan önemli bir unsurdur. Kültürel değerlerin kayboluyor olması, yaşanan toplumdaki bağı zayıflatmakta, insanların geçmişte hangi kültürel topluluğa ait olduğunu bilmemesinden kaynaklanan benlik kaybı duygusunu dışarıya vurmaktadır. Bu sebeple kültürel mirasın korunması, ulusal kimlik sorununun temelini oluşturması ve kültürel olguların insanlığın ortak mirası olduğu ve geçmişten geleceğe aktarılan mirasın korunması gerektiği sonucunu doğurmaktadır (Gümüş, 2020: 12). Buradan hareketle UNESCO (Birleşmiş Milletler Eğitim Bilim ve Kültür Örgütü) tarafından somut kültürel miras ve somut olmayan kültürel miras öğeleri tescillenmektedir. Kültürel miras konusu ile ilgili yapılan akademik çalışmaların büyük çoğunluğu UNESCO Dünya Mirası alanları üzerine yoğunlaşmaktadır. Kültürel miras alanlarının sürdürülebilirliğe yönelik araştırmalar ile bu alanları ziyaret eden gününbirlikçiler ve turistlerin görüşleri incelenmektedir. Ayrıca, somut kültürel miras alanlarının turistik taşıma kapasitesi, kirletilmemesi, yıpratılmaması, korunması ve gelecek nesillere aktarılması en çok vurgulanan unsurlardır (Yankholmes ve McKercher, 2015: 31).

Toplumda meydana gelen sosyal değişimler ile ortaya çıktığı ve popüler olduğu savunulan miras turizmi (Williams, 1998: 185) batılı ülkelerde modern turist tipi (post-mass) veya “yeni orta sınıf” (new middle class) diye adlandırılan sosyal sınıfın kendilerini diğer sosyal sınıflardan kültür, eğitim, tüketim ve meslek açısından farklı kılma isteklerinin bir sonucu olarak her geçen gün büyüme eğilimi gösteren pazar segmentlerinden biridir (Aliağaoğlu, 2004: 52). Benzer şekilde sanat kentlerinin de ziyaretçi sayısının genel büyüme rakamlarının beklenenden daha fazla olduğunu ortaya koyan çalışmalar mevcuttur (Yang vd., 2010:829).

Kültürel miras, kültürel miras turizmi için ana cazibe unsurudur. Antik şehirler, yapılar ve eserler ile ilgili turizm faaliyetlerinin gelişimini desteklemek için çeşitli çalışmalar yapılmıştır (McKercher vd., 2005). Örneğin, kültürel mirasın turizm ile ilişkilerini belirleyen ve kültürel miras turizminin geçerliliğini ortaya koymayı amaçlayan çalışmalar yapılmıştır (Ballesteros ve Ramirez, 2007). Ayrıca kültürel miras turizmi ile ilgili mirasın korunması konusunda turizm yönetimine odaklanan (Deng vd., 2002; Poria vd., 2003; Aas vd., 2005; Nicholas vd., 2009; McKercher ve Du Cros, 2012; Wells vd., 2015), turizm ve miras yönetimi (McKercher, 2005), miras yönetimi ve pazarlaması (Tahari, 2014), mirasın korunması ve miras imajını yaymaya yönelik çalışmalar (Royo-Vela, 2009) ve kültürel miras değerlerine yönelik farkındalık (Nicholas vd., 2009; Jimura, 2011; Jaafar vd., 2015; Ismail ve Nadarajah, 2016; Köroğlu vd., 2018; Mancı, 2019) ile ilgili konular incelenmiştir.

Uluslararası ve ulusal literatürde turizm alanında birçok bibliyometrik çalışma yapıldığı görülmektedir. Bu çalışmalara örnek vermek gerekirse, akıllı turizm (Johnson ve Samakovlis, 2019; Topsakal vd., 2020), gastronomi turizmi (Okumuş vd., 2018), konaklama işletmeleri (Köseoğlu vd., 2018; Okumuş vd., 2019), macera turizmi (Cheng vd., 2018), sürdürülebilir turizm (Ruhanen vd., 2015), kırsal turizm (Ruiz-Real vd., 2020), turizmde yapay zeka (Kırtıl ve Aşkun, 2021), gönüllü turizm (Sarı Gök, 2021), sağlık turizmi politikaları (Virani vd., 2019), turist destinasyonları (Capone, 2015), yoksul-yanlı turizm (Yu vd., 2019;), alternatif turizm (Düşmezkalender ve Metin, 2019) konulu çalışmalardır. Ayrıca, turizm dergilerinin bibliyometrik analizi (Strandberg vd., 2018; Güzeller ve Çeliker, 2018; 2019; Kumar vd., 2020, kültürel miras konusunda yapılan tezlerin bibliyometrik analizi (Çelebi vd., 2020; Demiral ve Saatçı, 2019), ekoturizm konusunun lisansüstü tezlerdeki bibliyometrik profili (Gökkaya vd., 2017), somut olmayan kültürel miras konulu bilimsel yayınların bibliyometrik analizi (Baytok vd., 2021; Su vd., 2019), sualtı kültür mirası araştırmaları ile ilgili bibliyometrik analiz (Ertek ve Şahin, 2021) ve turizm alanındaki bibliyometrik çalışmalar: Türkiye örneği (Yılmaz vd., 2017) çalışmaları yapılmıştır.

3. ARAŞTIRMA YÖNTEMİ

Bibliyometrik ve görselleştirme analizi, matematiksel ve istatistiksel yöntemlerin belirli bir yıl aralığında yayınlanan çalışmalara uygulanmasıdır (Pritchard, 1969 aktaran, Topsakal, Bahar ve Yüzbaşıoğlu, 2020). Bibliyometrik analiz yöntemlerine kolayca erişilebilen veri tabanları ile ilgi artmış (Zupic ve Čater, 2015:430) ve günümüzde bu gelişmelere bağlı olarak literatürde farklı alanlarda sıklıkla kullanılan bir teknik olmuştur. Bibliyometrik analiz yöntemi; araştırma niteliğini belirleyen, araştırma konusu ile ilgili etki ve prestij faktörlerine olan ilginin artmasını sağlayan ve ilgili konu ve disiplini inceleme imkanı sunan bir yöntemdir (Hall, 2011: 16). Bibliyometrik analizde öncelikle var olan veri tabanları incelenerek, araştırma konusu ile ilgili hangi veri tabanının uygun olduğu, yani birinin veya diğerinin kullanımının sonuçları değerlendirilerek karar verilmesi gerekmektedir. Özellikle akademik alanlarda bibliyometrik çalışmalarda amaç, bir alanda yapılmış çalışmaların birtakım özelliklerini analiz ederek araştırma konusuna ilişkin çeşitli bulgular elde etmektir. Buradan hareketle çalışmada, uluslararası atıf dizinlerinden biri olan Scopus veri tabanı kullanılarak çalışma konusu ile ilgili yazılmış makalelere çevrimiçi tarama yapılarak erişim sağlanmıştır. Scopus veri tabanı, daha geniş bir dergi profili sunması ve atıf analizinde daha fazla makaleden daha hızlı sonuçlar getirmesi (Karasözen vd., 2011: 241-242) ve diğer veri tabanlarına göre daha kapsamlı olması (Martin-Martin vd., 2018) nedeniyle tercih edilmiştir. Scopus bilimsel yayın platformunda yayınlanmış "kültürel miras turizmi" konusunda yapılan çalışmalar ele alınarak, konu ile ilgili eğilimler belirlenmiş, mevcut durum yorumlanmış ve gelecek çalışmalara öneriler sunulmaya çalışılmıştır. Çalışmada bibliyometrik analiz için R bibliyometrix programı ve Vosviewer yazılımı kullanılmıştır. Araştırma kapsamında Scopus'ta arama yapılırken yıl sınırı alınmamış olup veriler 1980-2021(Şubat) arasında yayınlanan 755 makaleyi kapsamaktadır. Scopus veri tabanında yapılan incelemede kültürel miras turizmi konulu çalışma sayısının çok fazla olması nedeniyle araştırmada bazı sınırlandırmalara gidilmiştir. Bu sebeple ("cultural heritage tourism") başlığında, ("*Sustainability Switzerland*", "*Journal of Heritage Tourism*", "*Journal of Sustainable Tourism*", "*Tourism Management*", "*Annals of Tourism Research*", "*Tourism Geographies*", "*Current Issues in Tourism*", "*Geoheritage*", "*International Journal of Heritage Studies*") dergiler, ("final") tamamlanmış yayınlar, ("ar") makaleler, ("SOCI") sosyal bilimler alanında, ("English") İngilizce kriterlerine göre veriler sistemden süzölmüştür. Elde edilen veriye eş birliktelik (co-occurrence) analizleri, birlikte atıf (co-citation) ve betimsel veri analizleri yapılmıştır.

4. BULGULAR

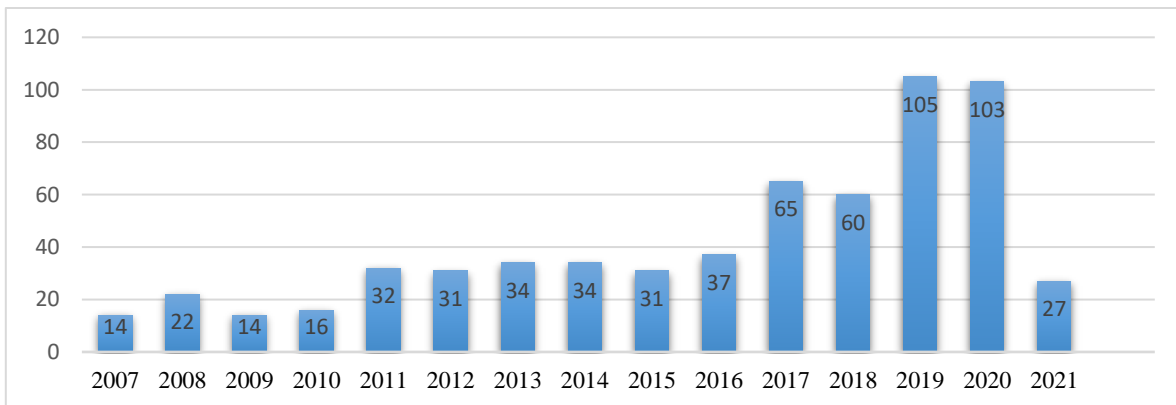
4.1. Yayınlarla İlgili Genel Bulgular

Tablo 1. Makaleler ile İlgili Genel Veriler

Veriler ile İlgili Temel Bilgiler	Frekans (n)
Zaman Aralığı	1980:2021
Kaynaklar (Dergiler)	8
Makaleler	755
Yıllık ortalama yayın	7,65
Makale başına düşen ortalama atıf	29,5
Makale başına düşen yıllık ortalama atıf	2,916
Referanslar	44103
Anahtar kelimeler (ID)	1533
Yazarlar	1622
Yazar görünüm sayısı	1902
Tek yazarlı yayınların yazar sayısı	188
Çok yazarlı yayınların yazar sayısı	1434
Tek yazarlı yayın sayısı	223
Yazar başına düşen yayın	0,465
Doküman başına düşen yazar	2,15
Dokümanlarda görülen yazar sayısı ortalaması	2,52
İş birliği indeksi (CI)	2,7

Scopus veri tabanında 8 dergide 1980-2021 (Şubat) tarihleri arasında kültürel miras konulu 755 makale yayınlandığı tespit edilmiştir. Yıllık ortalama yayın sayısı 7,65 olmakla birlikte makale başına düşen ortalama atıf sayısı ise 29,5'tir. Konu ile ilgili tek yazarlı yayın sayısı ise 223 olarak tespit edilmiştir (Tablo 1).

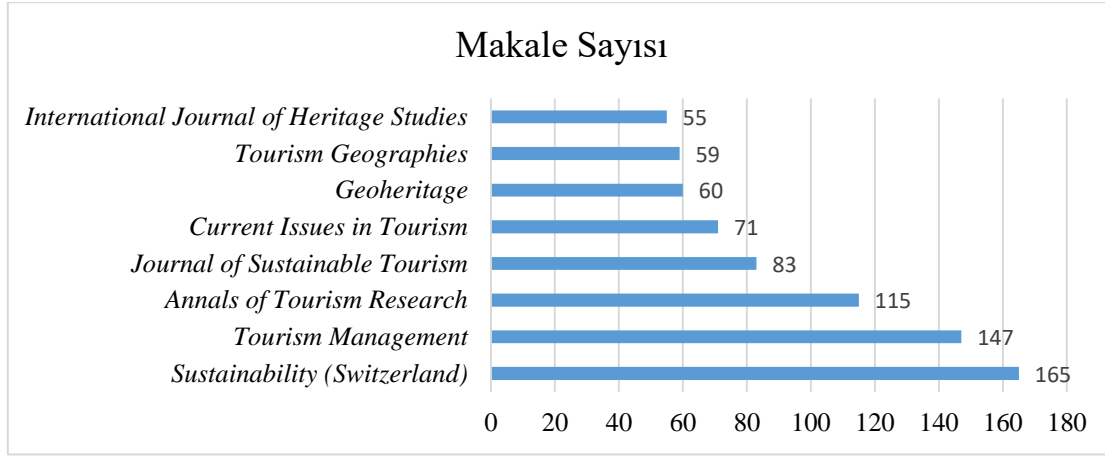
Konu ile ilgili çalışmaların yıllara göre dağılımları incelendiğinde 1980-1993 arasında makale sayısının az olduğu, 1994-2010 arasındaki makale sayılarının değişkenlik gösterdiği ve 2011 yılından itibaren ise sürekli bir artış olduğu görülmektedir. Özellikle bir artışın söz konusu olduğu yıllar örnek vermek gerekirse, 2019 yılında 105, 2020 yılında 103 çalışmanın yayınlandığı 2021 yılının ilk ayları olmasına rağmen 27 çalışmanın yayınlandığı tespit edilmiştir (Tablo 2).



Grafik 1. Yıllara Göre Makale Sayıları

4.2. Dergilerin Yayın Sayıları

Scopus veri tabanında taranan kültürel miras turizmi konulu 6420 çalışma tespit edilmiştir. Çalışmada bazı kısıtlamalara gidilerek konu ile ilgili en fazla yayının bulunduğu 8 dergi değerlendirmeye alınmıştır. Bu dergilerden Sustainability (Switzerland) (165 makale), Tourism Management (147 makale), Annals of Tourism Research (115 makale), Journal of Sustainable Tourism (83 makale), Current Issues in Tourism (71 makale), Geoheritage (60 makale), Tourism Geographies (59 makale), International Journal of Heritage Studies (55 makale) tespit edilmiştir (Tablo 3).



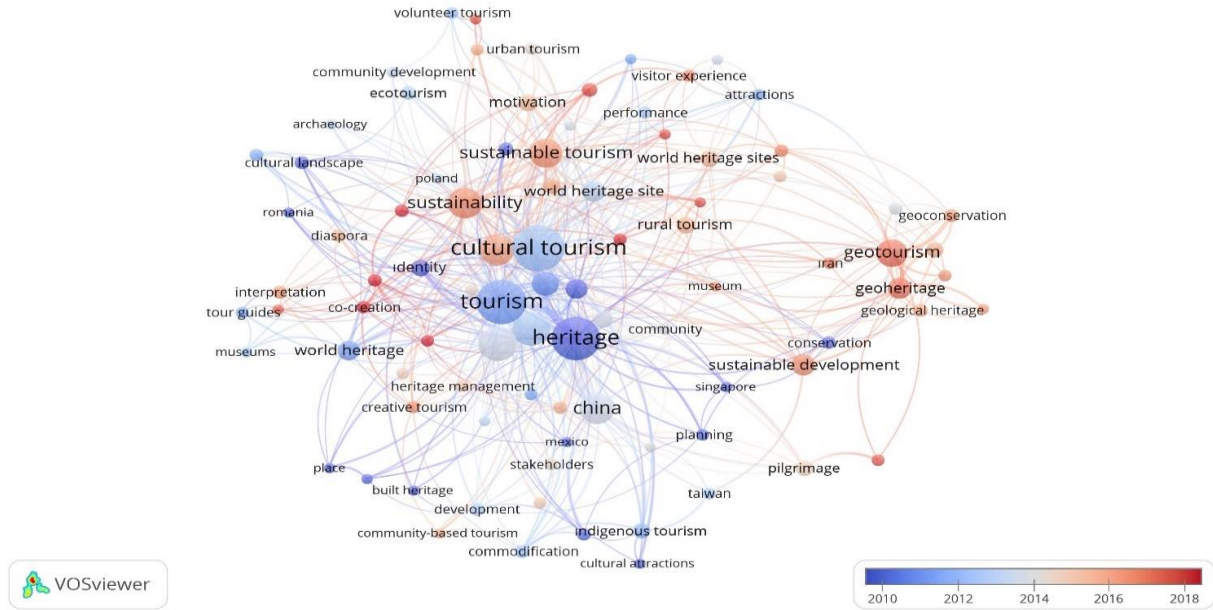
Grafik 2. Araştırma Konusu ile ilgili Dergilerdeki Makale Sayısı

4.3. Anahtar Kelime Analizi

4.3.1. Eş birliktelik ağı

Eş birliktelik (co-occurrence/co-word) analizi ile “kültürel miras turizmi” konusunda yazılmış makalelerin sosyal bilimler dergilerinde birlikte kullanım durumlarına göre ağdaki kümeleri ve güçleri belirlenmektedir. Aynı renkler kümeleri temsil etmektedir. Düğümlerin büyüklükleri ise terimlerin sıklığını göstermektedir. Ayrıca aynı kümedeki düğümlerin birbirlerine yaklaşması birlikte kullanım sıklığının arttığını göstermektedir. Şekil 1’de eş birliktelik ağı oluşumunda daha net bir iş birliği ağı için en az 5 ve üzeri kullanılan kelimeler seçilmesi sağlanmış ve 2479 kelimedenden 90 kelime arasında bağlantı tespit edilmiştir. Ayrıca ağ oluşumunda soğuk ve sıcak renkler seçilmiş olup yıllar itibari ile kelimelerin soğuktan sığa doğru değiştiği görülmektedir. 2018 sonraki çalışmalarda en az 5 kez tekrar şartını sağlamadığı için yılları gösteren tablo 2018 yılında kalmıştır. Son yıllarda yapılan çalışmalarda yazar anahtar kelime olarak; “sustainability”, “cultural”, “sustainable development”, “geotourism”, “geoheritage”, “visitor experience”, “rural tourism”, “motivation”, “urban tourism”, “creative tourism”, “museum”, “geoconservation”, “geological heritage” olarak tespit edilmiştir.

Araştırma konusu ile ilgili yazar anahtar kelimelerinin yıllara göre kullanılma sıklığı incelendiğinde 1980-2000 arasında “Developing Country”, “Architectural Heritage”, “Built Environment”, “Management Strategy”, “Tourism Impact” kelimeleri, 2000-2010 arasında yapılan çalışmalarda “Eurasia”, “Asia”, “Australia”, “Far East”, “World”, “Europe”, “Eastern hemisphere”, “North America” kelimeleri, 2010-2021 arasında yapılan çalışmalarda “Heritage tourism”, “Cultural Heritage”, “Tourism Development”, “Tourism Destination”, “Tourism Management”, “Ecotourism”, “Tourist attraction”, “Sustainability”, “Geotourism” kelimeleri çalışmalarda en yüksek frekansa sahip kelimelerdir.



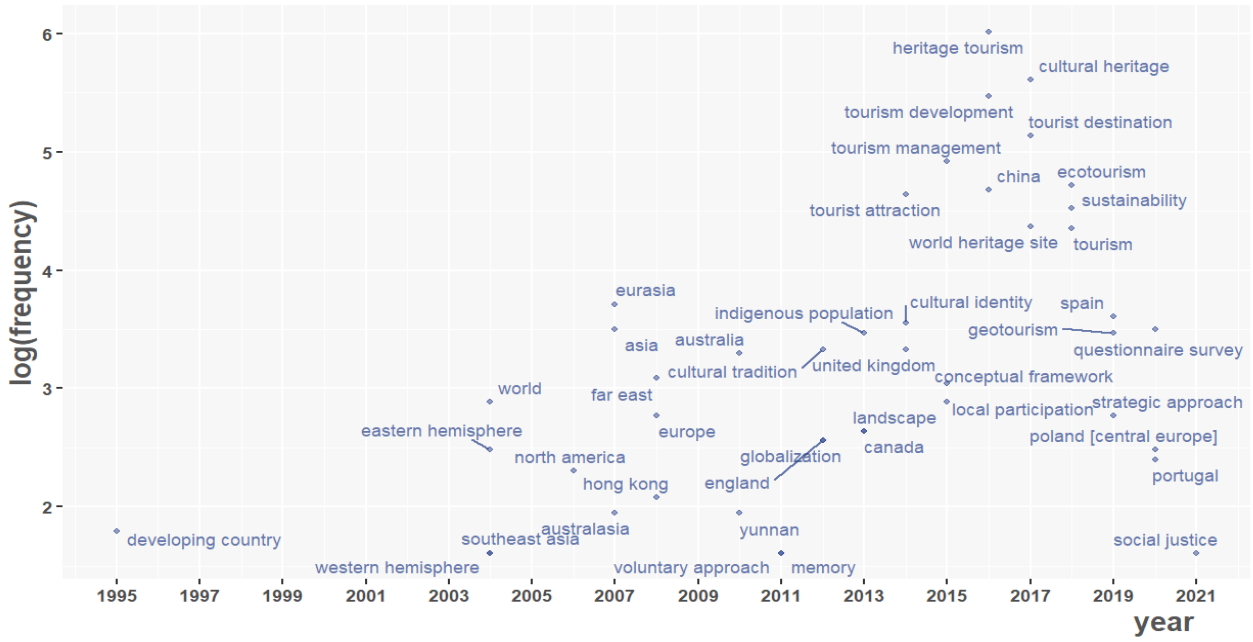
Şekil 1. Anahtar Kelime Eş Birliktelik Ağı

4.3.2. Anahtar Kelime Trendi

Keyword trend analizi yayınların başlık, özet ve anahtar kelimelerinden faydalanılarak araştırma konusunun yıllar içerisindeki değişimini bir koordinat düzleminde göstermektedir. Bu analiz ile araştırmalarda hangi konuların hangi yıllarda daha çok geçtiğini açık bir şekilde görebilmeyi sağlamaktadır. Bilimsel yayınlarda konuyu betimleyen başlık, doğru anahtar kelime seçimi ve özet yazımı yayınların hangi araştırma alanı ile ilgili olduğunu belirlemesi açısından büyük önem taşımaktadır. Böylece ilgili literatüre ait yayınlara, başlık, anahtar kelime ve makalelerinin çizdiği çerçeve sayesinde, diğer araştırmacıların erişmesi kolaylaşmaktadır (Grant, 2010).

Yapılan keyword trend analizi ile kültürel miras turizmi konulu çalışmaların başlık, anahtar kelime ve özetlerin yıllar içerisinde değişime uğradığını gözlemlemek mümkündür. 1995 – 2020 yılları arasında her yıl en az 10 defa geçen 4'er kavram (keywords Plus) kriteri seçilerek yıllara göre kelimelere ait logaritmik sıklıklar şekil 2'de görülmektedir. Son yıllarda çalışmalarda, eko-turizm, sürdürülebilirlik, kültürel miras alanları, turistik destinasyon, yerel katılım, sosyal adalet, stratejik yaklaşım kelimeleri yoğun olarak kullanılmıştır.

Trend Topics

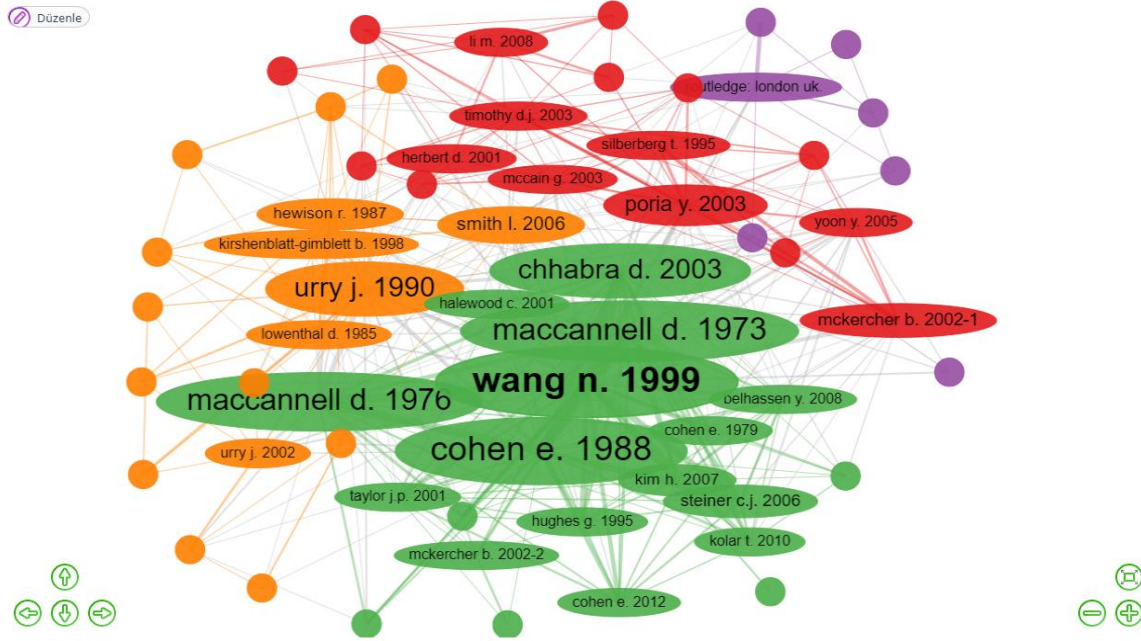


Şekil 2. Yıllara Göre Kelimelere Ait Logaritmik Sıklıklar

4.4. Kültürel Miras Turizmi Konulu Çalışmaların Atıf Analizi

4.4.1. Yazarlar Arası İş Birliği Ağı

Yazarlar arasında iş birliği ağları (birlikte atıf ağları), iki belgenin (makale vb.) diğer belgelerde birlikte geçme durumları ile oluşturulmaktadır. Bu makaleler diğer makalelerde ne kadar sık geçerse, birlikte atıf ağındaki düğümleri o kadar büyümekte ve oluşan şekilde yazarlar birbirlerine yaklaşmaktadır. Ayrıca, ağ yapısı içinde kümelerin her biri farklı renk ile gösterilmektedir. Aynı renkte olan ve birbirine yakın düğümlerin temsil ettiği yazarlar diğer makalelerin kaynakçalarında daha sık birlikte görülmektedir. Elde edilen sonuçlar şekil 3'de görüldüğü üzere, sırasıyla 1. kümede Poria, Y. 2003 (küme:1, btwc (arasındaki merkezilik): 95,32), Timothy, D. J. 2003 (küme:1, btwc:67,83), yazarları etkili olurken 2. küme boş olarak görülmüştür. 3. kümede Wang, N. 1999 (küme:3, btwc: 258,11), Cohen E. 1988 (küme:3, btwc: 221,60), Maccannell D. 1973 (küme:3, btwc: 144,95), 4. kümede ise yazar/yazarlardan ziyade bir yayın evi olan Roudledge, London, UK (küme:4, btwc: 73,04) bir küme oluşturmuştur. 5. kümede ise Urry J. 1990 (küme:5, btwc: 220, 26) ve Smith, L. 2006 (küme:5, btwc: 75,53) yazarların etkili olduğu görülmektedir.

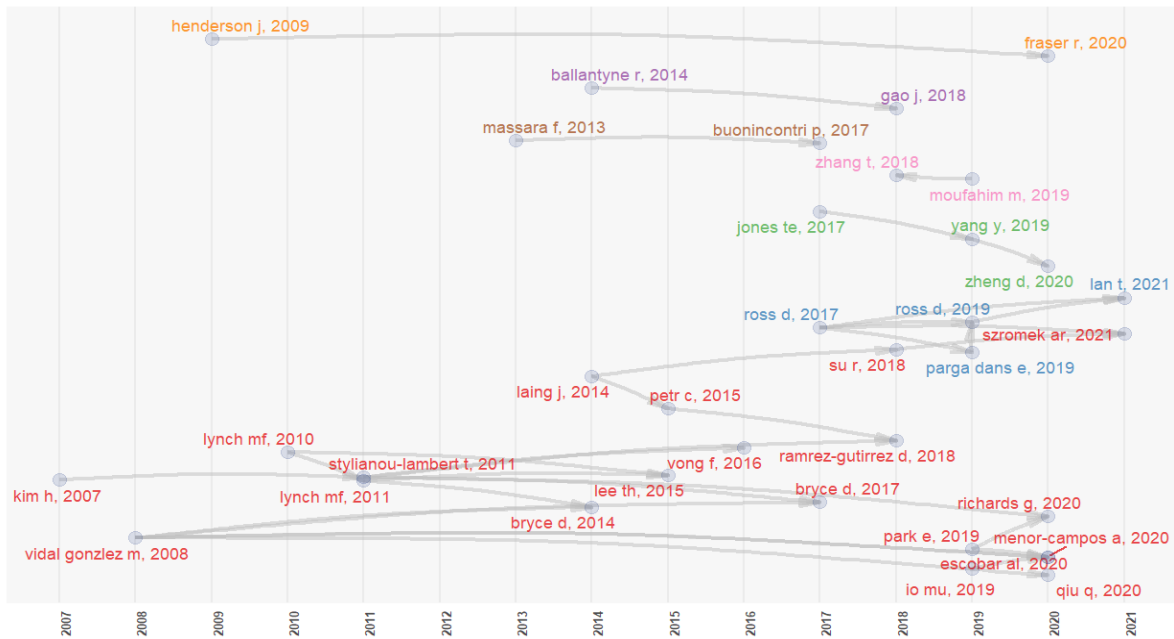


Şekil 3. Yazarlar Arası İş birliği Ağı

4.4.2. Doğrudan Atıf Çizelgesi

Doğrudan atıf çizelgesi ile yazarların diğer yazarları tarihi bir kesitte ne ölçüde etkilediği tespit edilmiştir. *Tourism Management* dergisinde yayınlanan “*Understanding Participation Patterns And Trends In Tourism Cultural Attractions*” (Kim, Cheng ve O’Leary (2007) adlı makale ve *Intangible heritage tourism and identity* (Vidal Gonzalez, 2008) adlı *Tourism Management* derginde yayınlanan makalenin alanın öncüllerinden olduğu görülmektedir (Şekil 4). Bu analiz ile yazarların çalışmalarında referans aldıkları kaynakların birbirine ne kadar benzediğini tespit etmek mümkündür.

Historical Direct Citation Network



Şekil 4. Doğrudan Atıf Çizelgesi

4.4.3. En Çok Atıf Alan Çalışmalar

En çok atıf alan çalışmalar incelendiğinde elde edilen sonuçlar tablo 4'de görülmektedir. Richard ve Wilson (2006) çalışmalarında kültür veya miras turizmi için geliştirilen alanların rekabet gücünü yitirmeye başlaması nedeniyle turistlerin ilgilerini canlı tutmak için yaratıcı turizm faaliyetlerinin destinasyonlarda uygulanabileceğini ifade etmişlerdir. Turizmde yaratıcılık ve yaratıcı turizm faaliyetleri ile kültürün seri üretimin sorunlarından kaçınmaya çalışan destinasyonlar için bir takım yaratıcılığa dayalı faaliyetlerin (seramik yapım atölyeleri, müzik festivalleri, gastronomi ve aşçılık kursları vb.) seçenek olarak görülmesi ve değerlendirilmesini ifade etmişlerdir. Chhabra, Healy ve Sills (2003) çalışmalarında kültürel miras ürünlerinin çoğu, etnik ve kültürel geleneklerin sunulmasına veya yeniden yaratılmasına bağlı olması nedeniyle ürün kalitesinin turist memnuniyetinin bir belirleyicisi olarak algılanan özgünlüğün rolünü incelemişlerdir. Nicel araştırma yöntemi kullandıkları çalışmada, kültürel miras ürünlerinin kültürel geleneğin orijinal kaynağından uzak yerlerde sunulmasına rağmen yüksek bir özgünlük algısına ulaşabileceğini tespit etmişlerdir.

Kim ve Jamal (2007) çalışmalarında "Texas Renaissance Festival" etkinliğine katılan turistlerin davranışsal özellikleri ve tekrar ziyaretlerini incelemek için belirli bir turist grubuna derinlemesine görüşme tekniği ile turistlerin otantik festival deneyimlerini araştırmışlardır. Richard (1996) çalışmasında Avrupa'da kültür turizminin arz ve talebini incelemiştir. Miras turizmi cazibe merkezlerinin hem arz hem de talebindeki hızlı artışa dikkat çekmektedir. Ayrıca miras turizme olan talebin artmasında tüketicilerin artan gelirleri ve eğitim seviyelerinin yükselmesi etkilemekle birlikte arz kaynaklarındaki gelişim de bu talebi körüklemiştir. Richard (2002) turizm çekim sistemini incelediği çalışmasında hem turizm sektörünün genel yapısı hem de turist motivasyonları nedeniyle talebin cazibe merkezlerine itildiği sonucuna ulaşmıştır.

Tablo 2. En Çok Atıf Alan Çalışmalar

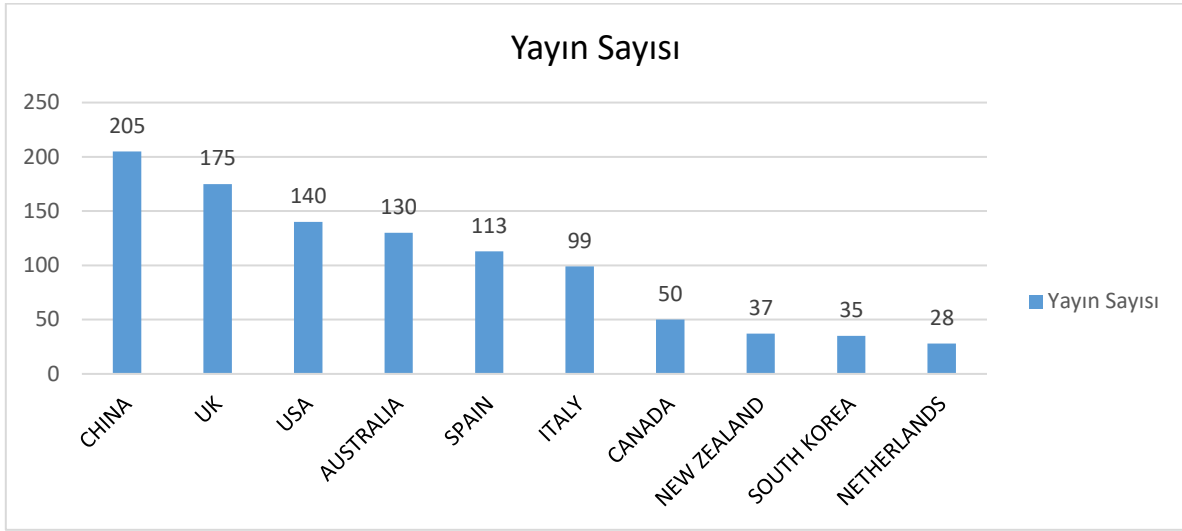
Yazarlar	Yıl	Çalışmanın Adı	Yayın Adı	Toplam atıf sayısı	Toplam atıfların Normalizasyonu
Richard, G. and Wilson, F.	2006	Developing Creativity in Tourist Experiences: a Solution to The Serial Reproduction of Culture?	Tourism Management	439	27,438
Chhabra, D., Healy, R.G. and Sills, E.	2003	Staged Authenticity and Heritage Tourism.	Annals of Tourism Research	432	22,737
Kim, H. and Jamal, T.	2007	Touristic Quest for Existential Authenticity.	Annals of Tourism Research	294	19,6
Richard, G.	1996	Production and Consumption of European Cultural Tourism.	Annals of Tourism Research	246	9,462
Richard, G.	2002	Tourism Attraction Systems: Exploring Cultural Behavior.	Annals of Tourism Research	195	9,75
McKercher, B., Ho, P.S.Y. and du Cros, H.	2005	Relationship Between Tourism and Cultural Heritage Management: Evidence from Hong Kong.	Tourism Management	133	7,824
Jamal, T. and Camargo, B.A.	2014	Sustainable Tourism, Justice and an Ethic of Care: toward The Just Destination.	Journal Of Sustainable Tourism	131	16,375
Ryan, C and Huyton, J.	2002	Tourists and Aboriginal People.	Annals of Tourism Research	124	6,2
Yang, L., Wall, G. and Smith, S.L.J.	2008	Ethnic Tourism Development: Chinese Government Perspectives.	Annals of Tourism Research	107	7,643
Bryce, D., Curran, R., O’Gorman, K. and Tahari, B.	2014	Visitors' Engagement and Authenticity: Japanese Heritage Consumption.	Tourism Management	100	12,5
Yang, L. and Wall, G.	2009	Ethnic Tourism: A Framework and an Application.	Tourism Management	87	6,692
Tahari, B., Jafari, A. and O’Gorman, K.	2014	Keeping Your Audience: Presenting a Visitor Engagement Scale.	Tourism Management	87	10,875

McKercher vd., (2005) Hong Kong yerleşik kentsel destinasyonunda turizm ve kültürel miras yönetimi arasındaki ilişkinin dinamiklerini incelemişlerdir. Jamal ve Camargo (2014) çalışmalarında sürdürülebilir turizmde bilgi tabanının gelişmesine rağmen yoksullar, azınlıklar ve yerel halkın da dahil olduğu dezavantajlı yerel gruplar için özellikle adalet, eşitlik, etik ile ilgili teorik bağlantıların yetersizliğini tespit etmek için adalet ile ilgili temel felsefi gelenek ve sosyal-politik açıdan yararlanmışlardır. Ryan ve Huyton (2002) çalışmalarında Orta Avusturya’yı ziyaret eden turistlerin Aborijin kültürüne yapılan ziyaretin çeşitli yönlerini ile ilgili memnuniyetleri ve bu ziyaretlerin önem dereceleri ile ilişkili olduğunu tespit etmişlerdir.

Yang vd. (2008) çalışmalarında etnik turizmin hükümetler tarafında mirası korumak ve kalkınmayı kolaylaştırmak için kullanıldığını belirtmekle birlikte Çin Xishuangbanna hükümeti açısından etnik turizmin gelişimini incelemişlerdir. Bryce vd. (2014) çalışmalarında yerli ziyaretçilerin Japon miras alanlarına ziyaretlerinde kültürel motivasyonları, özgünlük algıları, deneyimlere katılımlarına dayalı davranışsal sonuçlar arasındaki ilişkiyi incelemişlerdir. Yang ve Wall (2009) çalışmalarında Çin’deki tanınmış bir turizm destinasyonu olan Yunnan Eyaleti Xishuangbanna’da ampirik araştırmalara dayalı olarak etnik turizm ile ilişkili soyo-kültürel sorunları inceleyerek etnik turizmin gelişimi için planlama stratejilerini keşfetmeyi amaçlamışlardır.

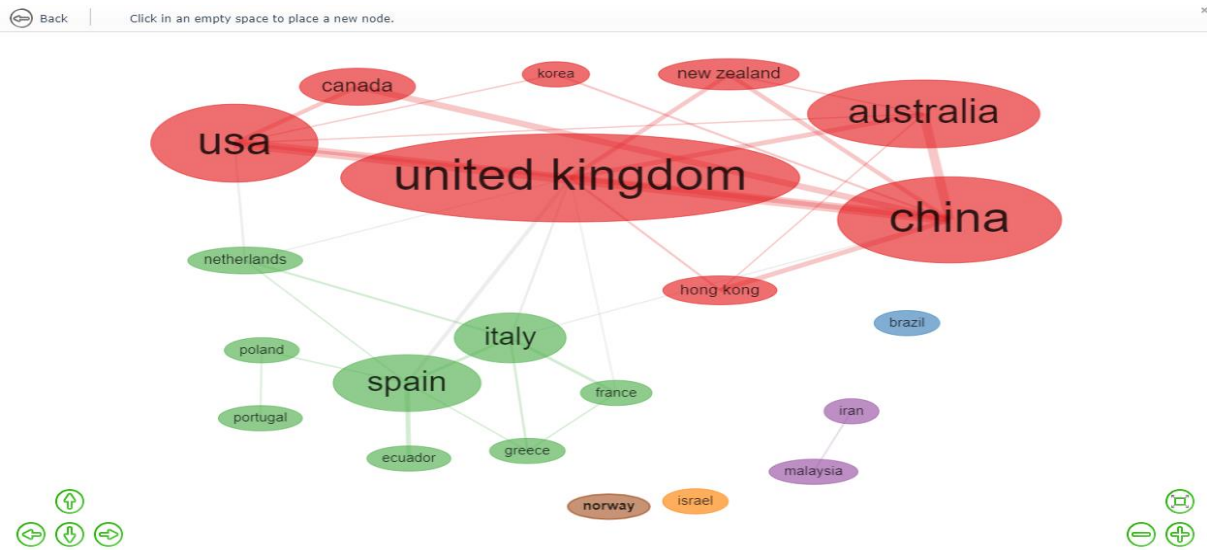
Tahari vd. (2014) çalışmalarında başarılı miras yönetimi ve pazarlaması için ziyaretçilerin cazibe merkezlerine katılım düzeylerini anlamamanın öneminden bahsetmişler ve ziyaretçilerin turistik mekanlara katılım düzeylerini belirlemek için bir ölçek geliştirmişlerdir.

4.5. Ülkelere Yönelik Analizler



Grafik 3. Konu ile ilgili Ülkelerdeki Makale Sayısı

Kültürel miras turizmi konulu makalelerin ülkeler göre yayın sayısı incelendiğinde ilk sırada Çin (205 makale), daha sonra İngiltere (175 makale), USA (140 makale), Avustralya (130 makale), İspanya (113 makale), İtalya (99 makale), Kanada (50 makale), Yeni Zelanda (37 makale), Güney Kore (35 makale), Hollanda (28 makale) yer almaktadır (Tablo 4).



Şekil 5. Ülkeler Arası İş Birliği Analizi

Bibliyometrik çalışmalarda iş birliği ağları yazarlar, ülkeler ya da dergiler gibi kişi ya da kuruluşların birbirleri ile ortaklaşa yaptıkları yayınları sosyal bir ağ ile belirlemeye imkan vermektedir. İş birliği ağında ülkelere göre iş birliklerinin incelendiğinde birlikte yayın yapma sıklığına göre belirlenen ülke x ülke bitişiklik matrisi kullanılmaktadır.

Ülkeler arası iş birliği ağı incelendiğinde üç küme oluştuğu görülmektedir (Şekil 5). Kümelerde ülkeler düğümleri göstermekle birlikte ülkelerin arasındaki bağların kalınlığı iş birliğinin sıklığını temsil etmektedir. Ayrıca düğümlerin büyümesi ülkelerin ağdaki etkisini ve

gücünü ortaya koymaktadır. Ülkeler arasındaki iş birliği ağı ile oluşan kümeler incelendiğinde kırmızı kümede İngiltere, Çin, Amerika Birleşik Devletleri ve Avustralya, yeşil kümede İspanya ve İtalya ön plana çıkmaktadır. Ayrıca yeşil kümedeki ülkelerin oluşmasında coğrafi yakınlıkların da etkisi göreceli olarak görülebilmektedir.

SONUÇ

Kültürel miras turizmi konusunda yapılan makale çalışmalarının bibliyometrik analiz sonucunda yayınların yıllara göre değişkenlik göstermekle birlikte 2011 yılından sonra sürekli bir artış gösterdiği, en fazla yayınında 2019 (105 yayın) yılında yapıldığı görülmektedir. Bu durum kültürel miras konusundaki akademik ilginin oldukça yeni olduğunu ve güncel bir çalışma alanı olduğunu göstermektedir.

Konu ile ilgili en fazla yayın Sustainability (165 yayın) dergisinde yayınlanmış ve ülke olarak en fazla yayın (205) Çin'de yapılmıştır. Ayrıca, Richard, G. (2006) (439 atıf) ve Chhabra, D., ve arkadaşları (2003) (432 atıf) en fazla atıf alan yazarlardır. Son yıllarda yapılan çalışmalarda yazar anahtar kelimeleri olarak; "sustainability", "cultural", "sustainable development", "geotourism", "geoheritage", "visitor experience", "rural tourism", "motivation", "urban tourism", "creative tourism", "museum", "geoconservation", "geological heritage" olarak tespit edilmiştir. Buradan hareketler güncel çalışmaların bu konular etrafında şekillendiği söylenebilir.

Kültürel miras turizmi konusunda yapılan çalışmaların başlık, özet ve anahtar kelimelerinde geçen trend konuları incelendiğinde son yıllarda yapılan çalışmalarda dünya kültür mirası, turizm yönetimi, miras turizmi, yerel katılım, stratejik yaklaşım, geoturizm, sosyal adalet, eco-turizm, yerel katılım, sürdürülebilir gibi kelimelerin yoğun bir şekilde kullanıldığı görülmektedir. Güncel çalışmaların bu konular etrafında şekillendiği görülmekle birlikte kültürel miras turizmi konusu ile ilgili çalışma yapacak akademisyenlere fikir vermesi açısından önem arz etmektedir.

En fazla atıf alan çalışmalar incelendiğinde destinasyondaki yaratıcı turizm faaliyetleri ile miras turizmini yeniden canlandırma imkanı sunması, kültürel miras ürünlerinin üretildiği yerden uzak yerlerde de sunulmasının özgünlük algısını düşürmeyeceği aksine yükselteceği yönünde sonuçlara ulaşılmıştır. Richard (1996) çalışmasında miras turizminin arz ve talebinin arttığını bu artış da arz kaynaklarının etkili olması ile birlikte turistlerin eğitim düzeyleri ve ekonomik gelirlerinin yükselmesinin etkili olduğunu belirtmişlerdir. Benzer şekilde Alişaoğlu (2004) çalışmasında batılı ülkelerde modern turist veya yeni orta sınıf diye adlandırılan sınıfın miras turizmine talebinin arttığından bahsetmiştir. Kültürel miras turizmi konusunda Richard (1996, 2002, 2006) en fazla atıf alan yayınlar arasında üç tane makalesi yer almaktadır. Ayrıca konu ile ilgili en fazla atıf alan çalışmalarda genel itibari ile kültürel miras yönetimi, kültürel mirası koruma, sürdürülebilirlik ve adalet, kültürel motivasyon, özgünlük algısı, deneyime dayalı davranışlar vb. konularının geçtiği tespit edilmiştir. Bu çalışmalar alan yazında dikkate alınan çalışmalardır.

Araştırmada analize dahil edilen internet ortamında yer alan yayınlardan oluşmakla birlikte Scopus veri tabanında taranan konu ile ilgili en fazla yayının olduğu sekiz dergide yayınlanmış makalelerden oluşması araştırmanın sınırlılıklarını oluşturmaktadır. İnternet ortamında yer alan kitap, kitap bölümü, makale, konferans bildirisi vb. çalışmalar araştırmaya dahil edilmemiştir. Çalışmada verilerin elde edilmesinde sadece Scopus veri tabanı kullanılmış olup ileriki çalışmalarda Web of Science, Science Direct ve Proquest gibi veri tabanlarında yer alan kültürel miras turizmi konulu araştırmalarının bibliyometrik analizi yapılabilir. Ayrıca araştırmada "miras", "kültürel miras", "kültürel miras turizmi" başlıkları altında daha kapsamlı arama yapılarak konu daha kapsamlı bir şekilde incelenebilir.

KAYNAKÇA

- Aas, C., Ladkin, A. and Fletcher, J. (2005). Stakeholder collaboration and heritage management. *Annals of Tourism Research*, 32 (1), 28–48.
- Akoğlan Kozak, M. ve Bahçe, S. (2012). *Özel İlgi Turizmi*, 2. Baskı, Detay Yayıncılık, Ankara.
- Aliğaoğlu, A. (2004). Sosyo-Kültürel Miras turizmi ve Türkiye’den Örnekler, *Coğrafi Bilimler Dergisi/Turkish Journal of Geographical Sciences*, 2 (2), 50-64.
- Arslan Kalay, H. ve Yıldız, S. (2017). Akdamar Anıt Müzesi’nin (Kilisesi) Tarihsel Süreçleri ve Kültürel Miras Turizmi Açısından Önemi, *Bitlis Eren Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 6 (1), 121-136.
- Ballesteros, E.R. ve Ramírez, M.H. (2007). Identity and community-Reflections on the development of mining heritage tourism in Southern Spain. *Tourism Management*, 28 (3), 677–687.
- Baytok, A., Boyraz, M., ve Başar, B. (2021). Somut olmayan kültürel miras konulu bilimsel yayınların veri görselleştirme tekniği ile bibliyometrik analizi. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 5(2), 246-262.
- Bogari, N. B., Crowther, G. and Marr, N. E. (2003). Motivation for Domestic Tourism: A Case Study of the Kingdom of Saudi Arabia, *Tourism Analysis*, 8(2), 137–141.
- Bryce, D., Curran, R., O’Gorman, K. and Tahari, B. (2014). Visitors' Engagement and Authenticity: Japanese Heritage Consumption. *Tourism Management*, 46, 571-581.
- Can, M. (2009). Kültürel Miras ve Müzecilik. <https://teftis.ktb.gov.tr/Eklenti/1279,muserrefcanpdf.pdf?0>, Erişim tarihi: 20.06.2021.
- Capone, F. (2015). A bibliometric analysis on tourist destinations research: Focus on destination management and tourist cluster. In *Tourist clusters, destinations and competitiveness* (ss. 29-53), Routledge.
- Cheng, M., Edwards, D. and Darcy, S. (2018). A Tri-Method Approach to a Review of Adventure Tourism Literature: Bibliometric Analysis, Content Analysis and a Quantitative Systematic Literature Review. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 42(6), 997-1020.
- Chhabra, D., Healy, R. and Sills, E. (2003). Staged Authenticity and Heritage Tourism, *Annals of Tourism Research*, 30(3), 702-719.
- Çelebi, B., Çiftsüren, D. ve Dilek, S. E. (2020). Türkiye’de “Kültürel Miras” konusunda yapılan tezlerin bibliyometrik analizi, *Journal of Current Debates in Social Sciences*, 3(1), 10- 19.
- Çetin, T. (2010). Cumalıkızık Köyünde Kültürel Miras ve Turizm Algısı. *Milli Folklor*, 22 (87), 181- 190.
- Demiral, N. Ö., ve Saatçı, G. (2019). Kültürel miras konulu lisansüstü tezlerin bibliyometrik analizi, *Eurasian Academy of Sciences Eurasian Education & Literature Journal*, Özel Sayı.UTKM3,7-19.
- Deng, J., King, B. and Bauer, T. (2002). Evaluating Natural Attractions for Tourism, *Annals of Tourism Research*, 29(2), 422–438.
- Düşmezkalender, E. ve Metin, M. (2019). Alternatif turizme yönelik bibliyometrik bir araştırma. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi*, 22 (2), 813-824.
- Ertek, Ş. ve Şahin, M.T. (2021). Sualtı kültür mirası araştırmaları hakkında bibliyometrik bir analiz. *IBAD Sosyal Bilimler Dergisi*, (11), 77-92.
- Garrod, F. and Fyall, A. (2000). Managing Heritage Tourism. *Annals of Tourism Research*. 27(3), 682-708.
- Gökkaya, S., Acar, A. ve Yıldırım, M. (2017). Ekoturizm konusunun lisansüstü tezlerdeki bibliyometrik profili. *Karabük Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Özel Sayı 3, 122-130.
- Grant, M. J. (2010). Key words and their role in information retrieval. *Health Information & Libraries Journal*, 27(3), 173-175.
- Guzeller, C. O., and Celiker, N. (2019). Bibliometrical analysis of Asia Pacific Journal of Tourism Research. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 24(1), 108–120.

- Gümüş, R. (2020). Çankırı İli'nin Somut Olmayan Kültürel Mirası, Yüksek Lisans Tezi, Kastamonu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kastamonu.
- Güzeller, C.O. and Çeliker, N. (2018). Bibliometric Analysis Of Tourism Research for The Period 2007-2016, *Advances in Hospitality and Tourism Research (AHTR)*, 6(1), 1-22.
- Hall, C., M. (2011). Publish and perish? Bibliometric analysis, journal ranking and the assesment of research quality in tourism. *Tourism Management*. 32, 16-27.
- Hançin, Z. Q. and Lam, T. (1999). An Analysis of Mainland Chinese Visitors' Motivations to Visit Hong Kong, *Tourism Management*, 20(5), 587-594.
- Hazar, A. (2010). Genel Turizm. Ankara: Nobel Yayınları.
- Ismail, W. H. W. and Nadarajah, J. R. (2016). Young Visitors in the City: Their Perceptions of Heritage Buildings. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 234, 470-477.
- Jaafar, M., Noor, S. M. and Rasoolimanesh, S. M. (2015). Perception of young local residents toward sustainable conservation programmes: A case study of the Lenggong World Cultural Heritage Site. *Tourism Management*, 48, 154-163.
- Jamal, T. and Camargo, B.A. (2014). Sustainable Tourism, Justice and an Ethic of Care: toward The Just Destination. *Journal of Sustainable Tourism*, 22 (1), 11-30.
- Jamrozy, U. and Uysal, M. (1994). Travel Motivation Variations of Overseas German Visitors, *Journal of International Consumer Marketing*, 6(3/4),135-150.
- Jang, S.and Cai, L.A. (2002). Travel Motivations and Destination Choice: A Study of British Outbound Market, *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 13(3),111-132.
- Jimura, T. (2011). The impact of world heritage site designation on local communities - A case study of Ogimachi, Shirakawa-mura, Japan. *Tourism Management*, 32(2), 288-296.
- Johnson, A. G., and Samakovlis, I. (2019). A Bibliometric Analysis of Knowledge Development in Smart Tourism Research. *Journal of Hospitality and Tourism Technology*, 10(4), 600- 623
- Juan, S. and McDonald, C.(1990). Motivational Determinates of International Pleasure Time, *Journal of Travel Research*, 29(1),42-44.
- Karasözen, B., Bayram, Ö. G. ve Zan, B. U. (2011). WoS ve Scopus Veri Tabanlarının Karşılaştırması, *Türk Kütüphaneciliği* 25 (2), 238-260
- Kasemodel, M.G.C., Makishi, F., Souza, R. C. and Silva, V. L. (2016). Following the trail of crumbs: A bibliometric study on consumer behavior in the food science and technology field, *International Journal of Food Studies*, 5(1), 73-83.
- Kırtıl, İ. G. and Askun, V. (2021). Artificial Intelligence in Tourism: A Review and Bibliometrics Research, *Advances in Hospitality and Tourism Research (AHTR)*, 9 (1), 205-233.
- Kim, H. and Jamal, T. (2007). Touristic Quest for Existential Authenticity. *Annals of Tourism Research*, 34 (1), 181-201.
- Kim, H., Cheng, C. K. and O'Leary, J. T. (2007). Understanding Participation Patterns and Trends in Tourism Cultural Attractions. *Tourism Management*, 28(5), 1366-1371.
- Kozak, M. (2002). Comparative Analysis of Tourist Motivations by Nationality and Destinations, *Tourism Management*, 23(3), 221-232.
- Köroğlu, Ö., Ulusoy Yıldırım, H. ve Avcıkurt, C. (2018). Kültürel Miras Kavramına İlişkin Algıların Metafor Analizi Yoluyla İncelenmesi, *Turizm Akademik Dergisi*, 5 (1), 98-113.
- Köseoğlu, M. A., Okumuş, F., Putra, E. D., Yıldız, M., and Doğan, I. C. (2018). Authorship trends, collaboration patterns, and co-authorship networks in lodging studies (1990-2016). *Journal of Hospitality Marketing and Management*, 27(5), 561-582.

- Kumar, S., Sureka, R. and Vashishtha, A. (2020). The Journal of Heritage Tourism: a bibliometric overview since its inception, *Journal of Heritage Tourism*, 15 (4), 365-380.
- Mancı, A.R. (2019). Üniversite Öğrencilerinin Kültürel Miras Farkındalığı ve Deneyimleri: Harran Üniversitesi Örneği- Şanlıurfa, *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 3(4):1164-1177.
- Martin-Martin, A., Orduna-Malea, E., Thelwall, M. and Lopez-Cozar, E. D. (2018). Google Scholar, Web of Science and Scopus: A Systematic Comparison of Citations in 252 Subject Categories, *Journal of Informetrics*, 12(4): 1160-1177.
- McKercher, B. and Du Cros, H. (2012). *Cultural Tourism the Partnership Between Tourism and Cultural Heritage Management*. New York: Routledge.
- McKercher, B., Ho, P.S. and Du Cros, H. (2005). Relationship between tourism and cultural heritage management: Evidence from Hong Kong. *Tourism Management*, 26 (4), 539-548.
- Nicholas, L.N., Thapa, B. and Ko, Y.J. (2009). Resident's perspectives of a world heritage site: The Pitons management area, St. Lucia. *Annals of Tourism Research*, 36 (3), 390-412.
- Okumus, B., Koseoglu, M. A. and Ma, F. (2018). Food and gastronomy research in tourism and hospitality: A bibliometric analysis. *International Journal of Hospitality Management*, 73, 64-74.
- Okumus, F., Köseoglu, M. A., Putra, E. D., Dogan, I. C., and Yildiz, M. (2019). A bibliometric analysis of lodging-context research from 1990 to 2016. *Journal of Hospitality and Tourism Research*, 43(2), 210-225.
- Okuyucu, A. (2011). Osmaneli İlçe Merkezinde Kültürel Mirasın Korunması ve Turizm Amaçlı Kullanımına Yönelik Bir Araştırma. Yüksek lisans tezi, Ankara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Park, H. Y. (2014). *Heritage Tourism*. London: Routledge.
- Poria, Y.; Butler, R. and Airey, D. (2003). The Core of Heritage Tourism. *Annals of Tourism Research*. 30 (1), 238-254.
- Pritchard, A. (1969). *Statistical bibliography; an interim bibliography*. North-Western Polytechnic, School of Librarianship.
- Richard, G. (1996). Production and Consumption of European Cultural Tourism. *Annals of Tourism Research*, 23 (2), 161-283.
- Richard, G. (2002). Tourism Attraction Systems: Exploring Cultural Behavior. *Annals of Tourism Research*, 29 (4), 1048-1064.
- Richard, G. and Wilson, F. (2006). Developing Creativity in Tourist Experiences: a Solution to The Serial Reproduction of Culture?. *Tourism Management*, 27 (6), 1209-1223.
- Royo-Vela, M. (2009). Rural-cultural Excursion Conceptualization: A Local Tourism Marketing Management Model Based on Tourist Destination İmage Measurement. *Tourism Management*, 30 (3), 419-428.
- Ruhanen, L., Weiler, B., Moyle, B. D., and McLennan, C. J. (2015). Trends and patterns in sustainable tourism research: A 25-year bibliometric analysis. *Journal of Sustainable Tourism*, 23(4), 517-535.
- Ruiz-Real, J. L., Uribe-Toril, J., Valenciano, J. de P., and Gázquez-Abad, J. C. (2020). Rural tourism and development: Evolution in scientific literature and trends. *Journal of Hospitality and Tourism Research*, 1-25.
- Ryan, C and Huyton, J. (2002). Tourists and Aboriginal People. *Annals of Tourism Research*, 29 (3), 631-647.
- Sarı Gök, H. (2021). Gönüllü Turizm Konusunda Yapılan Araştırmaların Bibliyometrik Analizi: Scopus Örneği. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 5(2), 1546-1567.
- Strandberg, C., Nath, A. and Hemmatdar, H. (2018) Tourism Research in the New Millennium: A Bibliometric Review of Literature in Tourism and Hospitality Research. *Tourism and Hospitality Research*, 18(3), 269-285.

- Su, X., Li, X., and Kang, Y. (2019). A bibliometric analysis of research on intangible cultural heritage using CiteSpace. *SAGE Open*, 9(2), 1–18.
- Tahari, B., Jafari, A. and O'Gorman, K. (2014). Keeping Your Audience: Presenting a Visitor Engagement Scale. *Tourism Management*, 42, 321-329.
- TDK, (2021). Kültür. <https://sozluk.gov.tr/>, Erişim tarihi: 08.02.2021
- Timothy, D. J. (2011). *Cultural Heritage and Tourism: An Introduction*. Bristol, UK: Channel View Publications.
- Topsakal, Y., Bahar, M. and Yüzbaşıoğlu, N. (2020). Review of Smart Tourism Literature by Bibliometric and Visualization Analysis, *Journal of Tourism Intelligence and Smartness*, 3 (1), 1-15.
- Turnbull, D.R. and Uysal, M. (1995). An Exploratory Study of German Visitors to the Caribbean: Push and Pull Motivations, *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 4(2), 85–92.
- Vidal Gonzalez, M. (2008). Intangible heritage tourism and identity, *Tourism Management*, 29, 807–810.
- Virani, A., Wellstead, A., and Howlett, M. P. (2019). Where is the policy? A bibliometric review of the state of policy research on medical tourism. *Global Health Research and Policy*, 5, 1–16
- Wells, V.K., Manika, D., Gregory-Smith, D., Taheri, B. and McCowlen, C. (2015). Heritage Tourism, CSR and The Role of Employee Environmental Behaviour, *Tourism Management*, 48, 399- 413.
- Williams, S., (1998). *Tourism Geography*, Routledge, London.
- Yang, C. H., Lin, H.L. and Han, C. C. (2010). Analysis of international tourist arrivals in China: The role of World Heritage Sites, *Tourism Management*, 31, 827-837.
- Yang, L. and Wall, G. (2009). Ethnic Tourism: A Framework and an Application. *Tourism Management*, 30 (4), 559-570.
- Yang, L., Wall, G. and Smith, S.L.J. (2008). Ethnic Tourism Development: Chinese Government Perspectives, *Annals of Tourism Research*, 35 (3), 751-771.
- Yankholmes, A. and McKercher, B. (2015). Understanding Visitors to Slavery Heritage Sites in Ghana, *Tourism Management*, 51, 22-32.
- Yılmaz, İ., Karakuş, Y., Çamlıca, K., & Toprak, L. S. (2017). Turizm alanındaki bibliyometrik çalışmalar: türkiye örneği. *TURAN: Stratejik Araştırmalar Merkezi*, 9(36), 83-88.
- Yu, L., Wang, G. and Marcouiller, D.W. (2019). A Scientometric Review of Pro-Poor Tourism Research: Visualization and Analysis, 30, 75-88.
- Zupic, I. and Čater, T. (2015) Bibliometric Methods in Management and Organization, *Organizational Research Methods*, 18(3), 429-472.